

Screening van autoverzekeringen voor jongeren op duurzaamheid

Vergelijking tussen DVV (België) en AXA (Frankrijk)



Carlier Julie

Academiejaar 2003 – 2004

Eindwerk Financie- en verzekeringswezen

Woord vooraf

Sinds ik klein ben hou ik ervan om naar het buitenland te gaan. Stage lopen in het buitenland is dan ook een kans die ik niet aan mij heb laten voorbijgaan. De keuze was vlug gemaakt. Parijs is de stad waar ik drie maand zou vertoeven. Ik heb mijn stage kunnen lopen bij AXA, één van de grootste verzekeringsmaatschappijen in Frankrijk.

Naast de stage maakt ook het eindwerk deel uit van een laatstejaarsstudente. Toen de school een oproep deed naar studenten die hun eindwerk over duurzame ontwikkeling wilden schrijven heb ik mij meteen geïnformeerd. Na hier over nagedacht te hebben heb ik besloten om duurzame ontwikkeling te koppelen aan autoverzekeringen voor jongeren. Vermits ik mijn stage deed in Parijs heb ik de idee gehad om een vergelijking te maken tussen autoverzekeringen voor jongeren van België en Frankrijk.

Bij deze wil ik ook iedereen van harte bedanken die het mogelijk gemaakt hebben om dit eindwerk tot stand te brengen.

Op de eerste plaats zou ik mijn promotor, mevrouw Carline Vuylsteke, willen bedanken voor de goede raad en de begeleiding bij het realiseren van dit eindwerk.

Daarnaast zou ik mijn stagebegeleider in Parijs, meneer Fred Guiock, willen bedanken omdat hij mij de kans gaf mijn stage te lopen bij AXA. Ook wil ik hem bedanken voor de informatie die hij mij heeft gegeven om mijn eindwerk mogelijk te maken.

Verder zou ik ook mijn ouders en mijn vriend, Sébastien, willen bedanken omdat zij altijd volledig achter mij hebben gestaan tijdens mijn studie aan de Katholieke Hogeschool Leuven. Niet alleen op het vlak van studies maar ook op moreel vlak hebben ze mij altijd gesteund.

Tenslotte wil ik ook nog al mijn vrienden en vriendinnen bedanken die mij ontspanning brachten tussen het studeren en de stage door.

Inhoudsopgave

Woord vooraf	3
Inhoudsopgave	4
Inleiding	7
DEEL 1: DUURZAME ONTWIKKELING	8
1 Wat is duurzame ontwikkeling?	8
1.1 Het begrip “duurzame ontwikkeling”	8
1.2 Brundtland	9
1.3 Duurzaamheid in de 21 ^{ste} eeuw	9
1.4 Criteria voor duurzaamheid	10
2 De verschillende facetten van duurzame ontwikkeling	11
2.1 Economie en duurzaamheid	11
2.2 Cultuur en duurzaamheid	11
2.2.1 Verandering	12
2.2.2 Duurzaamheid in bedrijf	12
2.3 Duurzaamheid als strategie	13
2.3.1 Wat is een strategie?	13
2.3.2 Waarom een strategie?	13
3 Duurzame ontwikkeling in financiële instellingen	14
3.1 Het begrip “duurzame ontwikkeling” voor financiële instellingen	14
3.2 Hoe kan een financiële instelling MVO op een structurele wijze inbedden in haar organisatie?	14
4 Ethibel en GRI, indicatoren voor duurzaamheid	16
4.1 Ethibel	16
4.2 Ethibel’s evaluatieregister	16
4.2.1 Intern sociaal beleid	16
4.2.2 Milieubeleid	16
4.2.3 Extern sociaal beleid	17
4.2.4 Ethisch-economisch beleid	17
4.3 Global Reporting Initiative	17
4.4 GRI-verslaggevingprincipes	18
DEEL 2: HISTORIEK VAN DE AUTOVERZEKERING	20
1 Oorsprong en historiek van de verzekeringen	20
2 Oorsprong en historiek van de autoverzekering	21
3 Enkele cijfers over de evolutie van verkeersongevallen	22
4 Actuele problematiek rond de autoverzekering voor jongeren	25
4.1 Inleiding	25
4.2 De wet Monfils	25
4.2.1 Tariferingsbureau	26
4.2.2 De niet-verzekering bestrijden	26
4.2.3 De opzegmogelijkheid na schade wordt beperkt	26
4.3 Het Tariferingsbureau	27
4.3.1 De oprichting van het Tariferingsbureau	27

4.3.2	De werking van het Tariferingsbureau	27
4.4	Het contract 29/29 voor de beginnende bestuurder	28
4.4.1	Kenmerken van de “starter”:	28
4.4.2	Kenmerken van het voertuig van de “starter”:	28
4.4.3	Verbintenissen van de “starter”	28
4.4.4	Gevolgen van de niet-naleving van het 29/29-contract.....	29
DEEL 3: DVV-AUTOVERZEKERINGEN SCREENEN OP DUURZAAMHEID.....		30
1	Wie is DVV?.....	30
1.1	Structuur.....	30
1.2	Missie	31
2	Het aanbod van DVV-autoverzekeringen voor jongeren.....	32
2.1	Verbintenissen van DVV	32
2.2	Verbintenissen van de jonge bestuurder.....	32
2.3	Wanneer worden de bijzondere voorwaarden “Starter 29/29” beëindigd?	33
2.4	Vergelijking met het “29/29-akkoord”	33
3	DVV-autoverzekeringen screenen op duurzaamheid	34
3.1	Screening op basis van Ethibel.....	34
3.1.1	Intern sociaal beleid.....	34
3.1.2	Milieubeleid.....	36
3.1.3	Extern sociaal beleid.....	37
3.1.4	Ethisch-economisch beleid	38
3.2	Screening op basis van GRI	39
DEEL 4: AXA-AUTOVERZEKERINGEN SCREENEN OP DUURZAAMHEID		40
1	Wie is AXA?	40
1.1	Structuur.....	40
1.2	Missie	41
2	Het aanbod van AXA-autoverzekeringen voor jongeren.....	42
2.1	Voor wie is de “Kit 1ère Assurance Auto” bestemd?	42
2.2	Drie formules van de “Kit 1ère Assurance Auto”	42
2.3	Verbintenissen van AXA	43
3	AXA-autoverzekeringen screenen op duurzaamheid.....	44
3.1	Screening op basis van Ethibel.....	44
3.1.1	Intern sociaal beleid.....	44
3.1.2	Milieubeleid.....	46
3.1.3	Extern sociaal beleid.....	47
3.1.4	Ethisch-economisch beleid	48
3.2	Screening op basis van GRI	49
DEEL 5: DUURZAME VERGELIJKING TUSSEN DVV EN AXA.....		51
1	Sterke punten.....	51
1.1	Sociale Rapportering	51
1.2	Strijden voor meer verkeersveiligheid	51
1.3	De klant staat centraal	51
1.4	Schadeafhandeling	51
1.5	Termijn van vergoedingen	52
1.6	Garantie op de herstelling.....	52
1.7	Vergoeding hersteller.....	52

1.8	Erkende herstellere.....	52
1.9	Voordelig tarief.....	52
2	Zwakke punten.....	54
2.1	Communicatie.....	54
2.2	Ongevallen in het buitenland.....	54
2.3	Beeldexpertise.....	54
2.4	Informatie over het Internet.....	54
2.5	Tevredenheidsonderzoek.....	55
2.6	Cursus defensief rijden.....	55
2.7	Groene autoverzekeringen.....	55
2.8	Energiebesparing.....	55
2.9	Papierbesparing.....	55
2.10	Waterverbruik reduceren.....	55
	Besluit.....	56
	Literatuurlijst.....	60
	Bijlagen.....	62

Inleiding

Rond de autoverzekering voor jongeren is de laatste jaren heel wat heisa geweest. Een jonge bestuurder die net zijn rijbewijs heeft gehaald werd ofwel geweigerd, ofwel verzekerd aan monstrueuze bedragen. Maar uiteindelijk hebben ook zij recht op een betaalbare autoverzekering. In dit kader zijn de Minister van Economie Fientje Moerman en de Beroepsvereniging der Verzekeringsondernemingen tot een akkoord gekomen waardoor de verzekeraars onderworpen worden aan specifieke voorwaarden om jongeren op een voordelige manier te kunnen verzekeren.

De jonge bestuurders verwachten naast een voordelig tarief ook nog een goede service. De verzekeraar wil met deze jongeren een lange termijnrelatie opbouwen. Daarom hechten zij ook belang aan een goede service. Houden de verzekeraars bij het aanbieden van hun producten en diensten enkel rekening met de klant of denken ze ook aan de andere belanghebbenden zoals de medewerkers, de leveranciers, de aandeelhouders, de maatschappij en het milieu? Met andere woorden, hoe duurzaam zijn de verzekeraars? In dit eindwerk zullen zowel een Belgische verzekeraar, De Volksverzekering, als een Franse verzekeraar, AXA, gescreend worden op duurzaamheid.

Om een beeld te geven van wat duurzaamheid juist is wordt in Deel één een overzicht gegeven van hoe het begrip “duurzame ontwikkeling” is ontstaan en hoe men dit begrip vandaag interpreteert. Verder wordt besproken hoe men “duurzame ontwikkeling” kan inbedden in een financiële organisatie. Ook wordt een overzicht van het Ethibel-register en de GRI-indicatoren gegeven. Op basis van deze indicatoren zullen in Deel drie en vier de autoverzekeringen voor jongeren gescreend worden op duurzaamheid.

In Deel twee wordt eerst de historiek van de verzekeringen belicht. Hoe zijn ze ontstaan en hoe ver gaat de eerste verzekering in de tijd terug? Nadien volgt een kort historisch overzicht van de autoverzekering. Hoe zijn autoverzekeringen gegroeid en geëvolueerd in functie van onze steeds groeiende mobiliteit? Daarbij worden nog enkele cijfers over het aantal ongevallen in ons land gegeven. Ook de actuele problematiek rond de autoverzekeringen voor jongeren zal in dit deel uiteengezet worden.

In Deel drie komt De Volksverzekering (DVV) aan bod. Eerst toont een organigram ons de structuur van de Dexia-groep waar DVV toe behoort. Vervolgens volgt een korte toelichting van de verschillende componenten van de missie van DVV. Nadien wordt het aanbod van DVV voor de jonge bestuurders besproken. Vervolgens wordt dit aanbod aan de hand van het Ethibel-register en de GRI-indicatoren gescreend op duurzaamheid.

In Deel vier wordt net zoals bij DVV de structuur en de missie van AXA toegelicht. Ook hier wordt het aanbod van AXA voor de jonge bestuurders besproken. Zoals in Deel drie wordt ook de autoverzekering van AXA voor jongeren gescreend op duurzaamheid met behulp van het Ethibel-register en de GRI-indicatoren.

In Deel vijf wordt het duurzaam karakter van de jongerenautoverzekeringen van DVV en AXA vergeleken. Eerst worden de sterke punten aangehaald. Vervolgens worden de zwakke punten besproken van waaruit enkele aanbevelingen gevormd worden om de autoverzekeringen van DVV en AXA in de toekomst nog duurzamer te maken.

Tenslotte worden de sterke en de zwakke punten samengevat in een tabel die enkele aanbevelingen bevat en waarbij ook nog enkele bemerkingen worden gegeven.

DEEL 1: Duurzame ontwikkeling

1 Wat is duurzame ontwikkeling?

1.1 Het begrip “duurzame ontwikkeling”

Het begrip “duurzame ontwikkeling” is ontstaan in de jaren tachtig. Nationaal en internationaal groeide het inzicht dat de aantasting van het milieu veel grootschaligere effecten heeft dan alleen maar lokaal. Men zag in dat veranderingen in de atmosfeer, verlies van landbouwgrond door droogte en uitputting en vermindering van voorraden iedereen zou treffen op lange termijn. Om dit tegen te gaan, zouden menselijke gedragingen, en in het bijzonder het economisch systeem moeten veranderen

De “World Commission on Environment and Development”, kortweg de “Brundtland commissie” (zie infra) genoemd, formuleerde in 1987 een samenhangende visie op economische ontwikkeling met behoud van milieu en ecologie. Men doopte dit “duurzame ontwikkeling” en definieerde het als volgt:

“meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”.¹

Duurzame ontwikkeling is een ontwikkeling waarbij aan de behoeften van de nu levende generatie tegemoet wordt gekomen, zonder dat daardoor de mogelijkheden van toekomstige generaties om in hun behoeften te voorzien, in gevaar worden gebracht. Een definitie van duurzaamheid aan de hand van drie afzonderlijke elementen (economie, milieu en sociaal) kan tot gevolg hebben dat elk element afzonderlijk wordt beschouwd in plaats van een samenhangend geheel te zien. Desondanks wordt deze “triple bottom line”² algemeen aanvaard en worden de drie pijlers gezien als een complex en onlosmakelijk verbonden geheel.

Economische groei kan niet duurzaam zijn zonder aandacht voor de kwaliteit van de leefomgeving en het beschikbaar blijven van alle hulpbronnen (de wereld als ‘voorraadkast’ voor de economie). Economische groei is nodig voor de goede zorg voor het milieu en verbetering van de leefomgeving van veel mensen. Beide kunnen niet zonder elkaar.

De Brundtland-definitie is erg algemeen en niet direct toepasbaar. Daarom worden in de praktijk ‘vertalingen’ van de definitie gehanteerd, toegespitst op specifieke situaties. Ook de verzekeringswereld formuleert haar eigen doelstellingen en oplossingen.

De meest voorkomende componenten van een praktische invulling van duurzaamheid zijn gericht op zes elementen:

1. aandacht voor de kwaliteit van het leven;
2. consumptiepatronen, meer gericht op kwaliteit dan op kwantiteit;
3. economische activiteiten, meer gericht op dienstverlening dan op het leveren van producten;
4. dematerialisatie, meer hergebruik en toepassen van blijvende bronnen (energie en materialen);

¹ Basismodule Duurzame Technologie, p.6

² “triple bottom line”: *People* (zorg voor mensen), *Planet* (zorg voor milieu), *Profit* (zorg voor rendement).

5. aandacht voor persoonlijke ontwikkeling en expressiemogelijkheden;
6. zorg voor biodiversiteit.

Ondanks initiële verschillen, zal ieders uiteindelijke doelstelling wel overeen komen: “meer doen, met minder: voor meer mensen meer welvaart, met minder gebruik van grondstoffen en minder belasting van het milieu”. Ook is duurzame ontwikkeling onlosmakelijk verbonden met mondiale ontwikkeling en welvaartsgroei. Dat is de basis van de Brundtlandstudie.

1.2 Brundtland

Op de eerste Conferentie van de Verenigde Naties omtrent de menselijke leefomgeving te Stockholm in 1972 werd besloten tot de oprichting van een milieubureau en een milieuprogramma. Het doel was milieueactiviteiten te coördineren en de fundamentele inzichten bespreekbaar te maken. Het United Nations Environmental Programme (UNEP) heeft een belangrijke rol gespeeld bij de totstandkoming van verschillende internationale milieuverdragen zoals het verdrag ter bescherming van de ozonlaag (Wenen 1985) en het Montreal Protocol (1987).

Omdat duidelijk werd dat aantasting van het milieu niet alleen een gevolg was van overontwikkeling, maar evenzeer van een gebrek aan ontwikkeling, stelden in 1983 de Verenigde Naties de “World Commission on Environment and Development” in onder voorzitterschap van de Noorse premier Gro Harlem Brundtland. Doel was een visie op de ontwikkeling van “duurzame ontwikkeling” op te stellen. De voornaamste uitdaging daarbij was het combineren van economische groei (ook in de Derde Wereldlanden) met het terugdringen van milieuverontreiniging en het behoud van de natuurlijke hulpbronnen.

Het eindrapport dat in 1987 verscheen had als titel “Our Common Future” en wordt ook wel het Brundtland-rapport genoemd. In dit rapport wordt een verband gelegd tussen enerzijds de ontwikkelingscrisis met een toenemende verarming van steeds meer mensen en anderzijds de milieucrisis met een wereldwijd verslechterende milieukwaliteit. Aangetoond werd dat in het conflict tussen economie en ecologie kritische grenzen overschreden dreigden te worden. De Brundtland commissie toont echter ook aan dat een structurele oplossing via duurzame ontwikkeling mogelijk is. De aanbevelingen die de commissie doet, richten zich zowel op het Noorden als op het Zuiden. Concreet komt dit erop neer dat het Noorden zich moet richten op technologische vernieuwing en op besparing van grondstoffen, terwijl in het Zuiden armoedebestrijding de hoogste prioriteit verdient.

1.3 Duurzaamheid in de 21^{ste} eeuw

Duurzaam ondernemen, ook wel maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) genoemd, is een begrip dat sinds enkele jaren duidelijk in de lift zit. In essentie gaat het hierbij over het evenwicht tussen de economische, ecologische en sociale overwegingen, en dit in samenspraak met de verschillende betrokken *stakeholders* of belanghebbenden. Een onderneming dient oog te hebben voor het in evenwicht brengen van de drie pijlers van de “triple bottom line”: *People* (zorg voor mensen), *Planet* (zorg voor milieu), *Profit* (zorg voor rendement). Daarnaast dient ze in dialoog te treden met haar werknemers, aandeelhouders, leveranciers, klanten, de omwonenden, de overheid en andere belanghebbenden.

De samenleving aan het begin van de 21^e eeuw is niet bepaald duurzaam te noemen. De manier waarop wij “resources” (grondstoffen, energie en ruimte) gebruiken is niet echt verstandig. De eindigheid ervan begint immers duidelijk zichtbaar te worden. Als we de

wereld ook voor de toekomstige generaties aantrekkelijk willen houden, zijn er drastische veranderingen nodig. Bovendien moeten we zorgen dat deze resources eerlijker verdeeld worden voor de mensen die nu leven.

Niet alleen het gedrag van de mensen zal moeten veranderen, ook technologische vernieuwingen zullen moeten worden ontwikkeld en toegepast. Dit vraagt niet alleen een fundamenteel en toegepast onderzoek maar ook veranderingen in de manier waarop bedrijven handelen. Van toekomstige ingenieurs zullen andere talenten vereist worden dan tot voorheen. De ingenieur zal duurzaam moeten leren denken. Dit houdt in dat, wanneer een nieuw product of proces ontworpen wordt, niet alleen de traditionele afwegingen moeten gemaakt worden (technische kwaliteit, levensduur en kostprijs), maar ook dat het belang van duurzame ontwikkeling als vanzelfsprekend wordt meegewogen. Doorgaans is dat niet makkelijk. Om het goed te doen, moet vaak veel meer dan alleen het product of proces *zelf* bekeken worden, maar ook het systeem waartoe het behoort, en de manier waarop het gebruikt zal worden. De ingenieur zal ook moeten nagaan wat de gevolgen zijn van de beslissingen die hij/zij neemt. De duurzame ingenieur neemt verantwoordelijkheid voor wat hij/zij doet.

1.4 Criteria voor duurzaamheid

Beoordelen of iets duurzaam is, en hoe duurzaam dan wel, is heel lastig. Kwantitatieve criteria met betrekking tot milieu- en ecologische criteria, die meestal technisch vertaald zijn in bijvoorbeeld energie- en materiaalgebruik, procent hergebruik of hernieuwbaarheid,... vallen nog wel vast te stellen. Met betrekking tot de ontwikkeling van welvaart en welzijn, zijn bruikbare criteria nog nergens geformuleerd.

