

Brussel, 10 maart 2015

Belfius presteert sterk in alle domeinen en laat tegen 2016 de historische Legacy achter zich.

- **Nettoresultaat** stijgt derde jaar op rij tot 462 miljoen euro
 - **Sterke toename nettoresultaat** uit de commerciële activiteiten tot 580 miljoen euro: + 25 %
 - **Onderliggende operationele kosten:** verdere daling
 - **Eigen vermogen stijgt tot 7,9 miljard euro**
 - **Nieuwe financiering van de Belgische economie:** 16,2 miljard euro kredieten (+ 7 %)
 - **Commercieel succes** als bank-verzekeraar
 - **98 000 nieuwe actieve zichtrekeningen**
-
- **AQR & Stresstests:** kwaliteit kredietrisico's, stevige solvabiliteit en liquiditeit bevestigd
 - Alle door de overheden gewaarborgde obligaties van Dexia terugbetaald
 - **Einde historische Legacy** in zicht
 - **Einde verplichtingen** ten overstaan van Europa
-
- **Belfius is overtuigd van de trefzekerheid en duurzaamheid van zijn strategisch plan:**
 - Financiële soliditeit
 - Klantentevredenheid
 - Merknaam en waarden stevig verankerd
 - Nieuwe bankcultuur
 - Eenvoud en performantie van ons businessmodel

Sterke financiële en commerciële resultaten in 2014

Het **nettoresultaat uit de commerciële activiteiten** van Belfius steeg met 25 % tot 580 miljoen euro. Belfius Bank nam daarvan 363 miljoen euro voor zijn rekening, een ruime stijging van 47 % in vergelijking met 2013.

Belfius Insurance evenaarde met 217 miljoen euro zijn historisch hoge bijdrage aan dit nettoresultaat van de commerciële activiteiten ondanks de negatieve impact van de hagelstormen vorig jaar.

De **Legacy** werd verder gecontroleerd afgebouwd en had in 2014 een negatieve impact van 118 miljoen euro op het nettoresultaat van Belfius.

Dit resulteert in een **geconsolideerd nettoresultaat** van 462 miljoen euro voor Belfius in 2014, een toename van 4 % ten opzichte van het jaar voordien.

De belangrijkste redenen van de stijging van de nettoresultaten van de commerciële activiteiten zijn:

- De gevoelige **toename van de opbrengsten** tot 2,221 miljard euro (+ 13 %) die vooral werd ondersteund door de aangroei van de nettorenteopbrengsten (+ 7 %) en van de nettoprovisieopbrengsten (+ 20 %). Dit laatste is te danken aan de wijzigende voorkeur van klanten voor buitenbalansproducten en het ruime aanbod van Belfius op dit vlak, zoals bijvoorbeeld het unieke Tak 44-product waarin vorig jaar voor 0,5 miljard euro werd belegd.
- De **daling van de onderliggende operationele kosten** (- 5%) van die commerciële activiteiten dankzij een gedisciplineerde uitvoering van het besparingsplan dat reeds in 2013 werd gelanceerd. Deze kostenbeheersing blijft noodzakelijk gelet op de huidige lage renteomgeving en digitale evolutie in de financiële sector.

De **Cost-Income ratio van de commerciële activiteiten** daalde aldus significant van 72 % in 2013 tot 65 % in 2014.

Opvallende prestaties in 2014

- **16,2 miljard euro nieuwe financieringen van de Belgische economie**

8,8 miljard euro (+ 5,6 %) was bestemd voor **Business en Corporate klanten**. 23 % van alle kredieten die Belfius heeft verleend aan de Belgische ondernemingen is direct gelinkt aan zijn "Business to Government"-strategie, met focus op synergieën tussen de privé- en publieke sector waarin Belfius zijn unieke, eigen expertise op dit vlak ten dienste stelt van de Belgische ondernemingen. Daarnaast ondersteunde Belfius voluit jonge ondernemers door het ondertekenen van een belangrijke overeenkomst met het Europees Investeringsfonds (EIF): een totale enveloppe van 360 miljoen euro gespreid over 3 jaar werd vrijgemaakt voor starters. In 2014 financierde de bank aldus 8 451 starters die een beroep konden doen op die enveloppe.

De **retailklanten** namen 4,7 miljard euro (+ 32,4 %) voor hun rekening. Die stijging was hoofdzakelijk afkomstig van een uitgesproken groei van de productie van hypothecaire kredieten. Belfius versterkte op een rendabele manier zijn marktaandeel.



