

## Ethias viert haar 100ste verjaardag vol ambitie en gedreven door haar klanten en medewerkers

Op 5 maart 1917 zet Henry Hutoy, oprichter en 1<sup>ste</sup> directeur van Smap/Omob, in een brief aan een Luikse bank zijn ambitieuze plan uiteen om een verzekeringsmaatschappij op te richten. Anticiperend op het einde van de Eerste Wereldoorlog, de wederopbouw van België en de talrijke maatschappijen die zouden ontstaan als gevolg van deze gebeurtenissen, citeert Henry Hutoy, vol hoop, de volgende tijdloze gedachte van de Franse schrijver La Rochefoucauld: *"Er zijn wegen die naar alles leiden. Als we voldoende wilskracht hebben, vinden we steeds voldoende middelen."*

In die context ziet Omob, de *Onderlinge Maatschappij der Openbare Besturen* (Smap in het Frans), op **25 september 1919** het daglicht: een verzekeringsmaatschappij opgericht door Belgische steden uit verschillende gewesten en geïnspireerd op het model van de Zwitserse onderlinge maatschappijen. Omob heeft dus een leemte opgevuld bij de naoorlogse overheden om zo het brandrisico verbonden aan de publieke overheden onderling te delen en hen te ondersteunen in hun ontwikkeling.

Ook vandaag, 100 jaar later, neemt Ethias haar maatschappelijke verantwoordelijkheid op in tal van andere domeinen (preventie van psychosociale risico's, mobiliteitsfacilitering, bescherming van het milieu, ethische beleggingen ... Ontdek alle concrete acties in ons [niet-financieel verslag](#)).

### 100 jaar waarden

Omob/Smap, dat in 2003 Ethias werd, heeft haar producten en diensten de afgelopen 100 jaar sterk zien transformeren om zich aan te passen aan onze samenleving: een maatschappij die evolueert met de tijd, de nieuwe technologieën en de nieuwe behoeften.

Met de steile opmars van digitalisering en dematerialisering is de behoefte aan fysieke nabijheid voor het opbouwen van een vertrouwensrelatie belangrijker dan ooit. De verzekeraar van morgen zal "fygitaal" zijn, een mix van menselijk contact en digitale mogelijkheden.

De waarden van een onderneming vormen de basis van een identiteit, een cultuur, een persoonlijkheid. Het gaat over haar geloofwaardigheid en haar betrouwbaarheid om een koers aan te houden, een sterke strategie gebaseerd op waarden die ons na aan het hart liggen en waarin wij geloven. We kunnen ze als volgt samenvatten:

- We hebben de **mens** altijd centraal in onze relaties geplaatst en zullen dat ook blijven doen.
- Het **engagement** ten aanzien van onze klanten, onze collega's en de maatschappij blijft de basis van al onze acties.
- Trouw aan onze mutualistische oorsprong blijft de drijvende kracht achter onze activiteit de **tevredenheid van onze klanten** en de nabijheid die wij met hen onderhouden.
- Ons **enthousiasme** zet ons ertoe aan om altijd vooruit te gaan en ons aan te passen aan elke situatie, niets is ooit vanzelfsprekend.

Al een eeuw maken we de verzekering eenvoudiger en zijn we er trots op de nabije partner te zijn waarop onze klanten kunnen rekenen. Die positie willen we ook de komende jaren behouden.

**Onze missie: de verzekering vereenvoudigen om u zekerheid, gemoedsrust en ondernemingsvrijheid te bieden, met innovatieve diensten en producten. Als partner van uw dagelijkse leven stellen wij onze expertise en ons dynamisme tot uw dienst.**

## Duidelijk Belgische identiteit en verankering

Onze klanten en partners zijn Belgisch, afkomstig uit Vlaanderen, Wallonië, Brussel en de Duitstalige Gemeenschap.

Wij ook, en daar zijn we trots op!

Die verankering wordt nog versterkt door de identiteit van onze aandeelhouders. Ethias is namelijk voor 31,66% in handen van de Federale Staat, voor 31,66% van het Waals Gewest, voor 31,66% van het Vlaams Gewest en voor 5% van de vroegere onderlinge aandeelhouders (voornamelijk steden en gemeenten). We nemen ook onze rol in de Belgische sociale zekerheid zeer ter harte en in de diensten en producten die we aanbieden op het vlak van gezondheidszorg, pensioenen, arbeidsongevallen, mobiliteit, preventie ...

Ten slotte maakt de doeltreffendheid van het Ethias-model het ook mogelijk om dividenden uit te keren aan haar aandeelhouders en dus aan de Belgische maatschappij.

In onze klanttevredenheidsonderzoeken wordt deze Belgische verankering overigens vaak aangehaald en gewaardeerd.

Daarom hebben we besloten om deze uitzonderlijke verjaardag in de onmiddellijke nabijheid van onze klanten te vieren. Een jaar lang hebben we hen willen bedanken aan de hand van 12 data waarop ze op 12 verschillende locaties in België konden kennismaken met de ideeën en innovaties die de mobiliteit van morgen zullen vormgeven. Ook op het programma: diverse (gratis) animaties en degustaties van lokale producten! (Meer info op [www.ethias.be/100](http://www.ethias.be/100))

## Wat zijn de belangrijkste uitdagingen voor Ethias?

Als toonaangevende verzekeraar in België wil Ethias haar positie versterken op 3 pijlers:



1. Als nr. 1 directe verzekeraar die dichter dan ooit bij zijn klanten staat en inspeelt op nieuwe consumentengewoontes.
2. leader van de publieke sector die zijn nabijheidspartnerschap met de collectiviteiten verstevigt.
3. Als nr. 1 digitale verzekeraar die voortdurend de kracht van digitale ontwikkelingen en innovaties benut ten voordele van zijn klanten.

**Onze missie: de verzekering vereenvoudigen om u zekerheid, gemoedsrust en ondernemingsvrijheid te bieden, met innovatieve diensten en producten. Als partner van uw dagelijkse leven stellen wij onze expertise en ons dynamisme tot uw dienst.**