Het gevolg is dat er in de praktijk twee soorten criteria zijn ontstaan voor duurzaamheid. Eén die sterk technologisch-ecologisch is gericht, veelal kwantitatief, geeft het verbruik van grondstoffen en energie aan. Het andere criterium probeert meer aspecten bij de beoordeling te betrekken, zoals bijvoorbeeld eerlijkere welvaartsverdeling en kwaliteit van het leven. Er zijn bedrijven die experimenteren om dit ook in hun duurzaamheidsvaluatie mee te nemen. Financiële instellingen doen dit bijvoorbeeld bij het samenstellen van 'groene beleggingsfondsen'. Maar ook grote industrieën willen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid tonen via de 3 P's van "the triple bottom line". In 1997 introduceerde John Elkington het concept van de triple bottom line: People; Planet, Profit. Duurzaam ondernemen is volgens dit concept gebaseerd op het creëren van waarde in drie dimensies:

1. People: wat sociaal rechtvaardig is volgens mensen binnen en buiten de onderneming;
2. Planet: wat ecologisch duurzaam is;
3. Profit: wat economisch toegevoegde waarde schept.

De triple bottom line is gebaseerd op een win-win-winsituatie. Men wil namelijk winst voor de samenleving, winst voor het milieu en toereikende (niet maximale) winst voor de onderneming.



People



Planet



Profit

2 De verschillende facetten van duurzame ontwikkeling

2.1 Economie en duurzaamheid

In het menselijk handelen, als producent of als consument, staat het economisch denken vaak centraal. Het is daarom onvermijdelijk om binnen het kader van duurzaamheid aandacht te besteden aan het economisch aspect. Willen we in het maatschappelijk handelen duurzaamheid bereiken, dan zal duurzaamheid 'economisch verantwoord' moeten zijn of worden.

Een belangrijke economische vraag die we ons moeten stellen, is: "Wanneer heeft een object waarde?" Vraag en aanbod bepalen de marktwaarde (de prijs). Deze moet van die aard zijn, dat ze een voldoende compensatie is voor de producent / eigenaar van het object. Voor de koper moet de prijs lager zijn dan de "waarde" die hij toekent aan de verwerving en het gebruik van het object. Dit marktmechanisme werkt behoorlijk indien de ruil op vrijwillige basis tot stand komt en er als gevolg van de ruil geen "derden" bevoor- of benadeeld worden. En hier wringt de "duurzame schoen".

Voorbeeld: Bananen van Max Havelaar zijn duurder dan bananen van Chiquita. Reden hiervoor is dat de bananenboer van Max Havelaar eerlijk vergoed wordt voor zijn inspanningen. De bananenboer van Chiquita moet het stellen met minder. De mensen die Max Havelaar-bananen kopen doen dit vrijwillig. Eerlijke handel is ook een vorm van duurzame ontwikkeling. Toch verkoopt Chiquita veel meer bananen. De mensen zijn met andere woorden nog niet allemaal even duurzaam.

2.2 Cultuur en duurzaamheid

Cultuur en maatschappij bepalen sterk wat er in een samenleving als probleem gedefinieerd wordt en ook in welke richting er over oplossingen gedacht wordt. Wat elke mens wel en niet belangrijk vindt is het gevolg van wat men in zijn leven aan normen en waarden heeft meegekregen van ouders, leraren, media, reclame, vrienden, ... Deze normen en waarden bepalen waarnaar een persoon streeft. Waarden en normen zijn cultuurgebonden.

Iedere kleine verandering van omstandigheden (geringe temperatuurverandering of milieuschade) zal nauwelijks merkbaar zijn. Maar alle kleine veranderingen bij elkaar opgeteld kunnen fataal zijn. Vandaar dat men er van uit gaat dat ook kleine veranderingen niet getolereerd mogen worden. Dit wordt vaak geïllustreerd met het verhaal van de kikker in de pan.

Het verhaal van de kikker en de pan³

Gooi een kikker in een pan met kokend water en hij zal er met dezelfde vaart weer uitspringen.

Echter, wanneer je een kikker in een pan met koud water gooit zal hij rustig blijven rondzwemmen. Als het vuur onder de pan vervolgens wordt aangezet, zal de kikker wel merken dat het water steeds warmer wordt, maar hij went iedere keer aan de langzaam oplopende temperatuur. Tegen de tijd dat de temperatuur echt levensbedreigend wordt, is de kikker al zodanig versuft, dat hij niet meer in staat zal zijn uit de pan te springen en zich in veiligheid te brengen.

³ Basismodule Duurzame Technologie, p.50

Vooral bij evoluties op wereldschaal, zoals het broeikas effect en de verdunning van de ozonlaag, is het onmogelijk om de effecten op lange termijn te voorspellen. Daarom moet het zekere voor het onzekere worden genomen en zoveel mogelijk worden geprobeerd om iedere verzwaring van het probleem te voorkomen. Nu investeren in maatregelen om straks, als het niet meer kan, geen spijt te krijgen. Men noemt dit ook wel het “no regret-beleid”. Je kan het vergelijken met het betalen van een verzekeringspremie: je weet niet zeker of je auto wordt gestolen, maar niemand is verwonderd als je je auto laat verzekeren tegen diefstal.

2.2.1 Verandering

Maatschappelijk gezien, moet geprobeerd worden een koers uit te zetten die de hele samenleving duurzamer maakt, maar duurzaamheid is een onderwerp dat concurreert met andere onderwerpen op de maatschappelijke agenda.

Als je mensen vraagt wat ze denken over een duurzame samenleving dan is iedereen pro. Toch zijn er veel maatschappelijke weerstanden:

1. “de investeringen in het terugdringen van de uitstoot van gevaarlijke stoffen kunnen we de komende jaren niet opbrengen...”;
2. “als onze concurrent het niet doet, kunnen wij er ook niet aan beginnen, want dan worden we te duur”;
3. “de consument is er nog niet aan toe”;
4. “duurzaamheid? we kunnen niet met elke mode meegaan”.

Duurzame ontwikkelingen krijgen tot op heden enkel een impuls door rampen zoals bijvoorbeeld watersnood. Elke mens zal zijn gedrag moeten veranderen om tot een duurzame samenleving te komen. Zolang men niet beseft dat er een groot probleem is zal men niet komen tot een dergelijke duurzame samenleving.

2.2.2 Duurzaamheid in bedrijf

Kostenbeperking, kwaliteit, klant- en marktgerichtheid, veiligheid en milieu zijn allemaal aspecten die de afgelopen decennia als kernaandachtspunten in bedrijven zijn geïntroduceerd. Eerst bleef dat beperkt tot specialisten die coördineerden en aanwijzingen gaven. Maar meer en meer werd het ‘geïnternaliseerd’. Er kwamen aanbevelingen, normeringen, cursussen en certificaten, waardoor iedereen bij zijn of haar activiteiten die aspecten bewust in acht moest nemen.

Duurzaamheid past in dat rijtje van kernaandachtspunten. Hier geldt nog sterker dan bij de andere dat het niet werkt om er apart en achteraf iets aan te doen. Duurzaamheid betekent ook een verandering in de wijze van produceren en het ontwerpen van andere producten.

Voor een bedrijf is echter niet zozeer maatschappelijke verantwoordelijkheid cruciaal, maar wel de winstgevendheid en overlevingskansen op lange termijn. Daarom biedt duurzaamheid een uitdaging voor bedrijven.

2.3 Duurzaamheid als strategie

2.3.1 Wat is een strategie?

Ondernemingen hebben een reden van bestaan. Ze nemen een plaats in de samenleving in die vaak meer behelst dan alleen het voortbrengen van producten en diensten. Dat komt omdat er nogal wat *stakeholders* zijn zoals de directie, de werknemers, de klanten, de omgeving, ... Met de belangen van deze stakeholders moet een bedrijf rekening houden. Doet ze dat niet, dan kan haar imago geschaad worden, wat zijn weerslag heeft op het commercieel resultaat.

2.3.2 Waarom een strategie?

Veranderingen in de maatschappij zijn "normaal". Ook voor ondernemingen zijn veranderingen normaal. Het tempo van de veranderingen neemt alsmaar toe. Verantwoordelijk hiervoor zijn de toenemende concurrentie, de globalisering van de wereldeconomie en de mogelijkheden van de informatietechnologie. Ook het gedrag van de klant verandert. Keek hij eerst naar het product, de kwaliteit en de prijs ervan, dan kijkt hij nu meer naar wat de leverancier hem kan bieden, welke bijkomende voordelen hij krijgt, ... Het vervullen van zijn behoeften staat centraal, en de onderneming die dat het beste doet krijgt hem als klant. De strategische functie van de onderneming wordt daardoor steeds belangrijker. Het missen van marktmogelijkheden of het niet tijdig reageren op marktveranderingen en acties van de concurrentie zijn schadelijk voor de onderneming.

3 Duurzame ontwikkeling in financiële instellingen.

3.1 Het begrip “duurzame ontwikkeling” voor financiële instellingen

Men gaat er vanuit dat een onderneming niet louter dient te worden beoordeeld op haar financiële prestaties, maar dat ook sociale en ecologische aspecten mee in overweging moeten worden genomen. De onderneming moet haar activiteiten richten op waardecreatie op lange termijn in drie dimensies, namelijk *People, Planet, Profit*. Kenmerkend voor deze triple bottom line is de koppeling van MVO⁴ aan de bedrijfsactiviteiten van de onderneming.

Duurzaam ondernemen betekent voor een financiële instelling dat men verantwoord moet omgaan met de maatschappelijke effecten van haar financiële activiteiten. Een financiële instelling is maatschappelijk verantwoordelijk voor het eigen handelen en het handelen van de handelspartner op het moment dat ze een verzekering afsluit of geldtransacties uitvoert.

Er bestaat al een mooi aanbod van duurzame financiële diensten, zoals duurzame aandelenfondsen, groene autoverzekeringen, ... Verder zijn er voor financiële instellingen nog vele mogelijkheden om duurzame producten op de markt te brengen. Verzekeringsmaatschappijen kunnen opteren voor de verduurzaming van pensioenen, levensverzekeringen, schadeverzekeringen en bedrijfsrisicoverzekeringen.

3.2 Hoe kan een financiële instelling MVO op een structurele wijze inbedden in haar organisatie?

De Vereniging Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling⁵ (VDBO) heeft een handleiding opgesteld voor financiële instellingen die aandacht willen besteden aan MVO. In deze handleiding is een stappenplan voor MVO opgenomen. Dit MVO stappenplan kan worden afgestemd op de doelstellingen van de organisatie en ingepast in het huidige managementsysteem van de organisatie.

MVO stappenplan⁶: Tien stadia van ontwikkeling van een duurzame onderneming

	Ontwikkelingsstadium	Rol van de overheid	Oriëntatie
10	Duurzame ontwikkeling	Overheid op een afstand	Mondiaal
9	Sociale aspecten		
8	Samenwerken		
7	Geïntegreerd milieumanagement	Overheid als coach	Lokaal georiënteerd
6	Product management / productketens		
5	Milieuzorgsysteem / openbaar milieuverslag		
4	Preventie / procesgeïntegreerde oplossingen	Overheid controleert actief	Lokaal georiënteerd
3	Huidige milieutechnische standaarden / milieuvergunningen in orde		
2	Minimale milieustandaarden		
1	Achterblijver / overtreder van de wet	Overheid : handhaven of sanctioneren	Lokaal georiënteerd

Niet elke onderneming die van start gaat met duurzaam ondernemen zal de 10 bovenstaande stadia moeten doorlopen. Een financiële instelling haalt in tegenstelling tot een chemisch bedrijf zijn winst meer extern, waardoor deze zich sneller dan het chemisch bedrijf op de stappen 8 en 9 kunnen richten.

⁴ MVO: Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen

⁵ VDBO: <http://www.vdbo.nl>

⁶ Maatschappelijk verantwoord ondernemen door financiële organisaties, p.6

Ondernemingen die zich in het eerste stadium bevinden overtreden de wet- en regelgeving. Ze hebben geen oog voor duurzame ontwikkeling. Hier zal de overheid moeten optreden door deze ondernemingen te sanctioneren.

Ondernemingen in het tweede, derde en vierde stadium respecteren de wetten en de regels die de overheid heeft opgelegd. Ze voelen zich nog niet maatschappelijk verantwoordelijk. Het is de taak van de overheid om hen aan te sporen duurzaam te worden.

Ondernemingen die zich in het vijfde, zesde en zevende stadium bevinden zijn maatschappelijk verantwoordelijk. Ze proberen de nadelige effecten te minimaliseren en aanvaardt verantwoordelijkheid voor problemen bij bijvoorbeeld milieuschade. Ze houden ook rekening met de behoeften van de belanghebbenden en gaan zonodig de dialoog met hen aan.

Ondernemingen in het achtste en negende stadium voelen zich betrokken bij maatschappelijke vraagstukken zoals criminaliteit of milieuproblemen en ze zullen dan ook proberen actief bij te dragen aan oplossingen.

Ondernemingen in het tiende stadium tenslotte kunnen zichzelf duurzaam noemen vermits ze hoge economische, sociale en ecologische eisen aan henzelf stellen.

De implementatie van MVO staat of valt met de houding en inzet van de leidinggevenden of het management. Dit kost namelijk veel tijd en energie. Ondernemingen zullen moeten beseffen dat de implementatie van MVO op lange termijn veel oplevert namelijk een win-win-winsituatie, met winst voor het milieu, voor de samenleving en voor de onderneming zelf.

4 Ethibel en GRI, indicatoren voor duurzaamheid

4.1 Ethibel

Ethibel⁷ is een onafhankelijk adviesbureau voor duurzaam en ethisch beleggen, dat banken en beursvennootschappen ondersteunt bij hun aanbod van duurzame spaar- en beleggingsformules. Om de kwaliteit van dergelijke financiële producten op de Belgische en Europese markt te garanderen, hanteert Ethibel een eigen Europees keurmerk. De criteria voor het sociaal-ethische bedrijvenonderzoek omvatten alle aspecten van de maatschappelijke verantwoordelijkheid van ondernemingen.

Ethibel slaat een brug tussen de bedrijven en de financiële wereld enerzijds en de sector van de NGO's en het publiek anderzijds. Dankzij directe contacten met de bedrijven en hun "stakeholders", speelt Ethibel een rol in het stimuleren van het duurzaam ondernemen. Ethibel heeft een schema opgesteld van objectieve criteria voor de screening van bedrijven op duurzaamheid.

4.2 Ethibel's evaluatieregister

Het evaluatieregister is een uitgebreide checklist van duurzaamheidscriteria die een beeld geven van de mate waarin een bedrijf haar maatschappelijke rol ernstig neemt. Het register is onderverdeeld in vier domeinen: het interne sociale beleid, het milieubeleid, het externe sociale beleid en het ethisch-economisch beleid. Samen bestrijken deze vier domeinen de volledige maatschappelijke verantwoordelijkheid van ondernemingen. Aan elk van de vier domeinen wordt bij de evaluatie evenveel belang gehecht.

4.2.1 Intern sociaal beleid

Bij het sociale beleid worden de kwaliteit van de arbeid en de maatschappelijke bijdrage van een bedrijf onder de loep genomen. Concreet evalueert men de arbeidsinhoud, de arbeidsvoorwaarden, de arbeidsomstandigheden en de arbeidsverhoudingen.

Items voor onderzoek zijn onder andere:

- de evolutie van de tewerkstelling;
- de aard van de contracten;
- de opleidingskansen voor werknemers;
- eerlijke en transparante communicatie;
- het veiligheidsbeleid op de werkvloer.

4.2.2 Milieubeleid

Op het vlak van milieuzorg bekijkt Ethibel de volledige interne organisatie en de productieketen. Beschikt het bedrijf over een omvattend milieuzorgsysteem en in welke mate is dit extern gecertificeerd?

⁷ Ethibel: <http://www.ethibel.be>

4.2.3 Extern sociaal beleid

Hoe vult de onderneming haar verantwoordelijkheid in tegenover haar omgeving? Wat is het beleid inzake mensenrechten? Het accent ligt hierbij op de vraag in hoeverre het bedrijf bijdraagt tot een duurzame, milieuvriendelijke en menswaardige samenleving. In dit verband wordt ook nagegaan in hoeverre een onderneming betrokken is bij praktijken die maatschappelijk ter discussie staan. Voorbeelden hiervan zijn wapenhandel, kernenergie, genetische manipulatie en dierproeven.

4.2.4 Ethisch-economisch beleid

Het onderzoek richt zich hier op de ethische aspecten van het economisch beleid van het bedrijf. De nadruk ligt op de mate waarin het bedrijf:

- erin slaagt haar economisch potentieel te vrijwaren en te versterken;
- streeft naar langdurige en constructieve relaties met klanten, leveranciers, aandeelhouders en overheid.

4.3 Global Reporting Initiative

Het Global Reporting Initiative⁸ (GRI) werd in 1997 opgezet door de “Coalition for Environmentally Responsible Economies” (CERES). Het GRI heeft als doel duurzaamheidsverslaggeving op hetzelfde niveau te brengen als financiële verslaggeving en de vergelijkbaarheid, geloofwaardigheid, nauwkeurigheid, tijdigheid en controleerbaarheid van de informatie in duurzaamheidsverslagen te bevorderen. Het GRI wordt actief gesteund door ondernemingen, accountancyorganisaties, vakbonden, investeerders, NGO's op sociaal en milieugebied en andere belanghebbenden van over de hele wereld.

Het Global Reporting Initiative is een internationaal initiatief gericht op het ontwikkelen en verspreiden van *Richtlijnen voor Duurzaamheidsverslaggeving*. Deze Richtlijnen kunnen op vrijwillige basis door organisaties gebruikt worden die verslag geven van de economische, sociale en milieudimensies van hun activiteiten, producten en diensten. Het doel van deze Richtlijnen is om organisaties en hun belanghebbenden te helpen bij het formuleren en analyseren van de bijdragen die zij leveren aan duurzame ontwikkeling.

De Richtlijnen zijn bestemd voor alle organisaties, ongeacht hun aard, omvang en locatie. Ze richten zich niet tot een bepaalde industrie of bedrijfstak.

Tot op heden bestaat er nog geen wetgeving rond duurzame ontwikkeling maar vanuit het bedrijfsleven, vanuit de overheid en vanuit de werknemersorganisaties is de vraag groeiende naar een algemeen aanvaard informatief kader voor duurzaamheidsverslaggeving.

