

PERSBERICHT

8 april 2016

Ethias keert hoogste dividend uit in 4 jaar

€ 45 miljoen voor aandeelhouders, dankzij uitstekend operationeel resultaat

Het operationeel resultaat van Ethias nv* voor 2015 bedraagt **€ 291 miljoen euro** (€ 267 miljoen in 2014, niet-recurrent resultaat niet inbegrepen).

Na verrekening van niet-recurrente elementen (€ -72 miljoen), de dotatie voor de knipperlichtreserve (€ -166 miljoen) opgelegd door de NBB aan de hele sector, en na belastingen en na overdracht naar belastingvrije reserves (€ -3 miljoen), sluit Ethias het jaar 2015 af met **een nettowinst van € 50 miljoen**.

Dit resultaat laat de Raad van Bestuur van Ethias nv toe om aan de algemene vergadering voor te stellen een dividend van € 45 miljoen uit te keren aan haar moederbedrijf, Vitrufin nv. Ze keerde al € 40 miljoen uit in 2012 en € 25 miljoen in 2013. Ook de volgende jaren zullen de uitgekeerde dividenden in stijgende lijn blijven evolueren.

Het totale incasso in Niet-Leven (**€ 1,30 miljard**) stijgt met 0,67 %.

Het totale incasso in Leven (**€ 1,17 miljard**) neemt toe met 5,5 %.

Het totale incasso stijgt dus tot **€ 2,47 miljard in 2015** (€ 2,40 miljard in 2014), of een verhoging met 2,91 %.

Bij particulieren bedraagt de stijging van het incasso Niet-Leven 1,42 % en bereikt daarmee € 561 miljoen.

Bij collectiviteiten en ondernemingen blijft het incasso Niet-Leven stabiel (+ 0,12 %). Het bedraagt € 738 miljoen. Het incasso Leven stijgt met 6 % tot € 1,1 miljard.

Het balanstotaal van Ethias nv bedraagt **€ 17,95 miljard** in 2015.

De reglementaire solvabiliteitsmarge (Solvency I) op eind 2015 is gedekt voor 179 % en deze voor Solvency II (bij toepassing van de standaardformule en met overgangsmaatregelen) wordt geschat op ruim 195 % voor eind 2015. Dit is te danken aan diverse acties die Ethias het voorbije jaar ondernam: operatie Switch IV, uitgifte van een bijkomende achtergestelde lening, vermindering van de duration gap, besparingen in de algemene kosten...

De dekking van het technisch passief bedraagt tot 110 % (112 % in 2014). Deze ratio bepaalt het vermogen van de onderneming om haar verbintenissen na te komen. Deze is afgestemd op de vereisten van de regulator en is in overeenstemming met de *good practices* van de sector.

Ethias heeft in 2015 met succes de uitgifte gerealiseerd van een nieuwe achtergestelde lening, nadat ze eerst de bestaande lening herschikte. Dit geeft zonder meer blijk van het vertrouwen dat de markt en haar investeerders stellen in de onderneming.

Deze resultaten versterken de relevantie van het unieke businessmodel van Ethias als directe omnichannel verzekeraar in België.

PERSBERICHT

Switch IV

Om haar solvabiliteit te versterken zette Ethias haar inspanningen voort om het aantal individuele levensverzekeringen te verminderen. In februari 2015 bood ze haar First A-clënten, die hun contract gedeeltelijk (minimum € 100 000) of helemaal afkochten, een uitstappremie gelijk aan 4 jaar intresten aan.

Deze operatie kende een groot succes want de afkoopwaarde in 2015 bedroeg liefst € 1,9 miljard, goed voor 57 % van de bestaande reserves eind december 2014. Het aantal contracten daalde van ruim 53 000 tot minder dan 27 000. De kosten van deze operatie (€ 243 miljoen) hadden weliswaar een directe impact op het resultaat van Ethias in 2015 maar liet haar tegelijk toe om op een significante en recurrente manier de solvabiliteitsmarge onder Solvency II (van kracht vanaf 1 januari 2016), te verbeteren.

