

# Communiqué de presse

Bruxelles, le 20 mars 2015

## AG Insurance présente le « Happiness Barometer »

**En cette Journée internationale du bonheur, AG Insurance lance le « Happiness Barometer », un outil interactif qui permet à tout un chacun d'évaluer son niveau de bonheur personnel et relatif et de découvrir à quelle catégorie sociale il/elle appartient. « Quel est mon sentiment de bonheur ? À quel niveau se situe-t-il par rapport au score du Belge moyen et des personnes qui me ressemblent ? Dans quelle catégorie de personnes suis-je ? » Cet outil en ligne encourage tous les Belges à réfléchir brièvement à leur bonheur. Le « World Happiness Report » des Nations Unies a servi de base pour élaborer le contenu de ce projet unique en son genre. 5 petites minutes suffisent pour compléter le baromètre, disponible gratuitement via [www.happinessbarometer.be](http://www.happinessbarometer.be)**

### AG Insurance

Bd E. Jacqmain 53

B-1000 Bruxelles

Téléphone

+32(0)2 664 81 11

Fax

+32(0)2 664 81 50

[www.aginsurance.be](http://www.aginsurance.be)

### Suis-je heureux et à quel point ?

Une étude récente<sup>1</sup> commanditée par AG Insurance montre que le Belge attribue une note d'un peu moins de 7 sur 10 pour évaluer son sentiment de bonheur. Ces chiffres ont déclenché bon nombre de discussions au sein et en dehors d'AG Insurance.

*« Et moi alors ? Un score de 7 est-il considéré comme un score élevé ? Ou est-ce le contraire ? Qui est sous la barre ? Et qui fait mieux ? Mon score est-il plus élevé que celui du Belge moyen et des gens qui me ressemblent ? De quel groupe social fais-je partie ? »*

Pour permettre à tous les Belges de trouver une réponse à toutes ces questions, AG Insurance profite de cette Journée internationale du bonheur pour lancer son Happiness Barometer, disponible en ligne sur [www.happinessbarometer.be](http://www.happinessbarometer.be).

### Une base solide pour le Happiness Barometer

En 2011, l'Assemblée Générale des Nations Unies votait une résolution historique invitant l'ensemble de ses membres à mesurer le bonheur de leur population et, surtout, à mettre cette mesure à profit pour concevoir leur politique publique. L'idée de départ est totalement neuve. Le bonheur correspond à une aspiration fondamentale et représente par ailleurs un excellent indicateur de progrès social. Aujourd'hui, il existe une base de données scientifiques nationales et internationales très fournie.

---

<sup>1</sup> À la demande d'AG Insurance, un bureau d'études de marché indépendant a sondé un groupe représentatif de citoyens belges (2.000 au total) en juin et en octobre 2014. Sa mission : évaluer le sentiment de bonheur des Belges et les facteurs qui le déterminent.

Au-delà des constats et analyses quant aux inégalités à combattre et aux initiatives à reproduire, celle-ci doit avant tout permettre d'agir au quotidien et d'aider chaque citoyen à améliorer son propre bonheur, ainsi que celui d'autrui.

Quels facteurs participent au bonheur ?

Les travaux scientifiques menés aux quatre coins du monde ont permis d'identifier les variables qui influencent véritablement notre bonheur. C'est ainsi que l'Assemblée Générale des Nations Unies a clairement défini six facteurs qui participent directement à la recherche du bonheur :

- le bien-être matériel (souvent exprimé en niveau de revenu par habitant) ;
- la qualité de notre réseau social (famille, amis, collègues...) ;
- la santé et l'espérance de vie ;
- le sentiment d'autonomie et de liberté ;
- la capacité de contribuer à la réalisation d'objectifs communs ;
- l'éthique et les valeurs qui animent notre environnement.

Ce sont ces facteurs qui ont guidé AG Insurance, en collaboration avec l'expert belge du bonheur Jean-Paul Erhard, dans l'élaboration d'un outil de mesure et de 6 profils: les architectes de communautés, les champions du bien-être, les gardiens des valeurs, les stars de demain, les défenseurs du développement durable et la génération connectée. Ces groupes d'individus ne sont pas définis en fonction d'un jugement de valeur - aucun profil n'est 'pire' ou 'meilleur' qu'un autre - mais bien sur la base de leur vision de la vie.

### **Pourquoi proposer un « Happiness Barometer » ?**

Pour AG Insurance, la notion de bonheur fait partie intégrante de sa mission sociale : en tant qu'assureur, AG Insurance souhaite être aux côtés de ses clients et les prémunir des risques de la vie, leur ôter tout souci et de la sorte contribuer à ce qu'ils aient une vie de qualité, une vie heureuse. Les personnes heureuses sont bien souvent en meilleure santé, font preuve d'optimisme dans la vie, se montrent plus performantes au travail et plus motivées.

Le travail rend-il heureux ?

Raphaël Copis, Directeur Human Resources & Communication chez AG Insurance :  
*« Il y a quelques années, nous avons résolument opté pour le développement d'une organisation stimulante et flexible. Dans ce cadre, les facteurs de réussite sont connus : travail flexible, équilibre entre vie privée et vie professionnelle, initiative et collaboration à tous les niveaux – en résumé : être heureux au travail. Notre « Happiness Barometer » reflète parfaitement cette vision : nous ne craignons pas de nous pencher sur le sentiment de bonheur de nos collaborateurs et de regarder ensemble comment ils se situent à ce niveau. Pour nous, en tant qu'organisation, il s'agit d'un indicateur : comment pouvons-nous encore mieux aider nos collaborateurs, et donc également nos clients ? »*

Antonio Cano, CEO :

*« Ces dernières années, AG Insurance a fortement investi dans notre politique RH intégrée, et cette politique porte ses fruits : nos collaborateurs sont le moteur de la réussite de notre entreprise. Investir dans le capital humain renforce le plaisir au travail et le bien-être. Au final, notre organisation y gagne en rapidité et en efficacité, au bénéfice de nos clients. »*

Pour tout renseignement, veuillez contacter :

Gerrit Feyaerts - Press relations AG Insurance

Tél. : 02/664.09.61 - GSM : 0486/38.86.24

e-mail : [gerrit.feyaerts@aginsurance.be](mailto:gerrit.feyaerts@aginsurance.be)

Avec une part de marché globale de 22,6 % fin 2014 (27,7 % en assurances-vie et 16,5 % en assurances Non-Vie), AG Insurance est le leader sur le marché des assurances en Belgique. La compagnie distribue ses produits via différents canaux, ce qui lui permet de servir chaque client de la manière qui lui convient le mieux : via les courtiers indépendants et les agents Fintro, via les agences de BNP Paribas Fortis et de bpost banque, et via les assurances de groupe pour les grandes entreprises. AG Insurance compte plus de 4.000 collaborateurs spécialisés. Pour plus d'informations, veuillez consulter [www.aginsurance.be](http://www.aginsurance.be).