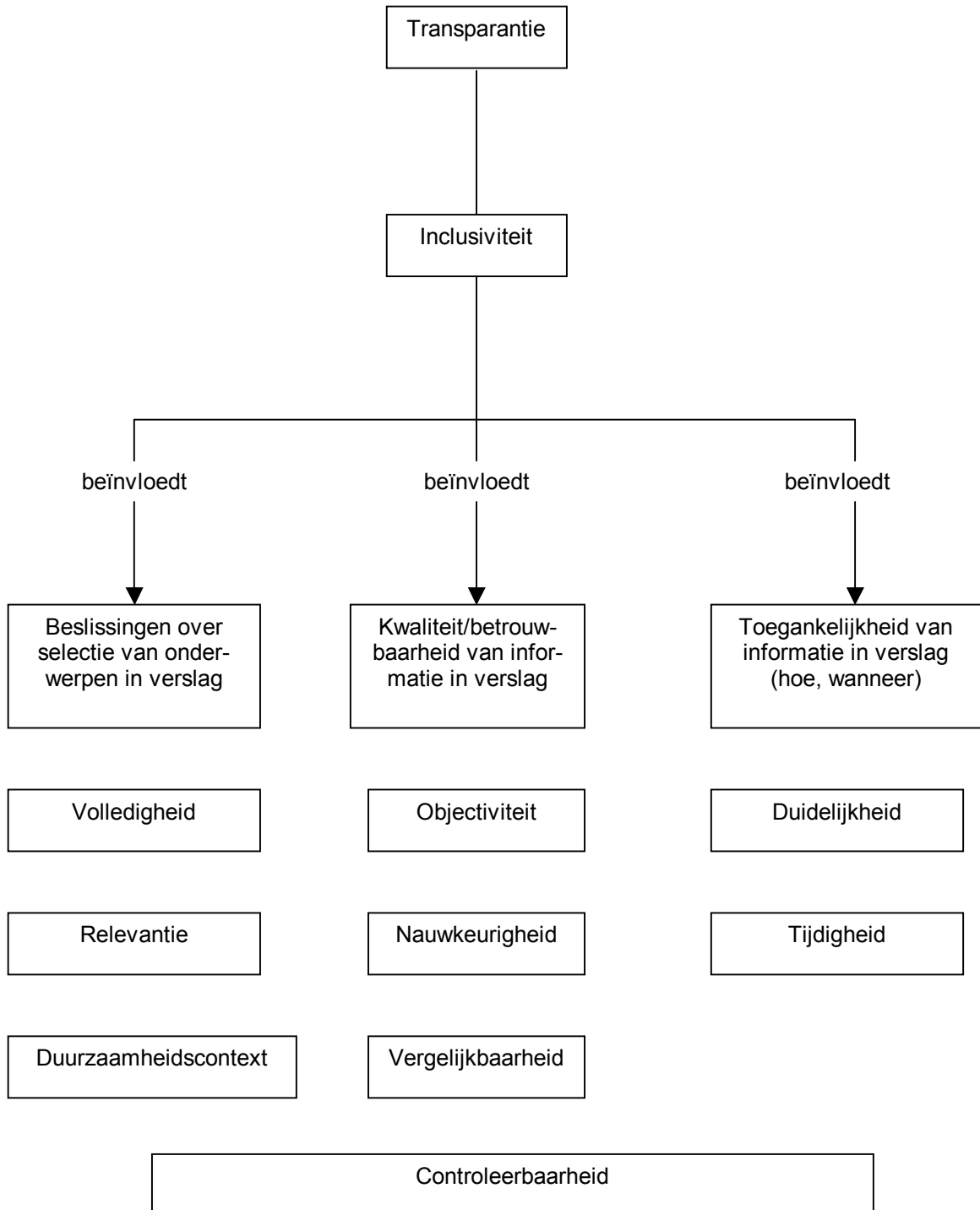
In de GRI-Richtlijnen wordt duurzaamheidsverslaggeving ingedeeld in economische, sociale en milieuprestaties (verwijzing naar de “triple bottom line”). Men heeft voor deze structuur gekozen omdat dit momenteel de meest aanvaarde definitie van duurzaamheid is.

⁸ Global Reporting Initiative: <http://www.globalreporting.org>

4.4 GRI-verslaggevingprincipes

In onderstaande figuur wordt aangegeven welke verslaggevingprincipes essentieel zijn voor het opstellen van een evenwichtig en logisch verslag van de economische, sociale en milieuprestaties van een organisatie.

Figuur : Verslaggevingprincipes⁹



⁹ Richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving 2002, p.31

Transparantie: Bij het opstellen van verslagen is volledige openheid over processen en procedures essentieel voor de geloofwaardigheid.

Inclusiviteit: Verslaggevende organisaties dienen op systematische wijze hun belanghebbenden te betrekken bij de verslaggeving en het verbeteren van de kwaliteit daarvan.

Volledigheid: In het verslag dient alle informatie te worden opgenomen die van belang is voor gebruikers die de economische, sociale en milieuprestaties van de verslaggevende organisatie willen evalueren. Deze informatie dient bovendien in overeenstemming te zijn met de aangegeven operationele begrenzing, reikwijdte en termijn.

Relevantie: Het belang dat men hecht aan bepaalde aspecten, indicatoren heeft betrekking op de drempelvoorwaarden waaraan informatie moet voldoen om belangrijk genoeg te zijn om in het verslag te worden opgenomen.

Duurzaamheidscontext: De verslaggevende organisatie dient haar prestaties te plaatsen in een breder kader van ecologische, sociale of andere beperkingen indien een dergelijke context de informatie in het verslag aanzienlijk verduidelijkt.

Nauwkeurigheid: Het nauwkeurigheidspincipe heeft betrekking op het bereiken van de hoge mate van nauwkeurigheid en een lage foutmarge die gebruikers in staat stelt om informatie in verslagen goed te beoordelen.

Objectiviteit: Verslaggevende organisaties dienen de informatie in hun verslagen op een onbevooroordeelde wijze te selecteren en te presenteren en dienen te streven naar een evenwichtige weergave van hun prestaties.

Vergelijkbaarheid: Verslaggevende organisaties dienen de operationele begrenzing en reikwijdte van hun verslagen consistent te houden, eventuele veranderingen openbaar te maken en eerder vermelde informatie te herformuleren.

Duidelijkheid: Verslaggevende organisaties dienen zich op de hoogte te stellen van de verschillen in achtergrond en behoeften van hun belanghebbenden en dienen informatie op een dusdanige manier beschikbaar te stellen zodat zoveel mogelijk gebruikers worden aangesproken, terwijl er tegelijkertijd voldoende details worden gegeven.

Tijdigheid: Verslaggevende organisaties dienen informatie regelmatig aan te bieden, op een manier die voldoet aan de behoeften van gebruikers.

Controleerbaarheid: Het vastleggen, compileren, analyseren en openbaar maken van gegevens en informatie in een verslag dient zodanig plaats te vinden dat interne controleurs en externe verificateurs de betrouwbaarheid kunnen bekrachtigen.

Alvorens het Ethibel-register en de GRI-indicatoren toe te passen op de autoverzekeringen voor jongeren zal eerst een woordje uitleg worden gegeven van hoe (auto)verzekeringen zijn ontstaan. Vervolgens wordt in deel 3 de autoverzekering voor jongeren bij DVV (België) gescreend en in deel 4 komt de screening van de autoverzekering voor jongeren bij AXA (Frankrijk) aan bod.

DEEL 2: Historiek van de autoverzekering

1 Oorsprong en historiek van de verzekeringen

De eerste vorm van verzekeren was nog niet echt verzekeren, maar eerder een vorm van solidariteit tussen mensen. Iedere persoon had immers nood aan bescherming tegen het noodlot en tegen mogelijke gevaren waaraan hij/zij zou kunnen blootgesteld worden. Deze solidariteit kwam tot uiting in familieverband, tussen buren en verwanten, maar ook in gemeenten en gemeenschappen. Iedereen binnen een bepaalde gemeenschap ging een ander helpen als deze problemen had.

Voor de eerste vorm van een “georganiseerde verzekering” moeten we terug gaan naar de tijd van de Feniciërs en de Babyloniërs. Dit is zo’n 2500 jaar voor onze tijdrekening. De Fenicische handelaars gingen immers afspraken maken met de kapitein van het schip die hun goederen vervoerde. Zo gingen ze ervoor zorgen dat hun goederen veilig op hun bestemming aankwamen of dat ze vergoed werden indien de goederen niet aankwamen. Bij de Babyloniërs gingen de handelaars en de karavaanleiders dit ook doen. In die tijd werden ze vaak aan bepaalde gevaren blootgesteld zoals struikrovers, elkaar beconcurrerende karavanen, gevechten en twisten.

In Neder-Egypte werd rond dezelfde periode de “onderlinge hulpkas” opgericht ten voordele van de steenkappers. Als één van hen een arbeidsongeval had, kon hij deze kas aanspreken om een vergoeding te krijgen.

In Europa zijn de zeeverzekeringen ontstaan rond de veertiende eeuw. Zij werden ook de “bodemerij” genoemd. De reder ging van een bankier het nodige geld lenen dat hij nodig had om zijn schip goed uit te rusten. Indien het schip niet terug kwam, dan hoefde de reder niets terug te betalen. Indien het schip wel terug kwam met de volledige lading, dan moest de reder de lening terug betalen vermeerderd met de helft van de waarde van de lading. Later werd deze premie wel goedkoper. De bankier betaalde aan de reder van wie het schip was vergaan een som geld om hem te vergoeden voor zijn verlies. Men kan dus wel zeggen dat op dat ogenblik reeds het echte verzekeringscontract is ontstaan en men noemde het toen ook al ‘polis’¹⁰. Het oudste contract zou dateren uit 1347. Met deze contracten kon men zich zowel tegen “piraterij” als “natuurrampen” verzekeren.

Bij ons voorzag men meestal zelf in de behoeften. In onze gewesten was men meer agrarisch georiënteerd. Ten tijde van Karel de Grote kwam hierin enige verandering omdat de handel begon op te leven. Toch kwam het handelsverkeer pas weer op gang na de kruistochten. Hiermee kwam ook de behoefte tot verzekeren weer tot stand. Samen met de bloeiende handel in specerijen, zijde en tapijten, ontstond er een nieuwe ‘koopmansstand’. Het middelpunt van deze handel was Venetië.

In de Middeleeuwen zorgden de “gilden” voor bijstand en hulp aan weduwen en wezen van hun overleden gezellen. In Engeland ontstonden omstreeks 1300 bepaalde fondsen om gevangenen van piraten vrij te kopen. Het oudste spoor van een heus verzekeringscontract vinden we in onze streken pas terug in 1318, toen Brugge met Firenze een contract afsloot voor het leveren van Vlaams laken.

In Engeland is de brandverzekering ontstaan samen met de oprichting van de oudste brandverzekeringsmaatschappij ‘Hand in hand’ in 1696. De aanleiding om deze maatschappij op te richten was een reusachtige brand die in 1666 in Londen woedde gedurende vier dagen. Deze brand vernielde ongeveer zo’n 13 000 huizen.

¹⁰ Dit is een Italiaanse uitdrukking die is afgeleid van het Byzantijnse woord voor ‘bewijs’.

Een zekere Edward Lloyd hield in 1688 een 'Coffee House' aan de haven open. Dit was de ontmoetingsplaats voor kooplieden, reders en bankiers. Hier zou de grondslag worden gelegd voor wat later één van de grootste verzekeringsmaatschappijen ter wereld zou worden, 'Lloyds'.

Wanneer een organisatie werd opgericht, gaf dit een impuls aan het ontstaan van verscheidene verzekeringsmaatschappijen. Engeland was hierin de koploper, maar ook in Hamburg zou al sinds 1591 de 'Feuerkasse' bestaan hebben. In Frankrijk, Nederland, Duitsland nam het aantal "brandkassen" steeds toe. België volgde deze landen maar langzaam. Toch mogen we niet vergeten dat onze contreien tot 1830 deel uitmaakten van de "Verenigde Nederlanden". De oudste verzekeringsmaatschappijen in ons land zijn de "Vrijheid aan de Schelde" (1762), de "Union des Dames" (1780) en "De Verenigde Eigenaars" (1821), waarvan Koning Willem I zelf aandeelhouder en stichter was.

De behoefte aan zekerheid werd aangewakkerd in de negentiende en vooral in de twintigste eeuw door de snelle economische groei. Vele van de huidige verzekeringsmaatschappijen vinden hun stichtingsdatum terug in de negentiende eeuw. Deze groei hield aan tot er op het einde van de twintigste eeuw reeds een bijna onnoemelijk aantal maatschappijen bestonden. Sedert enkele jaren is niet alleen de groei gestagneerd, maar neemt het aantal maatschappijen door fusies en opslorpingen weer af.

2 Oorsprong en historiek van de autoverzekering

Vanaf het begin van de twintigste eeuw reden er steeds meer voertuigen op onze wegen. Dit had natuurlijk tot gevolg dat er ook meer ongevallen gebeurden. Er kwam met andere woorden een grote nood aan een goede reglementering.

In 1906 werd een eerste wetsvoorstel ingediend waarbij men ging voorzien in een 'Gemeenschappelijk Waarborgfonds'. Dit fonds ging de slachtoffers van verkeersongevallen vergoeden indien deze ongevallen veroorzaakt werden met niet-geïdentificeerde voertuigen. Na dit wetsvoorstel was het enkele jaren stil rond dit onderwerp.

Tussen 1931 en 1940 werden er nog andere wetsvoorstellen ingediend, maar deze zijn zonder gevolg gebleven. Een uitzondering hierop is de wet van 24 mei 1937. Deze wet bood een eerste wettelijke bescherming aan de benadeelden van ongevallen. Deze benadeelden werden immers gezien als bevoorrechte schuldeisers.

Op 1 juli 1956 ontstond voor het eerst een definitief ontwerp van de wet over de verplichte aansprakelijkheidsverzekering inzake motorvoertuigen. In de loop van de jaren onderging deze wet verscheidene wijzigingen en dit resulteerde uiteindelijk in de wet van 21 november 1989. Op deze wet zijn de huidige contracten burgerlijke aansprakelijkheid (B.A.) motorrijtuigen gebaseerd.

In de jaren negentig traden een aantal koninklijke besluiten en wetten in voege zoals het KB van 3 februari 1992 en de wet op de landverzekeringsovereenkomst van 25 juni 1992. Deze wet zorgde voor ingrijpende veranderingen.

In bijlage I vind je een samenvatting van de wet van 1 juli 1956, de wet van 21 november 1989 en de wet van 25 juni 1992.

3 Enkele cijfers over de evolutie van verkeersongevallen

De hierna volgende tabel werd samengesteld door het Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid¹¹ (BIVV) aan de hand van gegevens uit het bestand van het Nationaal Instituut voor de Statistiek¹² (NIS).

Tabel: de evolutie van de verkeersongevallen en de soort slachtoffers van 1980 tot 2001.

	1980	1990	2000	2001	2001/2000 %	2001/1990 %
Letselongevallen	60.758	62.446	49.065	47.444	- 3,3	- 24,0
Doden 30 dagen (1)	2.396	1.976	1.470	1.486	+ 1,1	- 24,8
Ernstig gewonden	19.929	17.479	9.847	8.949	- 9,1	- 48,8
Doden 30 dagen + ernstig gewonden	22.325	19.455	11.317	10.435	- 7,8	- 46,4
Lichtgewonden	62.375	68.705	58.114	56.345	- 3,0	-18,0
Totaal slachtoffers	84.700	88.160	69.431	66.780	- 3,8	- 24,3
Bevolking op 1 januari	9.855.110	9.947.782	10.239.085	10.263.414	+ 0,2	+ 3,2
Motorvoertuigen op 1 augustus (uitgezonderd bromfietsen)	3.753.745	4.594.058	5.735.034	5.836.594	+ 1,8	+ 27,0
Voertuigkilometers (in miljard)	47,96	70,28	90,07	91,47	+ 1,6	+ 30,2

(1) doden 30 dagen: doden en dodelijk gewonden

Bron: NIS-BIVV

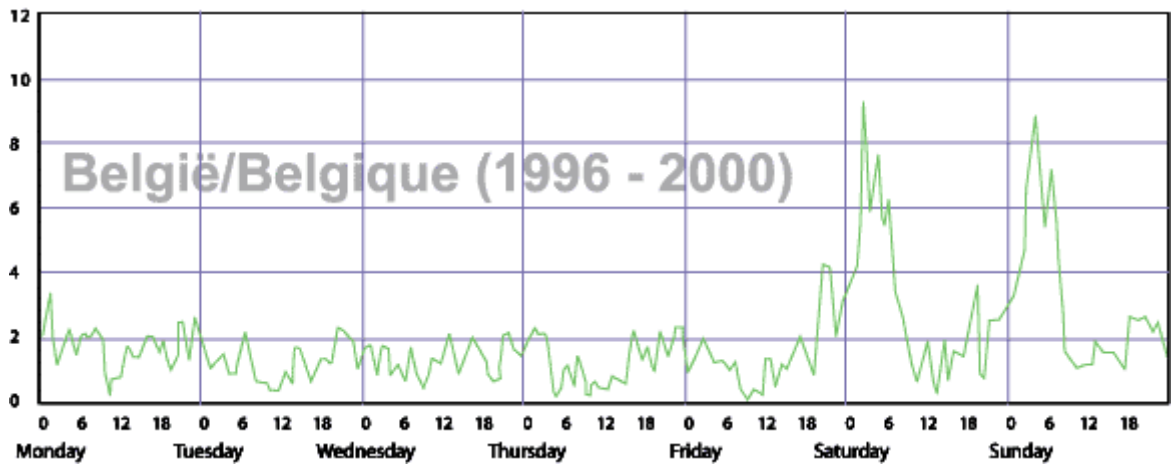
De evolutie wordt uitgedrukt in percent: $[(2001 - 1990)/1990] \times 100$

Een vergelijking van het jaar 1990 met het jaar 2001 toont ons dat het aantal ernstig gewonden sinds 1990 gedaald is. In 2001 is het aantal ernstig gewonden ten opzichte van 1990 gedaald met 48,8 percent. Als we 2000 met 2001 vergelijken zien we dat het aantal voertuigen is toegenomen met 1,8 percent en dat het aantal voertuigkilometers is toegenomen met 1,6 percent.

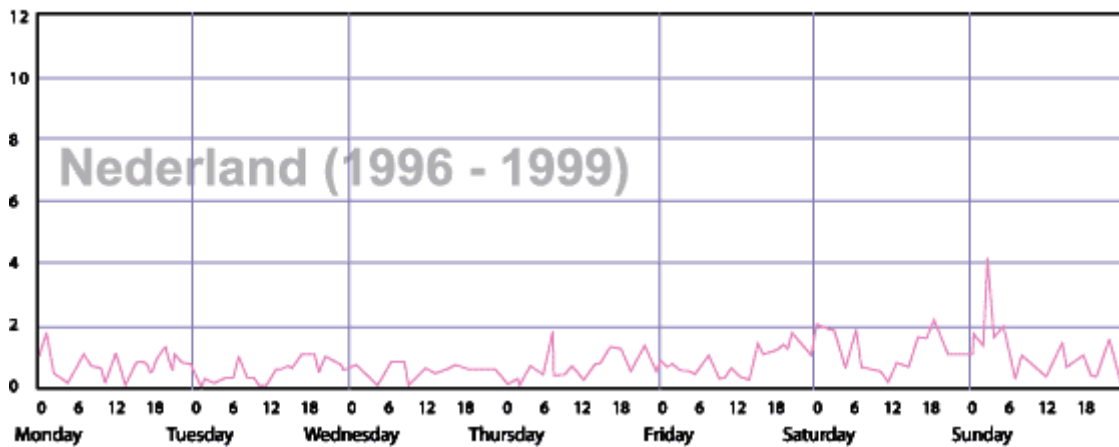
¹¹ Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid: <http://www.bivv.be>

¹² Nationaal Instituut voor de Statistiek: <http://www.nis.be>

De volgende twee grafieken tonen ons het aantal jonge verkeersslachtoffers volgens het uur van de ongevallen in België en in Nederland.