**De rekeningen 2015 werden vastgesteld door de Raad van bestuur van Ethias nv op 23 maart. Zij zullen ter goedkeuring worden voorgelegd aan de algemene vergadering die zal plaatsvinden op 18 mei a.s.*

* * *

Ethias investeert in digitale transformatie en innovatie ten dienste van haar verzekerden

Ethias heeft tegelijk een nieuwe mijlpaal bereikt in haar numerieke transformatie door een nieuwe digitale tool te implementeren. Bernard Thiry, CEO van Ethias: **«De digitale maatschappij verplicht ons om onze job vanuit een nieuwe benadering te bekijken. Meer dan ooit staat de verzekerde centraal in alle distributiekkanalen voor onze producten en diensten. Het is dus noodzakelijk dat onze IT-tool hiervoor uitgerust is.»**

Verder bouwend op het pad dat in het najaar van 2015 is uitgezet, zal de **digitale innovatie** ten dienste staan van de ontwikkeling van eenvoudige producten, aangepast aan de noden van de verzekerden, met een vlotte, snelle en efficiënte dienstverlening.

E-commerce

Ethias lanceerde in oktober 2015 haar website met een vernieuwde look & feel en met een primeur voor de sector: 7 verzekeringsproducten die 100 % online aanschafbaar zijn (tot en met de betaling). Deze aanpak blijkt nu al succesvol: de eerste resultaten van 2016 tonen een stijging van de online verkoop: + 15 % in Niet-Leven met als uitschieters alvast twee producten die 100 % online afgeschaft kunnen worden: de huurdersverzekering (+25 %) en Assistance (+51 %). Opmerkelijk is dat 1 op de 5 nieuwe zaken aangeschaft worden door jongeren onder de 26 jaar.

Omnichannel aanbod

Ethias speelt in op het 'hybride' gedrag van de klant: naast digitale kanalen blijven de fysieke kanalen (kantoren) van groot belang. De combinatie van de twee verklaart de stijgende populariteit van het kantoorbezoek voor klanten onder de 26. Het aandeel klanten (<26 jaar) steeg van 8 % in 2014 naar 14 % in 2015. Ethias is de enige directe verzekeraar met dit omni-channel model.

Ethias blijft daarom ook de volgende jaren focussen op haar kantorennetwerk. In de loop van de tweede jaarhelft zullen de werken worden afgerond en openen de 3 gerenoveerde kantoren van Namen, Doornik en Antwerpen (met verhuizing naar het 'Proximus'-gebouw aan de Mechelsesteenweg) de deuren. Alle kantoren worden verbouwd volgens het 'Concept Store 3.0' type dat nu al te zien is in Brugge, Waver, Charleroi, Brussel-centrum en Woluwe.

PERSBERICHT

Nieuwe kanalen

Sinds januari 2016 bestaat de **Textchat-module** op onze website als specifiek communicatiekanaal voor jongeren. Onze **Mobile App** heeft inmiddels 30 000 downloads. 30 % van de websitebezoekers bereiken ons via een mobiel toestel (tablet 10 %, smartphone 20 %).

Jongeren in opmars

Eind 2015 telde Ethias 1,2 miljoen cliënten (in totaal). In 2015 verwelkomde Ethias 15 000 nieuwe klanten. Opmerkelijk: 27,4 % daarvan zijn jonger dan 26. Wellicht is dit het gevolg van de lancering van onze specifieke autoverzekering voor jonge bestuurders, "Ethias Young Drivers" (het aandeel jongeren binnen de nieuwe klanten voor een autopolis steeg van 26 % in 2014 naar 28 % in 2015). Ook bij het cliënteel dat in 2015 een huurdersverzekering afsloot met een webdeal (2 maanden gratis) bedraagt het aandeel jongeren (< 26j) 27 %.

Evolutie van de portefeuille

Als gevolg van Switch V is aantal verzekerden bij de particulieren (Leven en Niet-Leven) gedaald met 0,54 % t.o.v. 2014, en bedraagt nu 1 207 000. Het aantal verzekerden bij particulieren Niet-Leven is evenwel gestegen met 1,09 %.