Bron: Responsible Young Drivers¹³

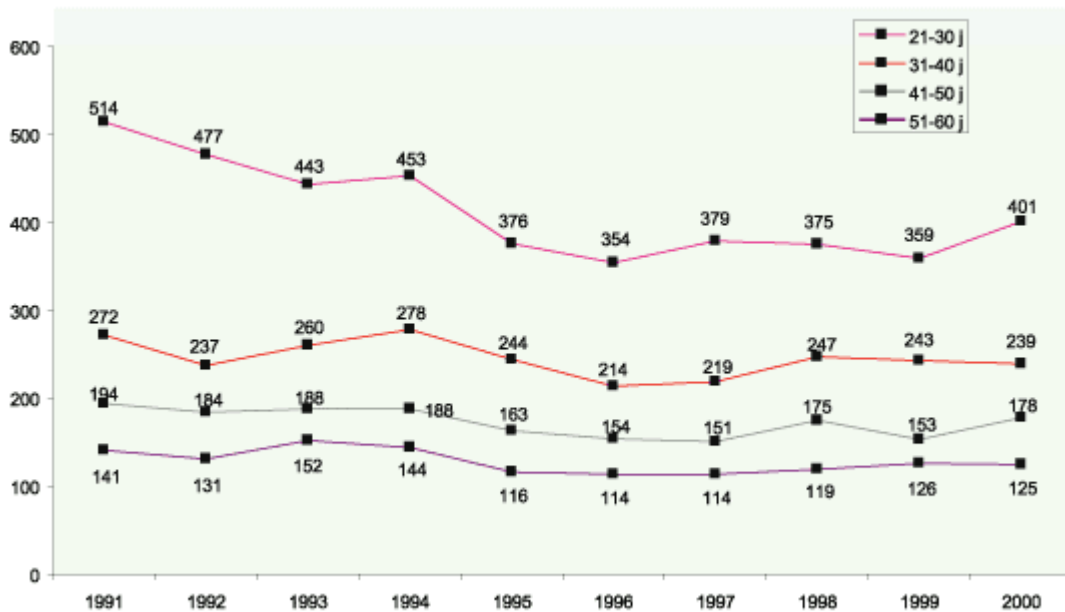


Bron: Responsible Young Drivers

De grafiek van België toont twee hoge pieken: de nacht van vrijdag op zaterdag en de nacht van zaterdag op zondag. De ongevallenstatistieken van Nederland zijn veel bemoedigender. Daar zijn de weekendnachten veel veiliger.

¹³ Responsible Young Drivers: <http://www.ryd.be>

De grafiek hieronder geeft het aantal verkeersslachtoffers weer per leeftijdscategorie. Deze toont aan dat de jongste leeftijdscategorie (minder dan 30 jaar) het grootste aantal verkeersslachtoffers telt.



Bron: Responsible Young Drivers

Uit de verkeersongevallenstatistieken¹⁴ van 2002 van het NIS blijkt dat er in dat jaar 1 315 verkeersdoden vielen. Ten opzichte van 2001 (1 486 verkeersdoden) neemt het aantal doden af met 12 percent, de tweede sterkste daling van de jongste 25 jaar. De Minister van Mobiliteit en Sociale Economie Bert Anciaux en het Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid zijn tevreden over deze goede resultaten. De grote belangstelling die de verkeersveiligheid in 2002 genoot heeft geleid tot deze goede resultaten.

De positie van België tegenover de andere EU-lidstaten is echter nog verre van ideaal. Met 12,8 doden per 100.000 inwoners zijn we ten opzichte van 2001 (14,5) een aantal plaatsen vooruitgegaan in de Europese ranglijst maar we zitten toch nog steeds bij de groep van minder goed presterende landen en we blijven nog steeds boven het Europese gemiddelde (10,3).

¹⁴ Ongevallenstatistieken 2002: sterke daling aantal doden, inspanningen verderzetten, BIVV, 5/5/2004

4 Actuele problematiek rond de autoverzekering voor jongeren

4.1 Inleiding

In maart 2001 heeft de Senaat een wetsontwerp ingediend om een beter toezicht op het nakomen van de verzekeringsverplichting te bekomen. Dit wetsontwerp heeft eveneens als doel een opvang voor klanten te voorzien als deze geweigerd worden bij de verzekeringsmaatschappij. Het is belangrijk dat iedereen de verplichting om zich te verzekeren nakomt. Als deze verplichting niet nagekomen wordt dan moet er een vangnet bestaan voor de onschuldige slachtoffers. In België staat het Gemeenschappelijk Motorwaarborgfonds¹⁵ (GMWF) in voor deze opvang. Het fonds beschikt over een terugvorderingrecht ten aanzien van de onverzekerde bestuurder, maar in de praktijk komt van dat recht weinig in huis omwille van het onvermogen van de betrokkene.

Het is moeilijk om te weten hoeveel bestuurders er zwart rijden. Op basis van het aantal schadegevallen met niet-verzekerden mag geschat worden dat er tussen de 50.000 en 100.000 voertuigen onverzekerd zijn. Dit cijfer ligt zo hoog omdat degenen die de verzekeringspremie willen uitsparen, speculeren op een lage pakkans of op niet al te zware sancties.

Nu is het zo dat sommige verzekeraars zich toespitsen op bepaalde markten of net bepaalde klanten weigeren, met name wanneer de kandidaat-verzekeringnemer één en ander op zijn automobilistgeweten heeft. Vermits het verplichte karakter van de autoverzekering zal een regeling moeten worden uitgewerkt om ook de minder aantrekkelijke klanten aan een verzekering te helpen.

In Frankrijk bestaat al jaren een Centraal Tariferingsbureau, waar de afgewezen automobilist een groene kaart kan verkrijgen. Op jaarbasis verwerkt het Franse bureau tussen duizend en tweeduizend dossiers, die meestal te maken hebben met overmatig drankgebruik. In het Tariferingsbureau berekenen verzekeraars en consumenten welke toeslag op het normale verzekeringstarief verantwoord is.

Ook in België zijn de verzekeraars bereid om met de verbruikers aan een dergelijke oplossing mee te werken. De verzekeraars steunen het wetsontwerp maar zij willen niet dat de verzekeringsmaatschappijen verplicht worden om een risico aan te nemen dat ze eerder hadden afgewezen.

4.2 De wet Monfils

De wet Monfils is gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 30 augustus 2002 en is opgebouwd uit drie peilers:

1. de toegang tot de B.A.-motorrijtuigen bevorderen via de invoering van het Tariferingsbureau;
2. de niet-verzekering bestrijden door gebruik te maken van de gegevensbank van het Gemeenschappelijk Motorwaarborgfonds (GMWF);
3. een beperking op de opzegmogelijkheden na een schadegeval.

In bijlage II vind je een uittreksel van het Belgisch Staatsblad met de volledige wet Monfils.

¹⁵ Gemeenschappelijk Motorwaarborgfonds: <http://www.fcga-gmwf.be>

4.2.1 Tariferingsbureau

Dit wordt uitgebreid behandeld in punt 4.3 hieronder.

4.2.2 De niet-verzekering bestrijden

Om de niet-verzekering te bestrijden in ons land zal gebruik gemaakt worden van de gegevensbank, Veridass genaamd, die door het GMWF beheerd wordt. Dit bestand maakt het mogelijk om gegevens van de ingeschreven voertuigen bij de “Dienst voor de Inschrijving van de Voertuigen” (DIV) te vergelijken met de gegevens van verzekeraars. Hierdoor kan het GMWF de niet-verzekerde voertuigen identificeren en de eigenaars ervan schriftelijk verzoeken om het bewijs van verzekering te leveren. Indien de schuldige dit bewijs niet binnen de maand kan leveren, zal de identiteit van de overtreder overgemaakt worden aan de politiediensten. Deze zullen dan het voertuig in beslag nemen.

Het is bijgevolg uitermate belangrijk om over een zo nauwkeurig mogelijke database te beschikken teneinde te vermijden dat verzekerden onnodig lastig gevallen worden door het GMWF.

4.2.3 De opzegmogelijkheid na schade wordt beperkt

Er wordt een wijziging aangebracht aan artikel 31 van de wet op de landverzekeringsovereenkomst van 25 juni 1992. Dit artikel handelt over de mogelijkheid die de verzekeraar zich voorbehoudt om de polis van een klant op te zeggen indien deze een schadegeval heeft gehad.

Indien de klant een schadegeval heeft gehad, en de verzekeraar naar aanleiding van dit schadegeval de verzekering opzegt, dan kan deze opzegging pas van kracht gaan drie maanden na de dag van de betekening van de opzegging. Hierdoor wordt de verzekeringsnemer meer tijd gegund om een andere verzekeraar te zoeken.

In geval van fraude in hoofde van de verzekeringsnemer, de verzekerde(n) of de begunstigde(n), mag de verzekeraar de verzekering opzeggen één maand na de dag van betekening. De verzekeraar moet hiervoor wel klacht hebben ingediend met burgerlijke partijstelling. De verzekeraar wordt enkel verplicht de schade te vergoeden indien:

- de verzekerde nadien niet vervolgd wordt;
- de verzekerde wordt vrijgesproken;
- de verzekeraar afstand doet van zijn vordering.

Specifiek voor de B.A.-motorrijtuigen wordt er een paragraaf ‘2bis’ toegevoegd aan artikel 31 van de wet op de landverzekeringsovereenkomst. Hierin staat dat de verzekeraar enkel de verzekering mag opzeggen na een schadegeval indien hij de schade aan de benadeelden heeft betaald of zal moeten betalen. De opzegging na een schadegeval zal de verzekeraar enkel kunnen doorvoeren indien de verzekerde aansprakelijk is voor het ongeval.

4.3 Het Tariferingsbureau

4.3.1 De oprichting van het Tariferingsbureau

Het Tariferingsbureau heeft als opdracht de premie en de verzekeringsvoorwaarden vast te stellen van de bestuurders die op de markt geen verzekering vinden of er slechts vinden aan een zeer hoog tarief. Het Bureau vertrouwt het beheer van deze risico's aan een bepaalde verzekeringsonderneming toe. Het resultaat van dit beheer is in de rekeningen van het GMWF opgenomen. Dat betekent dat alle verzekeraars die op de markt actief zijn, bijdragen aan de goede werking van het Tariferingsbureau.

In bijlage III vind je het KB van 9 januari 2003 dat de leden van het Tariferingsbureau benoemt.

4.3.2 De werking van het Tariferingsbureau

Wie kan zich tot het Tariferingsbureau richten?

Iedere persoon die verplicht is om een B.A.-motorrijtuigenverzekering te onderschrijven en die bij minstens drie verzekeraars werd geweigerd of iedere persoon die zich alleen mits een hoge premie of vrijstelling kan verzekeren.

Hoe weet de consument dat hij zich tot het Tariferingsbureau mag richten?

Iedere verzekeraar waartoe de consument zich richt, moet hem schriftelijk bevestigen dat de dekking wordt geweigerd of dat het voorstel voor de premie boven de wettelijke drempelwaarde ligt.

Tot wie kan de consument zich richten?

De consument kan zich enerzijds richten tot zijn gebruikelijke makelaar, agent of directe verzekeraar waar hij alle informatie kan krijgen die hij nodig heeft om een aanvraag bij het Tariferingsbureau in te dienen. Anderzijds kan de consument zich ook rechtstreeks richten tot het GMWF, aan wie de wetgever het dagelijkse beheer van het Bureau heeft toevertrouwd.

In bijlage IV vind je een tarifieringsaanvraag "B.A. Auto". Dit is één van de documenten die de consument van zijn verzekeraar kan krijgen.

Wat met de jonge, onervaren bestuurders?

Jonge bestuurders hebben onvoldoende ervaring waardoor zij grotere risico's lopen. Ze hebben moeilijkheden om een verzekeraar te vinden. Daarom wil het Tariferingsbureau ook deze bestuurders een kans geven. Jongeren die een auto met een laag vermogen besturen (minder dan 65 kilowatt) en die nooit een ongeval hebben veroorzaakt, zullen een dekking aangeboden krijgen voor een jaarlijkse premie van ongeveer 1.000 euro.

Wie verzekert de consument die door het Bureau werd getarifeerd?

Het Tariferingsbureau heeft het beheer van de risico's aan vier verzekeraars toevertrouwd (AXA Belgium, Fortis AG, Ethias en Winterthur). Iedere bestuurder die door het Bureau wordt getarifeerd, zal één jaar lang door één van deze verzekeraars worden gedekt. Deze zal zorgen voor de groene kaart en het contract.

De wet voorziet wel dat het eventuele verlies van het Tarifieringsbureau zal worden gedragen door alle verzekeringsondernemingen die in België actief zijn op de markt van B.A.-autoverzekeringen.

4.4 Het contract 29/29 voor de beginnende bestuurder

De problematiek van de toegang tot de B.A.-motorrijtuigenverzekering voor jonge beginnende bestuurders was één van de prioritaire dossiers van de verzekeraars en van de federale minister van Economie, Fientje Moerman (VLD). De minister bereikte hierover op 18 december 2003 een akkoord met de Beroepsvereniging der Verzekeringsondernemingen¹⁶ (BVVO). Dit akkoord wordt ook wel het “29/29-akkoord” genoemd. Dit akkoord is een contract voor een periode van twee jaar vanaf 1 maart 2004 en voorziet in een premie die gelijk is aan de premie voor een 29-jarige bestuurder verhoogd met maximaal 29 procent, vandaar de naam 29/29-akkoord. De beginnende bestuurder of “starter” is wel gebonden aan een aantal voorwaarden.

4.4.1 Kenmerken van de “starter”:

- de starter is minder dan 26 jaar oud;
- de starter is sinds minder dan drie jaar in het bezit van een rijbewijs;
- de starter is niet betrokken geweest in een verkeersongeval met omschreven verzwarende omstandigheden (dronkenschap, alcoholintoxicatie, drugs, vluchtmisdrijf);
- de starter is niet veroordeeld geweest wegens rijden in staat van dronkenschap of alcoholintoxicatie, drugs of snelheidsovertreding;
- het rijbewijs van de starter is nooit ingetrokken geweest;
- de starter is niet aansprakelijk geweest voor méér dan één ongeval waarbij hij schuld had.

4.4.2 Kenmerken van het voertuig van de “starter”:

- het gaat om een voertuig van het type ‘auto’ dat niet voor beroepsdoeleinden gebruikt wordt;
- het is een voertuig met een maximumvermogen van 60 kilowatt.

4.4.3 Verbintenissen van de “starter”

Bij het ondertekenen van zijn verzekeringscontract verbindt de starter er zich toe de volgende bijzondere voorwaarden na te leven:

- hij/zij is de (gebruikelijke) hoofdbestuurder van het verzekerde voertuig;
- hij/zij bestuurt het verzekerde voertuig niet van 24 uur ’s avonds tot de volgende dag 7 uur ’s ochtends op vrijdag, zaterdag, zondag, de dag voor wettelijke feestdagen en op wettelijke feestdagen. Uitzonderingen op deze regel zijn overmacht en op de woon-werk-weg;
- hij/zij vervoert niet meer dan twee passagiers in het verzekerde voertuig;

¹⁶ Beroepsvereniging der Verzekeringsondernemingen: <http://www.assuralia.be>

- hij/zij vertrouwt het verzekerde voertuig niet toe aan een bestuurder die in de loop van de laatste drie jaar:
 - ✓ betrokken is geweest in een verkeersongeval met omschreven verzwarende omstandigheden (zie supra);
 - ✓ veroordeeld is geweest voor rijden in staat van dronkenschap, drugs, ... ;
 - ✓ het voorwerp is geweest van een intrekking van het rijbewijs;
 - ✓ meer dan één ongeval waarbij hij/zij schuld had, veroorzaakt heeft.

4.4.4 Gevolgen van de niet-naleving van het 29/29-contract

De beginnende bestuurder die één van zijn verbintenissen niet naleeft, verliest het voordeel van de “startervoorwaarden”. Voor hem gelden dan de normale tariefvoorwaarden.

De starter verliest de startervoorwaarden in de volgende situaties:

- vanaf het eerste ongeval waarbij hij/zij schuld heeft en dat zich na het afsluiten van het contract heeft voorgedaan;
- in geval van een ongeval veroorzaakt tijdens de uren tijdens dewelke de starter er zich toe verbonden heeft het voertuig niet te besturen, of in geval van een ongeval met omschreven verzwarende omstandigheden (zie supra);
- in geval van een ongeval waarin het voertuig betrokken is terwijl er meer dan drie personen aan boord zijn.

In bijlage V vind je het 29/29-akkoord tussen de Minister van Economie en de BVVO, inclusief alle voorwaarden waaraan ‘starter’ en verzekeraar moeten voldoen.

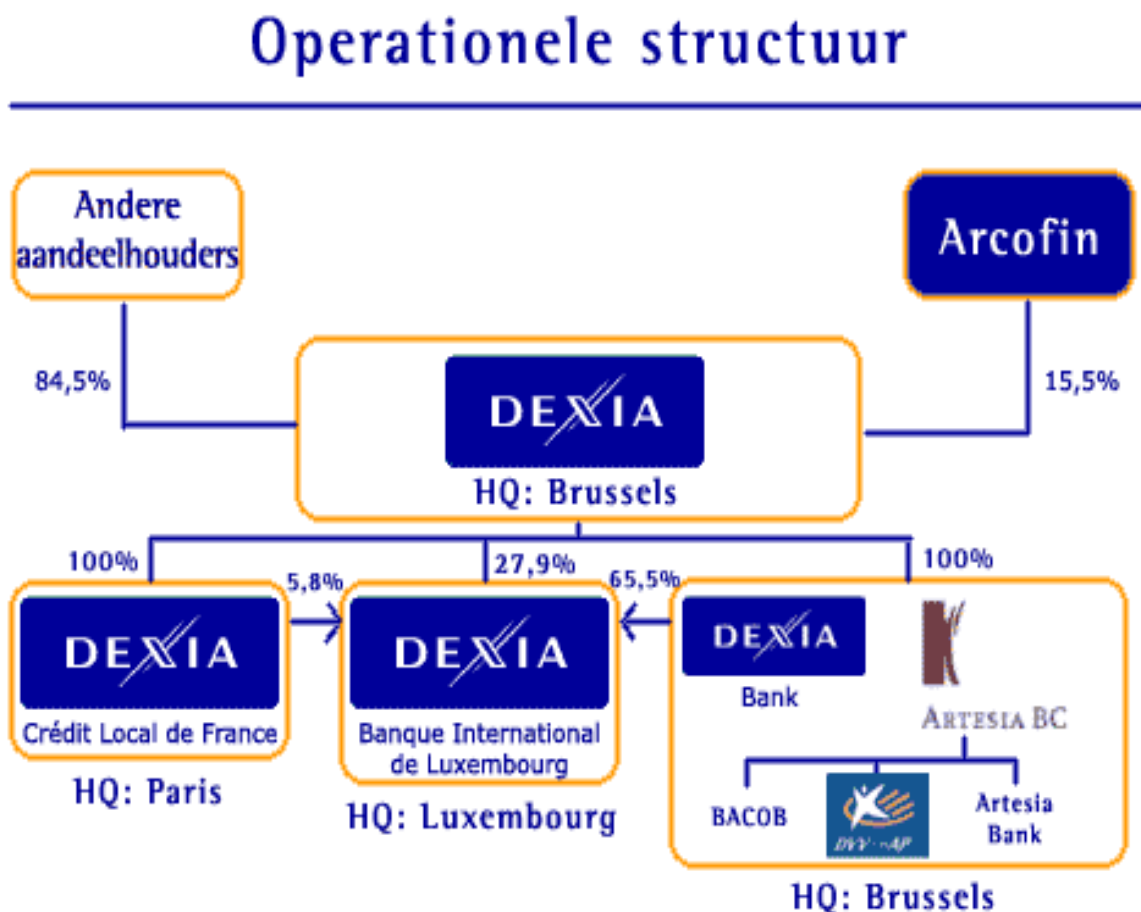
DEEL 3: DVV-autoverzekeringen screenen op duurzaamheid

1 Wie is DVV?

1.1 Structuur

Door de overname van Artesia BC maakt De Volksverzekering (DVV) sinds 2001 deel uit van de Dexia-groep.¹⁷

Figuur: structuur van de Dexia-groep



Dexia is genoteerd op de beurzen van Brussel, Parijs en Luxemburg. Met een beurskapitalisatie van 19 miljard euro op 31 december 2001, is Dexia de tiende grootste bank van de Eurozone. Het Dexia-aandeel bekleedt een goede positie binnen de Euronext 100, de CAC 40 en de BEL 20.

Binnen de Dexia-groep telt DVV zelf verschillende dochterondernemingen, actief op het vlak van verzekering (Corona Direct), herverzekering (Eurco International) en onroerend goed (Livingstone Building).

DVV gaat er van uit dat iedereen uniek is en dat iedereen verschillende wensen en behoeften heeft. Vanuit deze vaststelling biedt DVV een optimale bescherming aan zijn klanten. DVV heeft een netwerk van ongeveer 300 kantoren, aanwezig in heel België.

¹⁷ DVV: De Volksverzekering, <http://www.dvv.be>

In totaal staan meer dan 700 personen, consultants en bedienden, klaar om een persoonlijke en kwalitatieve service aan te bieden.

Indien men liever geen tussenpersoon wenst kan men terecht bij Corona Direct, één van de dochterondernemingen van DVV. Deze directe verzekeraar biedt het voordeel dat alle verzekeringen geregeld kunnen worden per telefoon of via internet.

1.2 Missie

DVV probeert ervoor te zorgen dat de mens centraal staat. Ook wil men zoveel mogelijk rekening houden met de duurzaamheid van zijn activiteiten.

De missie van DVV omvat vier componenten. Ten eerste wil het bedrijf een goede dienstverlener zijn voor zijn klanten. Daarnaast wil men zorg dragen voor zijn aandeelhouders door het creëren van aandeelhouderswaarde. De uitkeringen aan de aandeelhouders gebeuren via de nettowinst, dus na aftrek van kosten en belastingen (*“return on equity”*). Ten derde probeert DVV te zorgen voor een goed contact met de mensen waar ze mee werken. Hiermee worden vooral de klanten, personeel en externe relaties bedoeld. Tenslotte wil men een kwalitatief hoogstaand verzekeringspakket aanbieden.

2 Het aanbod van DVV-autoverzekeringen voor jongeren

Onder “jonge bestuurders” verstaan we de jongeren van 18 jaar tot en met 23 jaar. Deze jongeren kunnen bij DVV een autoverzekering “Starter 29/29” afsluiten. Er zijn specifieke voorwaarden verbonden aan dit contract. Deze voorwaarden worden via clausules verwerkt in de bijzondere voorwaarden van het poliscontract en dienen door de verzekeringsnemer worden goedgekeurd en ondertekend.

Jonge bestuurders moeten bij een ongeval zelf een deel van de veroorzaakte schade betalen. Dit noemt men ook wel het “verhaalrecht tegenover jonge bestuurders” en bedraagt maximaal 148,74 euro per schadegeval. Deze wettelijke mogelijkheid wil overmoedige bestuurders tot meer voorzichtigheid aanmanen door hen zelf een deel van de schade te doen betalen.

2.1 Verbintenissen van DVV

In het kader van de voorwaarden “Starter 29/29” verbindt DVV zich ertoe:

- dat de B.A.-premie¹⁸ van de polis niet hoger ligt dan de premie voor een 29-jarige vermeerderd met 29 percent;
- geen gebruik te maken van het jaarlijkse opzegrecht, voorzien in artikel 27.1 van de verzekering van de B.A. inzake motorrijtuigen (zie bijlage VI);
- geen gebruik te maken van het opzegrecht na schadegeval, voorzien in artikel 27.6 van de verzekering van de B.A. inzake motorrijtuigen;
- in geval van poging tot fraude of schadegeval met verzwarende omstandigheden zoals dronkenschap, alcoholintoxicatie, drugs, vluchtmisdrijf, ... blijven alle opzegmogelijkheden voorzien in artikel 27 van de verzekering van de B.A. inzake motorrijtuigen, onverkort van toepassing.

2.2 Verbintenissen van de jonge bestuurder

In het kader van de voorwaarden “Starter 29/29” verbindt de jongere zich ertoe:

- het verzekerde voertuig niet te besturen 's avonds van 24h00 tot de volgende dag 07h00 op vrijdag, zaterdag, zondag, de dag voor wettelijke feestdagen en op wettelijke feestdagen, behalve in geval van overmacht en op de woon-werk-weg;
- niet meer dan twee passagiers in het verzekerde voertuig te vervoeren;
- het verzekerde voertuig toe te vertrouwen aan een bestuurder die in de loop van de laatste drie jaar:
 - ✓ betrokken was bij een schadegeval met verzwarende omstandigheden zoals dronkenschap, alcoholintoxicatie, drugs, vluchtmisdrijf, ... ;
 - ✓ veroordeeld is geweest wegens rijden in staat van dronkenschap, alcoholintoxicatie, drugs, vluchtmisdrijf, snelheidsovertreding, ... ;
 - ✓ het voorwerp is geweest van een intrekking van het rijbewijs;
 - ✓ meer dan één schadegeval heeft veroorzaakt.

¹⁸ B.A.: Burgerlijke Aansprakelijkheid

Onverminderd de mogelijkheden van verhaal voorzien in artikels 24 en 25 van de verzekering B.A. inzake motorrijtuigen, verbindt de jongere zich ertoe de uitgaven van 750 euro terug te betalen:

- voor ieder schadegeval waarbij één van de voornoemde startervoorwaarden niet wordt nageleefd;
- voor ieder schadegeval met verzwarende omstandigheden zoals dronkenschap, alcoholintoxicatie, drugs, vluchtmisdrijf, ...

2.3 Wanneer worden de bijzondere voorwaarden “Starter 29/29” beëindigd?

De bijzondere voorwaarden “Starter 29/29” en de verbintenissen van DVV vervallen:

- na ieder schadegeval waarbij één van de voornoemde ‘Starter’-verbintenissen niet wordt nageleefd;
- na ieder schadegeval met verzwarende omstandigheden zoals dronkenschap, alcoholintoxicatie, drugs, vluchtmisdrijf, ... ;
- na het eerste schadegeval veroorzaakt door een bestuurder van minder dan 23 jaar dat zich voordoet na het afsluiten van de polis;
- als de jonge bestuurder 23 jaar is geworden.

Naast deze specifieke voorwaarden voor de jonge bestuurders blijven de algemene voorwaarden van de verzekering B.A. inzake motorrijtuigen van toepassing.

2.4 Vergelijking met het “29/29-akkoord”

In Deel twee werd het “29/29-akkoord” besproken. Er zijn een aantal verschillen tussen dit akkoord en het contract “Starter 29/29” van DVV:

- DVV beperkt zich tot de jonge bestuurders tot 23 jaar. Het “29/29-akkoord” gaat daarentegen tot 26 jaar. Eens de jonge bestuurder 23 jaar is geworden vervallen de verbintenissen van DVV.
- DVV spreekt niet over de kenmerken van het voertuig. Volgens het “29/29-akkoord” mag het voertuig van de jonge bestuurder niet voor beroepsdoeleinden gebruikt worden en mag het voertuig het maximumvermogen van 60 kilowatt niet overschrijden.

3 DVV-autoverzekeringen screenen op duurzaamheid

In het eerste deel werden Ethibel en GRI uitvoerig besproken. Hieronder worden het Ethibel-register en GRI-indicatoren gehanteerd om de autoverzekering voor jongeren van DVV te screenen op duurzaamheid.

3.1 Screening op basis van Ethibel

De autoverzekering voor jongeren wordt gescreend op basis van de vier verschillende domeinen die Ethibel hanteert. De gegevens van de autoverzekering kunnen echter niet altijd los van het geheel van DVV verzekeringen beoordeeld worden. Daarom zullen sommige sterke of zwakke punten van toepassing zijn op het geheel van de DVV Verzekeringen.

3.1.1 Intern sociaal beleid

- *De aard van de contracten*

DVV vindt het belangrijk dat de werknemers een goed evenwicht vinden tussen het professioneel en het familiaal leven. Werknemers die privé gelukkig zijn, presteren beter. Sinds enkele jaren genieten haar werknemers van flexibele aankomst- en vertrekuren en kunnen ze kiezen voor parttime jobs (50 %, 60 %, 80 % en 90 %).

Tabel: Het personeel opgesplitst volgens geslacht, aard van het contract (tijdelijk of permanent), status (werknemer, starter of directeur).¹⁹

Gender	Contract type	Status	Job %	Total
Men	Temporary	Employee	100	1
		CSC ²⁰	100	9
	Temporary total			10
	Permanent	Employee	50	15
			60	1
			80	18
			90	13
			100	454
Director	100	5		
Permanent total			506	
Men, Total			516	

¹⁹ Bron: Sociaal rapport 2002 (DVV)

²⁰ CSC : Career start contract

Gender	Contract type	Status	Job %	Total
Women	Temporary	Employee	60	1
			100	2
	CSC		50	1
			100	16
	Temporary total			20
	Permanent	Employee	40	3
			50	48
			60	10
			70	1
			80	144
90			13	
CSC		100	189	
		100	1	
Permanent total			409	
Women total				429
Grand total				945

In bovenstaande tabel wordt aangetoond dat er veel gebruik gemaakt wordt van de mogelijkheden die DVV aan zijn personeel biedt. Vooral bij de vrouwen kan men zien dat meer dan de helft opteert voor een parttime job. De wettelijke regelingen rond tijdskrediet (tijdelijk, parttime, fulltime, loopbaanonderbreking met financiële ondersteuning van de overheid) en ouderschapsverlof zijn al jaren bekend binnen DVV.

- *De evolutie van de tewerkstelling*

Tabel: Vergelijking van het aantal jobs in 2001 en in 2002

		Fulltime	Part-time	CSC	Subtotal	Temporary	CSC	Subtotal	Total
MEN	31/12/2001	522	32		554	14		14	568
	31/12/2002	459	47		506	1	9	10	516
	Difference	-63	15		-48	-13	9	-4	-52
WOMEN	31/12/2001	227	211		438	19		19	457
	31/12/2002	189	219	1	409	3	17	20	429
	Difference	-38	8	1	-29	-16	17	1	-28
TOTAL	Permanent	Temporary	Total						
	992	33	1025						
	915	30	945						
	-77	-3	-80						

Bron: Sociaal rapport 2002 (DVV)

Volgens het businessplan wilde DVV tegen het einde van 2003 zijn personeel verminderen tot 777 fulltime personeelsleden. Bovenstaande tabel toont ons dat DVV eind 2002 nog 915 fulltime jobs heeft. Met de vakbonden is overeengekomen dat werknemers geboren in 1945, 1946 en 1947 op prepensioen kunnen gaan.

- *De opleidingskansen voor werknemers*

De competentie van werknemers is een belangrijk element voor het succes van een onderneming. Daarom hecht DVV veel belang aan opleidingen.

Tabel: het aantal opleidingsuren per categorie werknemers in 2002

Group	Number of participants	Hours taken	Number of employees
Independant consultants & their employees	504	17.163	
Employee consultants	14	303	14
Non-management employees	422	7.336	543
Lower management	211	4.704	214
Middle management	109	3.454	155
Senior management	11	193	19
Grand total	1.271	33.153	945

Bron: Sociaal rapport 2002 (DVV)

DVV heeft een opleidingscentrum opgericht met alle infrastructuur die nodig is voor opleidingen en vergaderingen. De cijfers tonen aan dat de consultants een grote groep vormen die de opleidingen van DVV volgen. Ook de werknemers en managementsleden van DVV krijgen vele opleidingsuren.

- *Veiligheid op de werkvloer*

De meeste voorkomende ongevallen zijn arbeidswegongevallen. Het aantal en de aard van de ongevallen worden bijgehouden en besproken op vergaderingen om zo de nodige maatregelen te kunnen treffen. In 2002 waren er twaalf arbeidswegongevallen tegenover drie arbeidsongevallen.

- *De mate waarin een onderneming stappen onderneemt om de fysieke en morele gezondheid van de werknemers te garanderen*

DVV heeft in 1996 een campagne gelanceerd om de dagelijkse activiteiten van het personeel te verbeteren op verschillende manieren. Zo waren er onder meer campagnes over psychosociale begeleiding en campagnes over gezond diëten.

- *Eerlijke en transparante communicatie naar het personeel toe*

Livelihood (Intranet) is het platform dat DVV hanteert om online informatie te raadplegen die de werknemers nodig hebben om hun taken uit te voeren. Hier wordt ook informatie verspreid die voor elke werknemer van belang is.

Het management houdt ook vergaderingen met de aandeelhouders om de strategie van de onderneming te bepalen. De overeenkomsten die gesloten worden, worden gepubliceerd om de transparantie te verzekeren aan de werknemers.

3.1.2 Milieubeleid

- *Beschikken over een milieuzorgsysteem*

DVV realiseert zich dat bepaalde natuurlijke hulpbronnen schaars zijn en dat hier zuinig mee moet omgesprongen worden. DVV probeert dan ook de consumptie van energie, water en elektriciteit terug te dringen. In het sociaal rapport dat DVV in 2002 heeft opgemaakt, vindt men niet veel terug over het milieubeleid. In de visie en missie van DVV staat het menselijk doen en denken centraal.

3.1.3 Extern sociaal beleid

- *Beleid inzake mensenrechten*

België scoort in het algemeen heel hoog op dit gebied. Bij DVV garandeert men:

- ✓ het respect voor de mens;
- ✓ dat de mens centraal staat: klanten, werknemers en leveranciers;
- ✓ dat de klanten en werknemers recht hebben op een vrije mening via verschillende communicatiekanalen (tevredenheidsonderzoek, 'bottom up' communicatie, ...).

- *Bijdrage tot een duurzame, milieuvriendelijke en menswaardige samenleving*

Wettelijk wordt er van de bedrijven in ons land niet veel opgelegd wat betreft duurzaamheid. Hoewel dit onderzoek nog in zijn kinderschoenen staat heeft DVV toch al een grote stap voor op de andere Belgische bedrijven. Dit komt vooral doordat DVV de wettelijk verplichte audit zeer grondig doorvoert en ook zeer flexibel is ten opzichte van externen.

DVV werkt aan duurzaamheid door middel van verschillende klantgerichte hulpmiddelen. Vooreerst werkt men met sponsoring. Hiervoor werkt DVV samen met maatschappelijk verantwoorde projecten, zoals bijvoorbeeld verkeersveiligheid. Daarnaast is er bij DVV een groot maatschappelijk engagement. Op die manier ondersteunen zij ook allerlei studieprojecten. Vervolgens houdt men bij hun producten ook rekening met duurzaamheid, de behoeften van de klanten zijn zeer belangrijk. Tenslotte is er ook een goede dialoog met de 'stakeholders'.

- *Betrokkenheid in praktijken die maatschappelijk ter discussie staan*

De productie van of handel in wapens, kernenergie, verboden pesticiden, gebruik van dierenproeven zijn voorbeelden van praktijken die maatschappelijk niet aanvaard worden. Het zijn onethische activiteiten die niet thuishoren bij DVV die zich engageert om duurzaam te zijn.

- *Aansturen op duurzame ontwikkeling voor heel de maatschappij*

Vier Belgische ondernemingen (Bekaert, Janssens Pharmaceutica, Proviron en DVV) kregen de kans van de Koning Boudewijn Stichting om een pioniersrol te spelen op het gebied van duurzame ontwikkeling. Deze ondernemingen hebben op basis van de GRI-indicatoren duurzaamheid in hun strategie geïntegreerd. Dit resulteerde in het "Sociaal rapport" van DVV in 2002. Het aantal indicatoren en de kwaliteit van de gegevens zullen nog verbeteren in de komende jaren vermits DVV vooruitgang boekt op het gebied van duurzame ontwikkeling.

- *Gemeenschapsbetrokkenheid*

DVV ondersteunt externe sociale activiteiten. Zo is DVV al meer dan tien jaar een partner van het BIVV in acties voor meer verkeersveiligheid (bescherming van de zwakkere weggebruiker, overdreven snelheid, hoffelijkheid in het verkeer, ...). DVV steunt al deze acties omdat ze ervan overtuigd is dat voorkomen beter is dan genezen. Hoewel de eerste taak van DVV het vergoeden van de schade is, is preventie ook een middel om sommige verschrikkelijke gevolgen op menselijk vlak te voorkomen.

DVV kiest voor nieuwe waarden op het vlak van gedrag in het verkeer en in de keuze van transportmiddel. Zo geeft ze voorrang aan het menselijke aspect en aan tolerantie van de weggebruikers boven agressief en egoïstisch gedrag. De sensibilisering van de betrokkenen, de daling van het aantal ongevallen en zo ook minder overvolle wegen, hebben een positieve impact op het milieu, de samenleving en de economie.

- *Communicatie*

DVV hecht veel belang aan communicatie. Het 'Starter 29/29' contract is een aantrekkelijk contract voor de jonge bestuurders. Toch vind je hierover niets terug op de website van DVV. Wil DVV deze doelgroep bereiken dan zal ze een grotere inspanning moeten doen. Dit kan aan de hand van meer publiciteit via folders, de eigen website of andere kanalen.

Bij DVV maakt men gebruik van een interne communicatiesysteem Livelink. Hierbij heeft elke dossierbeheerder toegang tot elk dossier en de mogelijkheid om hierin wijzigingen aan te brengen. Livelink biedt de mogelijkheid cursussen te raadplegen en intern e-mails te versturen. Zo kan er op een snelle en efficiënte manier gecommuniceerd worden.

DVV heeft een ombudsman die de klachten van de klanten behandelt en een specifieke software die de werknemers en de consultants in staat stelt deze klachten op te volgen. Haar ombudsman staat ook in nauw contact met de ombudsman van de BVVO om de aanbevelingen van de beroepsfederatie op te volgen. De ombudsman van DVV is bereikbaar per telefoon, fax, via mail of met de post. In de polisvoorwaarden vind je eveneens de contactgegevens van de ombudsman. Je weet al van bij de ondertekening van je contract dat je een beroep op hem kunt doen.

Elk jaar wordt van de klachten een jaarverslag uitgegeven. De ombudsman formuleert zijn aanbevelingen op basis van een analyse van het aantal en de aard van de klachten, de antwoordtermijnen en de gevonden oplossingen. Dankzij deze aanbevelingen kan het management van DVV de service verbeteren.

3.1.4 Ethisch-economisch beleid

- *Langdurige en constructieve relatie opbouwen met alle 'stakeholders'*

De klanten zijn in dit geval **jonge bestuurders** van 18 tot 23 jaar. DVV wil ook met hen een langdurige en constructieve relatie opbouwen. Dit doet DVV door aan deze jonge bestuurders een 'Starter 29/29' contract aan te bieden. Dit contract biedt de mogelijkheid aan jonge bestuurders zich te verzekeren tegen alle ongemakken die zich kunnen voordoen. Door dit competitief contract aan te bieden, toont DVV aan dat het mogelijk is om met jonge bestuurders een vertrouwensrelatie op te bouwen.