Ter herinnering:

De innovaties in 2015

Bij particulieren:

- Grondige update van haar website Ethias.be.
- Verzekerden kunnen bij Ethias (van ondertekening tot en met de betaling) 7 producten online aanschaffen, **een primeur voor de verzekeringssector in België**.
- Ethias heeft de kwaliteit van haar administratief beheer verbeterd door de integratie van sms-berichten in haar communicatie met haar verzekerden.
- Ethias lanceerde twee verzekeringen op maat van personen met een beperking en hun persoonlijke assistenten.
- Lancering van **Ethias Street Vending**, een mobiel kantoor dat de afstand tussen Ethias en haar bestaande/nieuwe cliënten moet verkleinen.
- Ethias opende in Woluwe en Brussel-centrum een 4^e en 5^e kantoor dat de nieuwste technologieën integreert. Daarmee is een nieuwe stap gezet in de versterking van haar aanwezigheid in de regio Brussel-Hoofdstad.
- Ethias elimineert farmaceutische attesten: hospi-verzekerden dienen hun zogenaamde BVAC-attesten niet langer per post te versturen. Voortaan bekommert de apotheker zich hierover door ze digitaal te versturen. Comfortabel voor de patiënt en voor de apotheker alsook een vereenvoudiging voor de Hospi-dossierbeheerders. Dit project kreeg de naam Assurpharma en werd ingevoerd door Assuralia en door de apothekersbonden Ophaco en APB.
- Ethias maakte deel uit van **een wereldprimeur**: Médic'Air, medisch dienstverlener voor Ethias Assistance, heeft bij een burgervlucht voor het eerst gevriesdroogd plasma gebruikt. Dit product werd ontwikkeld door het Franse leger en dient ter vervanging van ingevroren plasma dat erg moeilijk te bewaren en te ontdooien is.

PERSBERICHT

Bij collectiviteiten:

- Ethias ontwikkelde de **Ethias Prevention Reporter**.
- Ethias organiseerde de derde editie van **Ethias Prevention Awards**. Dit is een uniek wedstrijdconcept om *best practices* in preventie en beschermen (opgezet door de publieke sector en OCMW's ten aanzien van burgers, patiënten..) te erkennen en te bekronen.
- Ethias stimuleerde en breidde de **Ethias Prevention Corner** uit: een online-platform voor diensten en advies op vlak van veiligheid en preventie.

Awards in 2015 :

- Drie DECAVI trofeeën:
 - **Beste verzekering Auto BA.**
 - **Beste innovatie voor Ethias Young Drivers.**
 - **Beste initiatief** op het vlak van preventie voor de Ethias Prevention Reporter (een applicatie die digitale bijstand verleent bij preventierapportering. Dat kan onder meer gaan om geolokalisatie en classificering van risico's/schadegevallen, dictafoon/stemherkenning/voice-to-text, foto/video-opnamen en begeleide integratie in het verslag, linken naar wetteksten).
- Een **Cuckoo Award** die de beste directmarketingcampagnes bekroont.
- **Twee externe certificaten ISAE 3000** voor ethisch financieel beheer (Asset management) en voor diverse milieu-inspanningen (beheer CO₂-uitstoot), bezorgen Ethias een belangrijke erkenning in twee kerndomeinen van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

In 2016 werd Ethias Young Drivers verkozen tot **Product van het Jaar**.

Ethias, verzekeraar Leven en Niet-Leven, engageert zich voor een wederzijds vruchtbare vertrouwensrelatie met haar partners van de openbare diensten en hun personeelsleden, met de ondernemingen en met de particulieren die hun vertrouwen in haar stellen.

Ethias zet zich in om al haar cliënten eersterangsproducten en -diensten aan te bieden met de beste prijs-kwaliteitverhouding voor het garanderen van een duurzame rentabiliteit, met respect voor haar fundamentele waarden van menselijkheid, ethiek, engagement en nabijheid.