DVV is enorm klantgericht. Alles wordt bekeken vanuit het standpunt van de klant. Buiten de schadeafhandeling en de materiële vergoeding voorziet DVV ook nog in diensten die vanuit sociaal oogpunt belangrijk zijn voor de mens, zoals POBOS²¹ en de repatriëring van de inzittenden na een schadegeval in België.

Voor de schadeafhandeling werkt DVV samen met **experten**. DVV reorganiseerde hun schadeafhandeling en maakte afspraken met deze experts die werden vastgelegd in een charter.

Er worden hoge eisen gesteld aan de **herstellers** waarop DVV een beroep doet bij de schadeafhandeling. Deze eisen hebben een duurzaam aspect. Zo moet de hersteller beschikken over o.a. een Eurogarant-label en moet hij voldoen aan de wettelijke vereisten op het vlak van uitbatings- en milieuvergunningen.

²¹ POBOS: psychologische bijstand bij ongevallen

- *Verdeling van de toegevoegde waarde*

DVV hecht niet alleen belang aan het sociale aspect van duurzame ontwikkeling maar ook aan het economische aspect. Een onderneming moet nog altijd winst blijven maken om een goede dienstverlener te zijn voor haar klanten. Daarnaast wil men ook zorg dragen voor de aandeelhouders door het creëren van aandeelhouderswaarde. De uitkeringen aan de aandeelhouders gebeuren via de nettowinst, dus na aftrek van kosten en belastingen.

3.2 Screening op basis van GRI

De GRI (Global Reporting Initiative) bestaat uit 11 principes welke moeten bijdragen tot een meer efficiënte verslaggeving. Ze zijn specifiek gericht op een duidelijke weergave van de economische, sociale en milieuprestaties van de organisatie. Zo kan men op een overzichtelijke manier vergelijkingen maken tussen organisaties onderling. Informatie doorgeven over kwesties die belanghebbenden zorgen baren zouden ook op een vlottere manier kunnen verlopen.

DVV biedt aan jonge bestuurders het 'Starter 29/29' contract aan. De jonge bestuurder wordt onderworpen aan specifieke voorwaarden uiteengezet in het vorige hoofdstuk. Naast deze specifieke voorwaarden gelden de algemene voorwaarden van de B.A. verzekering motorrijtuigen. Het is belangrijk dat de jongere zeer goed op de hoogte is van deze voorwaarden. Daarom is **transparantie** noodzakelijk, niet alleen naar de jonge klant toe, maar eveneens intern. De consultants moeten goed op de hoogte zijn van de werking van dit soort contract om te benadrukken dat dit contract onderworpen wordt aan sommige beperkingen en uitbreidingen.

De transparantie naar de jongere toe kan verbeterd worden. Zoals eerder gezegd vind je geen informatie over dit contract op het internet. Voor de jongere is de stap soms te groot om informatie te gaan vragen in een DVV-kantoor. Daarom zou DVV er goed aan doen om de informatie over dit contract te verspreiden via de verschillende kanalen (internet, folders, Tv-spot, ...)

Voor DVV zijn jongeren een deel van haar klanten. Jongeren zijn met andere woorden ook 'stakeholders' van wie de mening essentieel is. DVV focust zich vooral op het sociale aspect van duurzame ontwikkeling en ze benadrukt de dialoog met al haar 'stakeholders'. Zo zal DVV de jonge bestuurders moeten betrekken in haar dialoog (**inclusiviteit**).

Aansluitend kan gesteld worden dat betreffende de informatieverstrekking aan de jonge bestuurders de **volledigheid** en de **duidelijkheid** ervan moet verbeteren. Concreet gaat het over het duidelijk formuleren van de verbintenissen van de jonge bestuurder bij het aangaan van een dergelijk contract.

Betreffende de **duurzaamheid** scoort de autoverzekering voor jongeren zeer goed. DVV wil een relatie op lange termijn met de jonge bestuurder opbouwen door rekening te houden met de behoeften van deze jongeren. Sommige verzekeringsmaatschappijen weigeren deze categorie bestuurders te verzekeren omdat ze een hoog risico vormen. DVV daarentegen heeft vertrouwen in de jonge bestuurder en biedt hen een competitief en kwalitatief product aan.

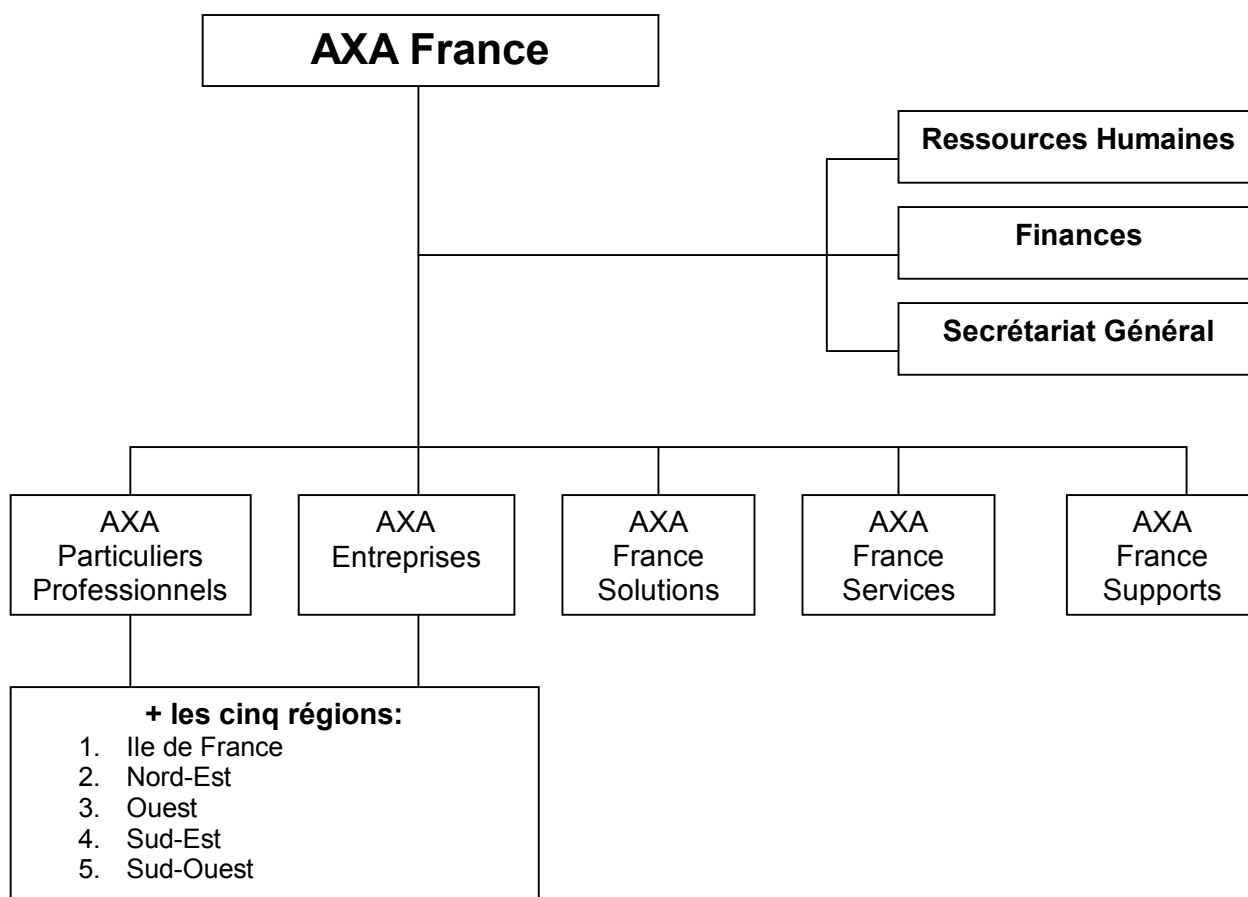
Na deze screening op duurzaamheid van DVV, een Belgische verzekeringsmaatschappij wordt in het volgend deel deze screening toegepast op AXA, een Franse verzekeringsmaatschappij. In het laatste deel worden beide maatschappijen vergeleken en worden enkele aanbevelingen gegeven.

DEEL 4: AXA-autoverzekeringen screenen op duurzaamheid

1 Wie is AXA?

1.1 Structuur

AXA France maakt deel uit van de AXA-groep. De groep is een financiële instelling die zowel bank- als verzekeringsactiviteiten heeft. Het is een Franse maatschappij die ook op internationaal vlak actief is. AXA France is de deelonderneming die zich bezighoudt met de verzekeringen. AXA Banque en AXA Crédit zijn deelondernemingen die zich bezighouden met de bankactiviteiten.



Bron: AXA France, Résultats 2003 – Perspectives 2004

De verzekeringen van AXA worden opgesplitst in twee delen. Enerzijds zijn er de verzekeringen voor particulieren, professionelen en zelfstandigen namelijk AXA Particulier/Professionnels. Anderzijds zijn er de verzekeringen voor de bedrijfswereld namelijk AXA Entreprises. Sinds 2002 wordt Frankrijk ook geografisch opgesplitst in vijf deelgebieden om de bereikbaarheid voor de klanten te verhogen:

Het AXA-aandeel is genoteerd op de beurs van Euronext Parijs. Sinds 25 juni 1996 is het AXA-aandeel ook genoteerd op de beurs van New York, de New York Stock Exchange (NYSE).

AXA telt verschillende dochterondernemingen, actief op het vlak van directe verzekering (Direct Assurance), juridische bijstand (AXA protection juridique) en bijstand (AXA Assistance).

1.2 Missie

AXA wil haar klanten financiële bescherming bieden. De financiële bescherming bestaat erin om particulieren en ondernemingen te begeleiden door tegemoet te komen aan hun behoeften. Deze behoeften bestaan onder meer uit verzekeringsproducten en - diensten, spaarproducten, ...

AXA plaatst de klant centraal. Zij willen met iedere klant een persoonlijke en langdurige relatie opbouwen. De splitsing tussen particulieren en bedrijven en de geografische verdeling moeten de beschikbaarheid van AXA-medewerkers verhogen.

AXA heeft als belangrijkste missie de kwaliteit van de producten en diensten te verbeteren. Kwaliteit is een abstract begrip die niet door iedereen op dezelfde manier wordt geïnterpreteerd. De kwaliteit van de producten en diensten hangt af van verschillende factoren. Zowel de communicatie, de beschikbare middelen als het gedrag van een medewerker heeft zijn impact op de kwaliteit.

2 Het aanbod van AXA-autoverzekeringen voor jongeren

AXA is marktleider op het gebied van autoverzekeringen in Frankrijk. Ze onderzoekt de verschillende behoeften van de verschillende soorten bestuurders. Daarom is hun aanbod autoverzekeringen zo uitgebreid. Jongeren die voor het eerst een autoverzekering afsluiten hebben nood aan een voordelige verzekering om hun eerste jaren op de openbare weg door te komen zonder financiële verrassingen.

Speciaal voor de jonge bestuurders heeft AXA het contract “Kit 1ère Assurance Auto” in het leven geroepen. Binnen dit verzekeringspakket kan de jonge bestuurder kiezen tussen drie mogelijke formules naargelang de behoeften van deze jonge bestuurder.

2.1 Voor wie is de “Kit 1ère Assurance Auto” bestemd?

In eerste instantie is dit contract gericht op de jongeren. Naast deze groep kunnen ook nog andere personen van dit voordelig tarief genieten. Concreet mogen volgende personen dit contract afsluiten:

- mannen onder de twintig jaar indien hun ouders verzekerd zijn bij AXA;
- mannen onder de twintig jaar die een cursus defensief rijden hebben gevolgd;
- mannen onder de twintig jaar indien deze nog student zijn;
- vrouwen vanaf achttien jaar;
- mannen vanaf twintig jaar.

2.2 Drie formules van de “Kit 1ère Assurance Auto”

De eerste formule “Référence 1” biedt garanties voor zowel de bestuurder als voor de inzittenden. Het is een burgerlijke aansprakelijkheidsverzekering aangevuld met een aantal andere waarborgen:

- juridische bijstand;
- gratis slepen van het voertuig bij ongeval en herstellingsvergoeding tot 1.500 euro;
- een joker voor jongeren onder de 25: AXA stuurt een taxi als deze niet meer in staat zijn om hun voertuig te besturen;
- vergoeding bij sterfte van de bestuurder tot 6.000 euro.

De tweede formule “Référence 2” bestaat uit de waarborgen van “Référence 1” aangevuld met een aantal essentiële waarborgen:

- glasbreuk;
- brand, diefstal en poging tot diefstal;
- natuurrampen en aanslagen.

De derde formule “Référence 3” bestaat uit de waarborgen van “Référence 2” aangevuld met twee waarborgen:

- vergoeding van alle schade bij ongevallen, inclusief vandalisme;
- het voertuig wordt bij volledig verlies vergoed aan zijn nieuwwaarde indien dit gebeurt in de eerste zes maanden van het contract.

2.3 Verbintenissen van AXA

AXA verbindt zich ertoe vanaf het eerste jaar voordelige tarieven toe te passen op het contract “Kit 1ère Assurance Auto”. De premie in het tweede verzekeringsjaar zal dalen indien de jonge bestuurder geen ongevallen heeft veroorzaakt in het eerste verzekeringsjaar. Zo belooft AXA het goede rijgedrag van zijn verzekerden.

De cursus defensief rijden wordt georganiseerd door “AXA Prévention” om niet alleen van een voordelig tarief te kunnen genieten maar ook om te leren hoe je jezelf in het verkeer hoort te gedragen. AXA Prévention is een afdeling van AXA die vooral acties rond verkeersveiligheid organiseert.

Als je jonger bent dan 25 jaar en je bent niet meer in staat om je voertuig te besturen kan je via een simpel telefoontje aan “AXA Assistance” beroep doen op een taxidienst die je naar huis brengt. AXA Assistance is een vereniging binnen AXA die bijstand verlenen aan de AXA-verzekerden.

Bij het afsluiten van het contract “Kit 1ère Assurance Auto” krijgt de jonge bestuurder ook een klein boekje “Le petit livre sympa pour rouler en toute sécurité”. Dit boekje werd uitgegeven door AXA Prévention en heeft als doel de jonge bestuurder op een grappige manier voor te lichten hoe hij/zij zich het best in het verkeer kan begeven zoals bijvoorbeeld de gevaren van het alcoholgebruik achter het stuur.



Bron: Petit livre sympa pour rouler en toute sécurité

3 AXA-autoverzekeringen screenen op duurzaamheid

3.1 Screening op basis van Ethibel

3.1.1 Intern sociaal beleid

- *De aard van het netwerk*

AXA telt ongeveer 35.000 medewerkers over heel Frankrijk. Daarvan zijn ongeveer 23.000 bedienden, 6.000 agenten en 6.000 makelaars. De agenten zijn zelfstandige medewerkers die enkel en alleen de producten en diensten van AXA aanbieden. Makelaars zijn ook zelfstandige medewerkers maar zij bieden niet enkel de diensten aan van AXA. Zij gaan op vraag van de klant op zoek naar de verzekering die het beste aan hun behoeften voldoet.

- *De aard van de contracten*

De cijfers in onderstaande tabel gelden voor alle AXA-medewerkers over heel de wereld. De kaderfuncties en managementsleden zijn overwegend mannen terwijl de bedienden een meerderheid aan vrouwen telt. In totaal werken er 55,3 percent mannen en is de gemiddelde leeftijd van een AXA-medewerker 40 jaar.

Données sociales 2003 (à périmètre constant - base 2003)			
	2003	ÉVOL. 2003/2002	2002^(a)
EFFECTIF			
Salariés	90.624	(4 %)	94.324
Salariés non commerciaux	75.564	(4,7 %)	79.290
- Directeurs	2.227		
dont hommes	79 %		
dont femmes	21 %		
- Managers	16.836		
dont hommes	62 %		
dont femmes	38 %		
- Employés	56.501		
dont hommes	40 %		
dont femmes	60 %		
Salariés commerciaux	15.060		15.034
dont hommes	61 %		
dont femmes	39 %		
Distributeurs exclusifs	26.507	+ 0,8 %	26.285
dont hommes	78 %		76 %
dont femmes	22 %		24 %
Effectif total	117.131	(2,9 %)	120.609
dont hommes	55,3 %		
dont femmes	44,7 %		
Age moyen des salariés (années)	40		
Salariés non commerciaux	40		
Salariés commerciaux	41		

Bron: Rapport Annuel 2003 AXA

- *De evolutie van de tewerkstelling*

AXA hecht veel belang aan het versterken van het netwerk van medewerkers, agenten en makelaars. In 2002 heeft AXA een grote wervingscampagne gevoerd zodat 700 nieuwe medewerkers voor de agenten en de makelaars zijn aangeworven.

AXA heeft omwille van de toenemende informatisering een website gecreëerd, <http://recrute.axa.fr>, om gemakkelijker potentiële medewerkers te bereiken.

- *De opleidingskansen voor medewerkers*

AXA hecht veel belang aan de opleiding van nieuwe medewerkers. Deze nieuwe medewerkers hebben de keuze. Ofwel kiezen ze voor een opleiding van twee jaar om als agent of makelaar te werken. Ofwel kiezen ze voor een opleiding van één jaar om de functie van raadgever in verzekeringen en sparen uit te oefenen. Gedurende de opleiding worden ze bijgestaan door een AXA-leermeester. Op het einde van de opleiding krijgt de nieuwe medewerker een contract van onbepaalde duur.

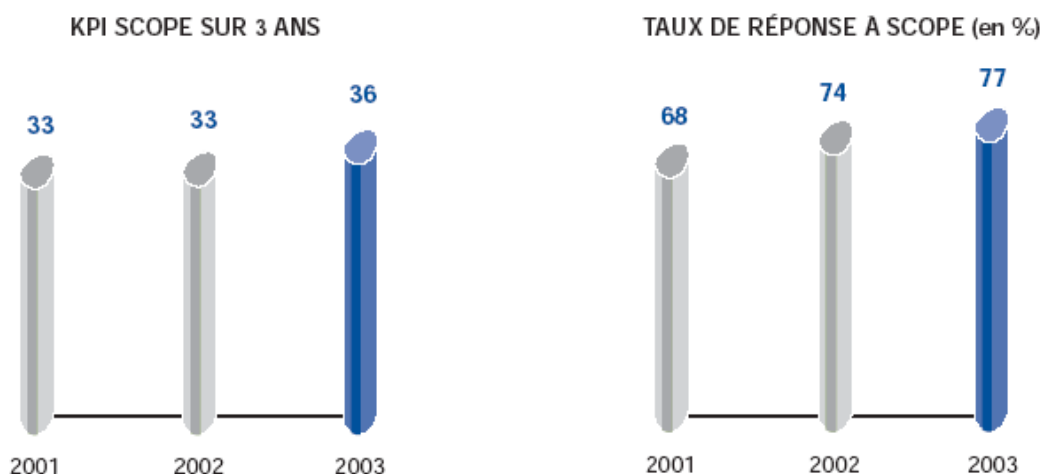
AXA investeert niet alleen in opleidingen voor hun medewerkers. Ook in het professionalisme van de medewerkers, de kwaliteit van hun raadgevingen en hun relaties met klanten wordt geïnvesteerd. Vermits in de verzekeringen een andere verzekeringsmaatschappij op elk moment de producten van zijn concurrenten mag kopiëren zijn de expertise en de motivatie van de medewerkers heel belangrijk. Zo wordt elke medewerker ingelicht over de strategie en de doelstellingen van AXA. Ook wordt elke medewerker jaarlijks geëvalueerd door middel van een onderhoud. Zo begrijpt de medewerker zijn rol en zijn bijdrage aan de onderneming.

- *De mate waarin een onderneming stappen onderneemt om de fysieke en morele gezondheid van de werknemers te garanderen*

AXA wil dat elke medewerker zich professioneel kan ontplooiën door hen de mogelijkheden te bieden om een evenwicht te vinden tussen hun professioneel en hun familiaal leven. Daarom heeft AXA sinds 2002 een nieuw mechanisme in het leven geroepen namelijk "CAP Métiers". AXA had namelijk een tekort aan medewerkers in bepaalde diensten en een overschot in andere diensten. Het mechanisme bestaat erin dat medewerkers vrijwillig kunnen veranderen van dienst en/of werkplaats. Medewerkers die zich hiervoor interesseerden maakten gebruik van een forum, "le Forum mobilité", om contacten te leggen met andere diensten. Ook staat "AXAJOB" ter beschikking van de medewerkers die geïnteresseerd zijn in een verandering van functie binnen AXA. "AXAJOB" is een onderdeel van het Intranet, een website die enkel voor de AXA-medewerkers toegankelijk is, waar alle beschikbare functies door de medewerkers kunnen geraadpleegd worden.

- *Eerlijke en transparantie communicatie naar het personeel toe*

AXA probeert zich continu aan te passen aan de complexe en onevenwichtige maatschappij. Maar als de maatschappij verandert dan veranderen ook de wensen van de medewerkers. Daarom hecht AXA veel belang aan de ervaringen en de mening van de medewerkers. Om de evolutie hiervan te op te volgen maakt AXA gebruik van "Scope". Dit is een objectieve en anonieme enquête die jaarlijks wordt afgenomen onder de medewerkers. De resultaten van deze enquête geven een beeld over de mate van tevredenheid van de medewerkers en de mate van betrokkenheid bij AXA.



NB : Un indice supérieur à 40 est une force. Inférieur à 25, il constitue une faiblesse pour l'entreprise.

Bron: Rapport Annuel 2003 AXA

Deze grafiek toont ons de mate van tevredenheid onder de medewerkers van AXA. De linkse grafiek geeft de evolutie van de tevredenheid van de medewerkers over drie jaar. Als een score van 40 betekent dat er een zeer grote tevredenheid is dan scoort AXA met 36 zeker niet slecht. De rechtse grafiek geeft de evolutie van het aantal mensen die aan de enquête deelnamen. Elk jaar neemt deze toe waardoor deze enquête een reëel beeld geeft van de tevredenheid onder de medewerkers.

3.1.2 Milieubeleid

- *Beschikken over een milieuzorgsysteem*

Binnen AXA bestaat sinds 2003 een team die zich inzet voor duurzaamheid. Binnen dit team staan aan aantal mensen in voor het behoud van het milieu, "le management environnemental". Deze heeft als objectief om eventuele risico's te voorkomen en het milieu te beschermen. Zo zijn er in alle Franse vestigingen van AXA maatregelen genomen om papier te recycleren, het energieverbruik te verminderen en afval beter te verwerken.

AXA heeft in 2003 een groen contract "Équilibre" gesloten met Électricité de France (EDF), de Franse energiemaatschappij. EDF engageert zich om herbruikbare energie te produceren tegen een iets hogere prijs voor AXA.

3.1.3 Extern sociaal beleid

- *Beleid inzake mensenrechten*

AXA heeft een sociale politiek ontwikkeld waarin ze de Rechten van de Mens respecteren. Zelfs indien hun activiteiten niets te maken hebben met kinderarbeid, dwangarbeid, ... heeft AXA toch maatregelen getroffen om:

1. te strijden tegen elke vorm intimidatie;
2. een sociale dialoog op te bouwen;
3. gelijke kansen voor zowel mannen als vrouwen aan te bieden;
4. het evenwicht tussen professioneel en familiaal leven te verbeteren.

- *Bijdrage tot een duurzame, milieuvriendelijke en menswaardige samenleving*

In 1991 besloot AXA tot de oprichting van de vereniging "AXA Atout Cœur" na het raadplegen van al haar medewerkers. Deze vereniging bestaat uit AXA-medewerkers die vrijwillig bereid zijn om zich persoonlijk te engageren in steunacties. Er zijn verschillende thema's waar "AXA Atout Cœur" zich voor inzet namelijk:

1. hulp aan gehandicapte personen bieden;
2. strijden tegen drugs;
3. strijden tegen aids;
4. de sociale en professionele integratie bevorderen.

"AXA Atout Cœur" begeleidt de acties van de vrijwilligers met financiële hulp of met logistieke hulp. Zo kunnen de vrijwilligers onder andere gebruik maken van lokalen, de drukkerij of ook nog de voertuigen van AXA. In 2002 telde deze vereniging ongeveer 3.500 vrijwilligers, medewerkers of gepensioneerden van AXA, die hun bekwaamheid, hun energie en hun vrijgevigheid ter beschikking stelden van honderden acties in Frankrijk.

AXA neemt haar verantwoordelijkheid op ten opzichte van de maatschappij waarin zij evolueert. Daarom blijft AXA niet ongevoelig voor de samenleving. Ze had haar bijdrage kunnen beperken tot financiële steun maar de medewerkers hebben gekozen om veel meer te doen. Ze willen hun tijd besteden en hun kennis overdragen aan mensen die lijden. Zo draagt AXA ook zijn steentje bij om tot een duurzame en menswaardige samenleving te komen.

- *Betrokkenheid in praktijken die maatschappelijk ter discussie staan*

"AXA Entreprises", de verzekeringen voor bedrijven, verzekert geen vrachtschepen die niet conform zijn met de reglementen die hiervoor gelden. Alle vrachtschepen die petroleum vervoeren en die meer dan vijftien jaar oud zijn zullen door vier technische experts, aangeduid door AXA, gecontroleerd worden. AXA weigert ze dus niet automatisch ook al zijn hier risico's aan verbonden voor de maatschappij. AXA gaat er vanuit dat de risico's verbonden aan het petroleumvervoer beheersbaar zijn door beschermende maatregelen te treffen.

- *Gemeenschapsbetrokkenheid*

De vereniging “AXA Prévention” bestaat sinds vijftien jaar om te strijden voor de verbetering van de verkeersveiligheid. Preventie is een wezenlijk element voor een verzekeraar. De verkeersveiligheidsacties zijn bestemd voor alle verzekerden van AXA en alle weggebruikers. Thema’s die worden aangesneden in de acties zijn onder andere alcohol aan het stuur, snelheid, waakzaamheid, het dragen van de veiligheidsgordel, het gebruik van de mobiele telefoon aan het stuur, ... Voor deze acties werkt AXA Prevention samen met la “Sécurité Routière”, de Franse tegenhanger van het Belgisch Instituut voor Verkeersveiligheid, scholen, dokters, politie, brandweer en de overheid. Het doel van deze acties is dat iedereen zijn rijgedrag aanpast om de veiligheid van de anderen te verzekeren.

- *Communicatie*

AXA hecht veel belang aan communicatie. Ze gebruiken verschillende communicatievormen om te tonen wie ze zijn en waar ze voor staan. Transparantie dragen ze dan ook hoog in het vaandel. Dankzij de communicatie willen ze ook dicht bij hun klanten staan.

Intern maakt AXA gebruik van twee magazines. Het eerste is een tweemaandelijks magazine, “Perspectives”, die de 35.000 medewerkers informeert over de meest opmerkelijke feiten die zich in het bedrijf afspelen.

“AXA en France” daarentegen is een magazine dat vier keer per jaar verschijnt met de resultaten van de vooropgezette doelstellingen en een overzicht van de nieuwe doelstellingen.

AXA heeft ook van Intranet een onmisbaar werkmiddel gemaakt. Iedere medewerker kan gebruik maken van het Intranet om informatie op te zoeken en uit te wisselen. Intranet wordt ook regelmatig aangepast zodat de juiste informatie steeds beschikbaar is.

Extern promoot AXA haar website, <http://www.axa.fr>. Niet alleen klanten kunnen er online hun dossiers raadplegen, maar ook potentiële klanten en andere geïnteresseerden kunnen er terecht om informatie in te winnen. Van elke verzekering die AXA aanbiedt, staat een gedetailleerde omschrijving op het Internet. Zo vind je ook het contract “Kit 1ère Assurance Auto” terug met de drie mogelijke formules.

3.1.4 Ethisch-economisch beleid

- *Langdurige en constructieve relatie opbouwen met alle ‘stakeholders’*

AXA wil met de **jonge bestuurders** een langdurige en constructieve relatie opbouwen. Daarom hebben ze het contract “Kit 1ère Assurance Auto” ontwikkeld. Dit contract biedt de mogelijkheid aan jonge bestuurders zich te verzekeren tegen een voordelig tarief bij de aankoop van hun eerste wagen. De jonge bestuurders kunnen ook beroep doen op “AXA Assistance”, bijstand in geval van problemen met je auto. AXA Assistance beschikt over een internationaal netwerk dat actief is in 38 landen over heel de wereld.

AXA luistert ook naar de mening van de **klanten**. Om de behoeften en de verwachtingen van de klanten te kennen, die kunnen verschillen van land tot land, maakt AXA gebruik van “Customer Scope” Dit is een vragenlijst over de verschillende domeinen van AXA die regelmatig wordt opgestuurd naar een bepaald percentage klanten.

Voor de schadeafhandeling werkt AXA samen met **erkende herstellere**. In december 2003 heeft AXA een overeenkomst gesloten met “Autodistribution”, een onderneming die een

groot aantal garages hebben over heel Frankrijk. AXA heeft voor Autodistribution gekozen niet alleen omwille van de verhouding prijs/kwaliteit maar ook omwille van de service die ze aan de klanten van AXA kunnen bieden. Zo gebeurt de expertise op afstand aan de hand van de beeldexpertise. De expert komt niet meer ter plaatse om de schade op te meten. De klant krijgt ook een vervangingswagen ter beschikking gedurende de herstelperiode van zijn wagen.

Dankzij het Internet zijn AXA, de garages en de experts verbonden met elkaar zodat alle informatie kan gedeeld worden en dat de herstelling van het voertuig kan opgevolgd worden.

Aandeelhouders vinden informatie over de onderneming heel belangrijk. Om een lange termijnrelatie op te bouwen met deze groep hecht AXA veel belang aan het doorgeven van informatie over de kwaliteit die bovendien transparant en volledig is.

AXA wordt op de markt herkend als één van de ondernemingen die het meeste informatie geeft over haar strategie, haar doelstellingen en haar resultaten.

- *Verdeling van de toegevoegde waarde*

Om het kapitaal van AXA te verhogen konden de medewerkers in 2003 aandelen van de AXA groep kopen. Dit werd het "Shareplan 2003" genoemd. De medewerkers van AXA konden zich in juli 2003 en in december 2003 inschrijven op deze aandelen. In juli werd de aandelenemissie gereserveerd voor de Franse medewerkers om hen toe te laten te investeren in de aandelen van de groep. In december werd de tweede emissie dan voorgesteld aan alle medewerkers van de AXA groep over heel de wereld.

Op 31 december 2003 hielden de medewerkers 84.359.000 aandelen aan wat gelijk is aan 4,74 percent van het kapitaal van AXA. Hierdoor hebben de medewerkers ook 5,32 percent van de stemmen op de aandeelhoudersvergadering.

3.2 Screening op basis van GRI

Naast professionalisme, realisme en innovatie stelt AXA **transparantie** voorop. Zowel naar klanten, medewerkers en aandeelhouders stelt AXA transparante informatie ter beschikking.

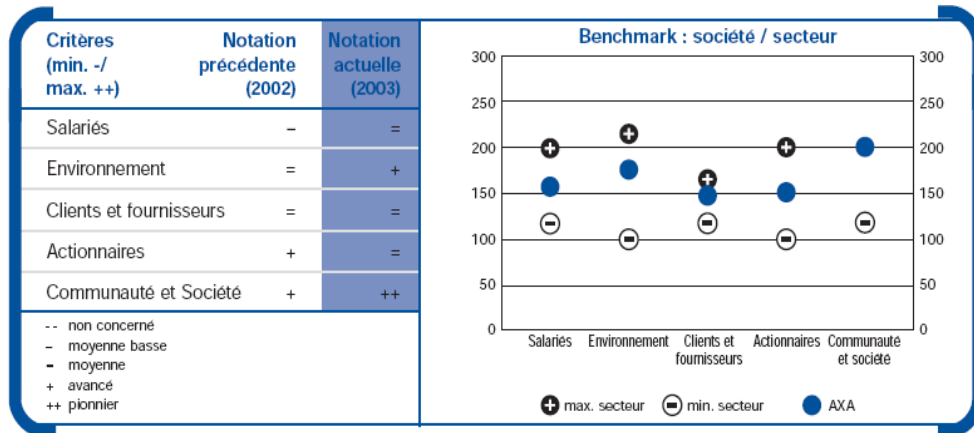
De jonge bestuurders kunnen online de verschillende formules van de "Kit 1ère Assurance Auto" raadplegen. Je vindt er een gedetailleerde beschrijving en de voordelen van de drie formules.

De medewerkers krijgen de kans om hun mening te geven via de jaarlijkse enquête Scope. De resultaten van deze enquête worden ter beschikking gesteld van de medewerkers. AXA hecht veel belang aan de resultaten van deze interne enquête. Vermits de medewerkers dagelijks in contact staan met de klanten, weten zij als geen ander waar de problemen liggen en wat de behoeften zijn van de klanten. Deze resultaten zijn dus zeer **relevant**. Ook worden de medewerkers jaarlijks individueel geëvalueerd waar zowel de doelstellingen van AXA als de individuele doelstellingen worden uiteengezet.

AXA geeft aan de aandeelhouders transparante en **volledige** informatie vermits ze ook met hen een lange termijnrelatie willen opbouwen. Op basis van deze informatie maken de aandeelhouders beslissingen om aandelen te kopen of te verkopen.

AXA plaatst haar producten en diensten in het kader van ecologische, economische en sociale principes. In 2003 heeft AXA voor het eerst **duurzame ontwikkeling**, "le développement durable", in zijn activiteitenverslag opgenomen. Deze verslagen worden openbaar gemaakt zodat externe verificateurs en interne controleurs de betrouwbaarheid kunnen bekrachtigen. De gegevens zijn met andere woorden **controleerbaar**.

Figuur: AXA genoteerd door Vigéo



Bron: Rapport annuel 2003 AXA

Bovenstaande figuur toont ons de resultaten van een duurzaamheidsonderzoek, gevoerd in 2003 door Vigéo, een Europese agent die bedrijven sociaal en ecologisch noteert. AXA presteert boven het gemiddelde voor alle onderdelen. AXA scoort hoog ten opzichte van de maatschappij, goed ten opzichte van het milieu en gemiddeld ten opzichte van de medewerkers, de klanten, de leveranciers en de aandeelhouders. Rechts zie je waar AXA zich positioneert in vergelijking met de andere maatschappijen in haar sector. Ook daar scoort ze gemiddeld goed.

Deel 5: Duurzame vergelijking tussen DVV en AXA

1 Sterke punten

1.1 *Sociale Rapportering*

Zowel DVV als AXA hebben het belang ingezien van duurzame ontwikkeling. DVV heeft in 2002 een sociaal rapport opgesteld aan de hand van de indicatoren van GRI. AXA daarentegen heeft in 2003 een apart hoofdstuk 'duurzame ontwikkeling' binnen haar activiteitenverslag besteed. Beide ondernemingen nemen hun verantwoordelijkheden op tegenover mens en natuur.

1.2 *Strijden voor meer verkeersveiligheid*

DVV strijdt samen met het BIVV voor meer verkeersveiligheid op onze wegen. De thema's van de acties die ze organiseren zijn onder andere de bescherming van de zwakke weggebruiker of hoffelijkheid in het verkeer. Alle acties hebben hetzelfde doel voor ogen namelijk het gedrag van elke bestuurder, voetganger en fietser aanpassen zodat er minder ongevallen gebeuren.

AXA heeft binnen haar organisatie een vereniging die strijdt voor de verbetering van de verkeersveiligheid, namelijk AXA Prévention. Deze vereniging werkt voor de verkeersveiligheidsacties samen met "la Sécurité Routière". Net zoals DVV beoogt AXA de verbetering van het rijgedrag van de weggebruikers om zo de verkeersveiligheid te verzekeren.

1.3 *De klant staat centraal*

DVV is enorm klantgericht. Alles wordt bekeken vanuit het standpunt van de klant. Iedereen heeft verschillende wensen en behoeften, zo ook de jonge bestuurders. Vanuit deze vaststelling biedt DVV een autoverzekering aan voor jongeren, namelijk het 'Starter 29/29' contract, die beantwoordt aan de behoeften van deze groep jongeren. Dit is een contract op maat gemaakt van de jonge bestuurders.

Ook AXA plaatst de klant centraal. Hun autoverzekeringenaanbod is zeer gediversifieerd omdat AXA een oplossing wil bieden aan elke soort bestuurder. Zo is er speciaal voor de jongeren de "Kit 1ère Assurance Auto" zodat de jonge bestuurder zijn eerste auto kan verzekeren tegen een voordelig tarief.

1.4 *Schadeafhandeling*

Voor de schadeafhandeling maakt DVV gebruik van een interne elektronische databank. Zo kan DVV bij de aangifte van een schadegeval onmiddellijk nagaan of er bijstand moet verleend worden. Er wordt dus dadelijk gekeken of het voertuig moet afgesleept worden, slachtoffers naar huis gebracht en dergelijke. Op dezelfde dag wordt ook al een elektronisch schadedossier geopend. Door elektronisch te werk te gaan zorgt DVV voor een snelle opmaak van een dossier.

AXA maakt voor de schadeafhandeling gebruik van het Internet. Zo zijn de medewerkers van AXA, de garages en de experts via het Internet verbonden met elkaar zodat elke nieuwe informatie gemakkelijk kan verspreid worden en de herstelling van het voertuig kan opgevolgd worden.

1.5 Termijn van vergoedingen

Nadat het elektronisch schadedossier geopend is, wordt dit schadedossier grondig onderzocht. Er wordt bepaald welke dekking er voor het schadegeval zal toegekend worden en of er wel dekking moet gegeven worden. Als dan blijkt dat een vergoeding zal toegekend worden, werkt men een schaderegelingprocedure uit. Dit wil zeggen hoe DVV het mogelijk maakt schade te vergoeden. Hierna wordt de grootte van de schadevergoeding bepaald. Nadat de vergoeding bepaald is zal ze uitbetaald worden. Hiervoor hanteert DVV een termijn waarbinnen deze vergoeding voldaan moet worden. Indien dit niet binnen deze termijn gebeurt legt DVV zichzelf een boeteclausule bij een omniumverzekering op. Per dag dat er te laat vergoed wordt zal twintig euro aan het slachtoffer uitbetaald worden.

1.6 Garantie op de herstelling

DVV heeft maatregelen uitgewerkt om te garanderen dat de herstelling van het voertuig bij een schadegeval goed is uitgevoerd. De expert is ertoe verbonden om na de expertise geregeld langs te gaan bij de hersteller om het verloop van de herstelling op te volgen. Bovendien biedt de hersteller een contractueel overeengekomen waarborg op de herstelling aan. Deze waarborg omvat een dekking over een periode van twee jaar. Bij AXA worden de herstellingen één jaar gewaarborgd vanaf de datum van de factuur. De hersteller zal bij onvolledige of defecte herstelling het voertuig zonder kosten herstellen.

1.7 Vergoeding hersteller

Bij vergoedingen die aan de hersteller betaalt moeten worden werkt DVV niet via zijn cliënten, maar wel rechtstreeks met de hersteller. De cliënt moet zich dus niet bezighouden met de herstellingsvergoeding naar de hersteller toe. Hij zal enkel zijn franchise en de te recupereren BTW zelf moeten betalen, maar moet zich verder over de vergoeding geen zorgen maken.

1.8 Erkende herstellere

Er worden hoge eisen gesteld aan de leveranciers waarop DVV een beroep doet bij de schadeafhandeling. Deze eisen hebben een duurzaam aspect. Zo moet de hersteller beschikken over o.a. een Eurogarant-label en moet hij voldoen aan de wettelijke vereisten op het vlak van uitbatings- en milieuvergunningen. DVV verwacht van de herstellere dat deze hetzelfde belang toekennen aan de waarden die DVV belangrijk vindt. Zo wil DVV haar klant een service aanbieden waarbij de klant zich geen zorgen moet maken. Ook AXA werkt met erkende herstellere. Zo heeft ze met "Autodistribution" een overeenkomst gesloten. Maar ook andere herstellere kunnen een overeenkomst sluiten met AXA indien deze bereid zijn te voldoen aan de voorwaarden die AXA vooropstelt.

1.9 Voordelig tarief

De B.A. waarborg is de basis van elke autoverzekering. Ze is verplicht en dekt alle lichamelijke en materiële schade veroorzaakt aan derden. De premie van een autoverzekering varieert in functie van de kracht van de motor, de nieuwwaarde van de auto, de leeftijd van de verzekerde, het gebruik, aantal jaren dat de verzekerde in het bezit is van zijn rijbewijs en het aantal ongevallen dat de verzekerde al heeft veroorzaakt in het verleden.

De premie is voor de jonge bestuurder een belangrijk element om een verzekeringsmaatschappij te kiezen. Zowel DVV als AXA bieden een autoverzekering aan die voordelig is van tarief maar die eveneens meerdere waarborgen aanbieden naast de verplichte B.A. waarborg.

2 Zwakke punten

2.1 Communicatie

Een goede communicatie is één van de prioriteiten van DVV. Naar jonge bestuurders toe wordt weinig informatie gegeven over het 'Starter 29/29' contract. Nochtans is het een heel aantrekkelijk contract voor de jongeren. Ze genieten niet alleen van een voordelig tarief maar ook nog van andere waarborgen naast de verplichte B.A. waarborg. De aanbeveling naar DVV toe is dan ook dat ze de communicatie in de richting van de jonge bestuurders moeten verbeteren. Dit kan ze doen door folders te verspreiden, de eigen website meer uit te bouwen of ook nog via spots op radio en televisie.

2.2 Ongevallen in het buitenland

DVV werkt samen met deparnagediensten en herstelplaatsen in België. Bij een ongeval in het buitenland stelt zich het probleem dat de klant niet meer kan rekenen op deze diensten. AXA daarentegen heeft een internationaal netwerk, AXA Assistance, dat actief is in 38 landen over heel de wereld om in geval van problemen met je auto niet in de kou te moeten blijven staan. DVV kan daarom eventueel gaan samenwerken met verzekeringsmaatschappijen in het buitenland om beroep te doen op hun netwerken van deparnagediensten en herstelplaatsen. Zo wordt de klant niet aan zijn lot overgelaten bij ongevallen in het buitenland.

2.3 Beeldexpertise

Autodistribution, de partner van AXA voor herstellingen van geaccidenteerde voertuigen, werkt op basis van beeldexpertise. De expert voert de expertise uit aan de hand van digitale foto's en aangepaste software. DVV werkt samen met expertisebureaus die volgens de Europese richtlijn garanderen om de expertise binnen de 24 uur te doen nadat het voertuig bij de hersteller is. Deze experts komen ter plaatse om de schade aan het voertuig op te meten. Het zou een duurzame oplossing voor DVV zijn om met de beeldexpertise te werken. De 24 uur zal immers makkelijker haalbaar worden vermits de expert niet meer ter plaatse zal moeten komen. In sommige complexe gevallen kan met niet uitsluiten dat de expert zich toch zal moeten verplaatsen naar de herstelplaats.

2.4 Informatie over het Internet

Via het Internet zijn AXA, de erkende herstellende en de experts verbonden met elkaar zodat elke nieuwe informatie gemakkelijk kan meegedeeld worden en zodat de herstelling van het voertuig kan opgevolgd worden. Bij DVV werkt men echter op een andere manier. Van zodra de klant beslist om zijn voertuig te laten repareren bij een erkende hersteller van DVV, moeten er een aantal documenten ingevuld worden. Eén van die documenten is de servicekaart. Deze bevat hoofdzakelijk gegevens van de klant. Deze werkwijze lijkt te omslachtig. Aangezien er met een netwerk van steeds dezelfde herstellende wordt gewerkt, lijkt het haalbaar het intern communicatiesysteem uit te breiden naar deze partijen. Op die manier zou er een hele hoop papier en tijd bespaard worden. De informatie wordt dan rechtstreeks in het dossier bijgevoegd. Zo wordt de procedure versneld.

De procedure kan ook versneld worden door een klantencode te gebruiken. Deze code kan op een eenvoudige en snelle manier toegang geven tot de benodigde gegevens van een bepaalde klant. De klant of persoon die informatie nodig heeft hoeft dan niet telkens

opnieuw *alle* gegevens opnieuw in te vullen, zoals adres, voertuig, nummerplaat, ... Als ook externe partijen (bijvoorbeeld garagist) via het intern communicatiesysteem de dossiers gaan raadplegen is zo'n codering handig.

2.5 Tevredenheidsonderzoek

Zowel DVV als AXA houden tevredenheidsenquêtes onder de klanten. Het is een aanbeveling naar beide verzekeraars toe om ook dergelijke enquête te organiseren onder de jonge bestuurders. Zo kent DVV de pluspunten en de minpunten van het 'Starter 29/29' contract en kent ook AXA de pluspunten en de minpunten van het contract 'Kit 1ère Assurance Auto'. De resultaten van de enquêtes kunnen in acht genomen worden om de verzekeringsproducten nog meer aan te passen aan de behoeften van de jonge bestuurders.

2.6 Cursus defensief rijden

DVV en AXA bieden een korting op de verzekeringspremie indien de jonge bestuurder een cursus defensief rijden heeft gevolgd. Bij AXA zijn de aangeboden cursussen echter beperkt tot 1.500 per jaar. AXA zou de cursus moeten aanbieden aan elke jonge bestuurder niet alleen omwille van de korting op de premie maar ook omdat de jonge bestuurder leert hoe hij/zij zich hoort te gedragen in het verkeer.

2.7 Groene autoverzekeringen

Om de jongeren te laten genieten van een voordelige verzekeringspremie kunnen DVV en AXA een groene autoverzekering aan de jonge bestuurders aanbieden. Groene autoverzekeringen zijn verzekeringen waar bij de herstelling gebruik gemaakt wordt van gebruikte onderdelen. Zo dragen de jongeren ook een stukje bij aan het behoud van de natuur.

2.8 Energiebesparing

Zowel DVV als AXA hebben in hun sociaal rapport oog voor het milieu. Toch wordt hier nog niet voldoende aandacht aan besteed. Beide verzekeraars kunnen hun energieverbruik verminderen door bijvoorbeeld hun verwarming en verlichting af te stemmen op de bezettingsgraad. Andere maatregelen zijn ook nog de reductie van de lichtreclames, het gebruik van spaarlampen en het gebruik van zonne-energie.

2.9 Papierbesparing

Ondanks de informatisering neemt het papierverbruik toe (afdrukken, kopiëren). DVV en AXA kunnen mits een kleine inspanning het papierverbruik beperken. Voorbeelden hiervan zijn het recto verso kopiëren en de digitale archivering.

2.10 Waterverbruik reduceren

DVV en AXA kunnen bijdragen aan de reductie van het waterverbruik. Zo kunnen ze bijvoorbeeld regenwater opvangen om hiermee de planten water te geven of ook nog gebruiken voor sanitaire voorzieningen.

Besluit

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) behoort tot de belangrijkste maatschappelijke thema's van deze tijd. DVV en AXA hebben er groot belang bij om MVO actief in hun bedrijfsstrategie te integreren. Het is belangrijk om een evenwicht te vinden tussen wat sociaal rechtvaardig is, wat ecologisch duurzaam is en wat economisch verantwoord is. Daarnaast is het ook belangrijk om een relatie te onderhouden met de verschillende belanghebbenden, "stakeholders", gebaseerd op transparantie en dialoog.

In onderstaande tabel heb ik zowel de sterke als de zwakke punten van DVV en AXA bij elkaar gezet om een algemeen beeld te kunnen vormen over hoe duurzaam beide ondernemingen op dit moment zijn. Ik heb elk punt beoordeeld aan de hand van slecht (-), matig (+/-), goed (+) of zeer goed (++) . Aanvullend heb ik hierbij een aantal persoonlijke aanbevelingen gegeven.

Tabel: Samenvatting van de sterke en zwakke punten van DVV en AXA

	<i>Ethibel-indicator</i>	<i>DVV</i>	<i>AXA</i>	<i>Aanbevelingen</i>
INTERN SOCIAAL	1. sociale rapportering	++	++	
	2. opleiding werknemers	++	++	
MILIEU	1. erkende herstellere	++	++	▪ netwerk via Internet uitbouwen om in contact te staan met verzekeraar en experts (DVV)
	2. duurzame producten	-	-	▪ groene autoverzekeringen voor jongeren aanbieden (DVV en AXA)
	3. energiebesparing	+/-	+/-	▪ verwarming en verlichting afstemmen op bezettingsgraad, reductie lichtreclame, gebruik spaarlampen of zonne-energie (DVV en AXA)
	4. papierbesparing	+/-	+/-	▪ recto verso kopiëren, digitale archivering (DVV en AXA)
	5. waterbesparing	-	-	▪ regenwater opvangen

	<i>Ethibel-indicator</i>	<i>DVV</i>	<i>AXA</i>	<i>Aanbevelingen</i>
EXTERN SOCIAAL	1. acties verkeersveiligheid en preventie	++	++	
	2. communicatie	+ -	+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ communicatie naar jongeren toe verbeteren (folders, website, tv-spots) (vooral DVV maar ook AXA)
	3. informatie	+ -	+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ intern communicatiesysteem uitbreiden naar experts en herstellende (DVV) ▪ werken met een klantencode (DVV en AXA)
	4. tevredenheidsenquête	+	+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ enquête specifiek voor jonge bestuurders (DVV en AXA)
ETHISCH-ECONOMISCH	1. klant centraal	++	++	
	2. schadeafhandeling	+	++	
	3. termijn vergoeding	++	-	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AXA spreekt nergens over de termijn van de vergoeding
	4. garantie herstelling	++	+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ DVV garandeert gedurende 2 jaar, AXA slechts 1 jaar
	5. vergoeding hersteller	++	-	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AXA spreekt niet over hoe de vergoeding wordt betaald
	6. voordelig tarief	+	+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ groene autoverzekering voor jongeren om nog voordeliger te zijn (DVV en AXA)
	7. ongevallen in het buitenland	-	+	<ul style="list-style-type: none"> ▪ netwerk van depannagediensten en herstelplaatsen uitbouwen (DVV)
	8. beeldexpertise	-	++	<ul style="list-style-type: none"> ▪ beeldexpertise gebruiken i.p.v. bij elk schadegeval ter plaatse te komen (DVV)

In de inleiding heb ik de vraag gesteld hoe duurzaam DVV en AXA zijn. Op basis van mijn screening kan ik stellen dat beide verzekeraars duurzaamheid zeer goed in hun bedrijfsstrategie hebben geïntegreerd. Ze willen nog altijd winst maken maar niet meer ten koste van mens en maatschappij.

Zowel DVV als AXA hechten het meeste belang aan het sociale vlak. Daarom scoren ze ook goed op intern en extern sociaal vlak. Toch vind ik dat de communicatie naar jongeren toe nog moet verbeterd worden. Jongeren zijn heel vertrouwd met het Internet. Daarom lijkt me het zeer goed om een aparte rubriek op hun website te besteden aan de jonge bestuurders.

Op ecologisch vlak kunnen beide ondernemingen nog heel wat inspanningen doen om duurzamer te worden. Besparen op papier, energie en water kan door eenvoudige maatregelen te nemen binnen DVV en AXA. Indien elke onderneming dergelijke maatregelen zou nemen, zou iedereen zijn steentje bijdragen tot het behoud van de natuur.

Op ethisch-economisch vlak vertrekken DVV en AXA vanuit het standpunt van de klant. Dat merk je ook aan hun producten voor de jonge bestuurders. DVV en AXA bieden competitieve producten aan die zeker aan de behoeften van deze jonge bestuurders voldoet. DVV zou haar netwerk in het buitenland voor deparage en herstelling kunnen uitbreiden om nog een betere dienst aan te bieden. Ook lijkt het me een goed idee om meer gebruik te maken van beeldexpertise zodat de experts tijd en energie kunnen besparen. AXA daarentegen zou transparanter moeten zijn over hoe een schadegeval wordt geregeld.

Tenslotte wil ik nog opmerken dat de drie pijlers van de “triple bottom line” (People, Planet, Profit) moeten gezien worden als een onlosmakelijk verbonden geheel. Zoals DVV en AXA aandacht besteden aan het sociaal aspect (People), zo zouden ze zich ook moeten toeleggen op het ethisch-economisch en zeker op het milieuaspect. DVV en AXA zijn zeker op de goede weg om duurzame ondernemingen te worden. De toekomst zal uitwijzen of ze hun duurzaam beleid nog kunnen optimaliseren.



Literatuurlijst

ADAMCZYK, Fons, BAKKER, Ger, VAN BEEK, Leo, VAN DEN BOOM, Jan, DEJONG, Ludi, HAGEMAN, John, JACOBS, Marga, KALFSBEEK, Arnoud, KOENEN, Herman, MAIER, Hans, ROORDA, Niko, VAN RULO, Cees, SEVERIJN, Tom, SMITS, Peter, VENSELAAR, Jan, *Basismodule Duurzame Technologie*, Tilburg, 2000, 109 pagina's.

AXA, *Rapport d'Activité et de Développement Durable 2003*, Labrador, Parijs, 2004, 76 pagina's.

AXA France, *Résultats 2003 – Perspectives 2004*, Internet, 2004-03-18, (http://entreprise.axa.fr/axafrance/content/PDF/RESULTATS_2003.pdf).

AXA Prévention, *Petit livre sympa pour rouler en toute sécurité*, Parijs, 2003, 47 pagina's.

BENNAMIAS, Dominique, DE CHABANNES, Sabine, *L'activité d'AXA France en 2002*, Publicorp, Suresnes, 2003, 83 pagina's.

BALAT, Yan, LOPEZ, Isabelle, *AXA France et Autodistribution signent un accord de partenariat*, Internet, 2003-12-18, (http://entreprise.axa.fr/axafrance/page/press/commu_dossier.asp?id='170').

BALAT, Yan, *Campagne nationale AXA Prévention*, Internet, 2003-07-08, (http://entreprise.axa.fr/axafrance/page/press/commu_dossier.asp?id='156').

DEBRUYNE, Vanessa, *Goedkope autoverzekering neemt weekend vrij*, De Morgen, 2003-12-19.

DVV, *2002 Annual Report*, Internet, 2004-03-04, (http://www.dvv.be/backoffice/About/Uploads/Div/Social_Report_2002.pdf).

MOERMAN, Bart, *Verzekerd vanaf 439 euro*, Het Volk, 2003-12-19.

ROBYNS, Wauthier, DE CLIPPELE, François, *Jongerenpolis 29/29 is een feit*, Internet, 2004-03-03, (<http://www.assuralia.be/nl/press/03-03-04.asp?print=true>).

SIX, Jan Pieter, *Win win win*, Interpolis, Tilburg, 2002, 78 pagina's.

S.N., *De pakkans in de brievenbus*, Internet, 2004-04-07, (<http://www.assuralia.be/nl/publication/premium/auto/09-03-08.asp?print=true>).

S.N., *Ethibel*, Internet, 2004-02-12, (http://www.ethibel.be/subs/2_label/sub2_2.html).

S.N., *Gentlemen's Agreement tussen Minister van Economie Fientje Moerman en de BVVO betreffende de problematiek van de jonge en oudere bestuurders in de B.A.-motorrijtuigenverzekering*, Internet, 2003-12-18, (<http://www.assuralia.be/nl/pdf/accord%20NI.pdf>).

S.N., *Het Gemeenschappelijk Motorwaarborgfonds, taak en werking*, Ceuterick, Leuven, 1995, 71 pagina's.

S.N., *Het Tariferingsbureau Auto*, Internet, 2004-04-07, (<http://www.fcga-gmwf.be/nl/pool.html>).

S.N., *Maatschappelijk verantwoord ondernemen door financiële organisaties*, Culemborg, 2003.

S.N., *Naar een "recht op een autoverzekering"?*, Internet, 2004-04-07, (http://www.assuralia.be/nl/press/express_auto.asp?print=true).

S.N., *Protection financière: Mes documents, mes contrats*, AXA – AG, Parijs, 2003, 15 pagina's.

S.N., *Tariferingsbureau in de steigers*, Internet, 2004-04-07, (<http://www.assuralia.be/nl/publication/premium/auto/01-03-5.asp?print=true>).

VANDENHEUVEL, Yvonne, VAN DER MOLEN, Folkert, DIJKSTRA, Gerdien, SPRENGERS, Piet, *Richtlijnen voor duurzaamheidsverslaggeving 2002*, Internet, 2004-02-12, (<http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/contents.asp>)

VAN MOLLE, Julien, SELICAERTS, Jean, MUYLDERMANS, Johan, DHONDT, René, THIENPONT, Katrien, *Wet-Monfils, krachtlijnen en aandachtspunten*, De verzekeringswereld, 2002, 17 december, p. 13 - 38.

WET van 2 augustus 2002 tot wijziging van de wet van 21 november 1989 betreffende de verplichte aansprakelijkheidsverzekering inzake motorrijtuigen en tot wijziging van de artikelen 29 en 31 van de wet van 25 juni 1992 op de landverzekeringsovereenkomst. Belgisch Staatsblad, 30 augustus 2002.

Bijlagen

- I. Rechtsgronden van de B.A.-motorrijtuigenverzekering: samenvatting van de wet van 1 juli 1956, de wet van 21 november 1989 en de wet van 25 juni 1992.
- II. Wet tot wijziging van de wet van 21 november 1989 betreffende de verplichte aansprakelijkheidsverzekering inzake motorrijtuigen en tot wijziging van de artikelen van 25 juni 1992 op de landverzekeringsovereenkomst, Belgisch Staatsblad, 30 augustus 2002.
- III. Uittreksel van het Belgisch Staatsblad, Koninklijk Besluit tot benoeming van de leden van het Tariferingsbureau, 19 februari 2003.
- IV. Tariferingsaanvraag B.A. Auto.
- V. Gentlemen's Agreement tussen Minister van Economie Fientje Moerman en de BVVO betreffende de problematiek van de jonge en oudere bestuurders in de B.A.-motorrijtuigenverzekering, 18 december 2003.
- VI. Algemene voorwaarden van de verzekering van de B.A. inzake motorrijtuigen.

BIJLAGE I

BIJLAGE II

BIJLAGE III

BIJLAGE IV

BIJLAGE V

BIJLAGE VI