2,7 miljard euro werd tenslotte verleend aan **klanten uit de publieke en sociale sector**, een daling met 16,8 % vooral door een verlaagde vraag naar langetermijnkredieten omwille van de stringente budgetnormen die aan de publieke sector werden opgelegd en hun groeiende interesse voor de obligatiemarkt als alternatieve financieringsbron. Belfius is nog steeds de enige financiële instelling die alle kredietaanvragen van de lokale publieke sector met een bindend bod beantwoordt. Belfius wendde eveneens zijn expertise aan voor de uitgifte van korte- en langetermijnobligaties door klanten in dit segment, waarvoor het eveneens marktleider is. Voor de begeleiding van deze en andere belangrijke obligatie-uitgiftes voor grote ondernemingen werd Belfius Bank door Euronext Brussel voor de tweede, opeenvolgende keer bekroond met de “No.1 Bond Finance House of the Year”-award. Zijn rol als expert van de publieke sector werd verder versterkt door het ondertekenen van een financieringslijn ten bedrage van 400 miljoen euro met de Europese Investeringsbank. Dit gebeurde in het kader van het project “Smart Cities”, waarmee Belfius de enige bank is die zich volop opwerpt als verbindende partner tussen al onze klanten, onze lokale overheden en Europa. Op die manier biedt Belfius aan de Belgische steden en gemeenten de nodige begeleiding en financiële slagkracht om hun “slimme en duurzame” projecten qua mobiliteit, stads- of dorpsontwikkeling en energie-efficiëntie, kortom qua leefbaarheid van onze dagelijkse leefomgeving, te helpen realiseren. Meer dan 50 dossiers zijn inmiddels in behandeling en 10 steden werden genomineerd voor de “Smart City Award”.

- **Stijgende beleggingen, zichtrekeningen en Private Banking-mandaten**

De totale beleggingen van particulieren en kmo's stegen in 2014 met 3 % tot 96 miljard euro waarbij de binnenbalansbeleggingen daalden met 1,5 % en de buitenbalansbeleggingen toenamen met 11 %. In totaal kon Belfius in 2014 eveneens 98 000 nieuwe actieve zichtrekeningen openen.

Door een stijging van de totale beleggingen van Private Banking-klanten met 5% tot 29,6 miljard euro versterkte Belfius zijn positie als **derde grootste private bank** van het land. De totale uitstaande mandaten namen toe met 37% tot 7 miljard euro. 56 000 beleggers konden hierbij rekenen op de expertise van ruim 200 lokale, gecertificeerde Private Bankers.

- **Bankverzekeringsstrategie in de lift**

De verdere uitwerking van het bankverzekeringsmodel met een verrijking van het productengamma en de dienstverlening in zowel Leven als Niet-Leven werpt meer en meer vruchten af. Dit blijkt onder meer uit de **stijgende cross-selling ratio's** van zowel Belfius brand- en familiale verzekeringen (77 % tegenover 66 % in 2013) als Belfius schuldsaldo verzekeringen (140 % tegenover 127 % in 2013) op het moment van de financiering van een hypothecair krediet. Dankzij een succesvolle Tak 44-campagne namen de reserves Tak 23 toe met 20% tot 1,5 miljard euro. De reserves Tak 21 en 26 verminderden daarentegen met 2,7 % ten gevolge van de dalende interesse in een lage renteomgeving. Het premie incasso Niet-Leven steeg met 8 % tot 140 miljoen euro.

- **Sterk in digitaal, maar ook in omnichannel**

Ten dienste van zijn klanten zette Belfius volop in op zowel technologische als menselijke interactie, een winnende combinatie die bekroond werd met commercieel succes. Wat het technologisch luik betreft, werd in 2014 **vijftig miljoen euro** geïnvesteerd in onder meer een nieuw customer relationship management-systeem om de klantenervaring via alle kanalen nog verder te verbeteren, in IT-veiligheid, in de ontwikkeling van nieuwe apps en in het verhoogde gebruiksgemak van onze digitale platformen om de klant een nog betere service te verlenen in onze steeds meer digitaal gestuurde maatschappij.

Eind 2014 telde de innovatieve Belfius-app op smartphone en tablet bijna 350 000 actieve gebruikers, meer dan een verdubbeling in één jaar tijd. Belfius bereikte in België een marktaandeel van ongeveer 25 % in mobile banking en behoorde op dit vlak volgens Finalta,



een dochteronderneming van McKinsey Solutions, tot de **wereldtop 10 van snelst groeiende banken**. Met een tevredenheidsscore van respectievelijk 4,6/5 en 4,5/5 in respectievelijk de Apple Store en op Google Play, behoort de Belfius Direct Mobile-app bovendien tot de beste op de markt. Sinds juli vorig jaar ligt het aantal mobiele transacties (gemiddeld 6 miljoen per maand) overigens systematisch hoger dan het aantal internettransacties (gemiddeld 5,8 miljoen per maand).

- **“Wij gaan 100 % voor 95 % tevreden klanten.”**

Belfius zet de klant centraal door volop in te zetten op klantentevredenheid. Zo wil Belfius tegen 2016 een tevredenheidsscore van 95 % behalen bij zijn actieve klanten.

In samenwerking met een gerenommeerd extern bureau werd in juli 2014 gestart met het maandelijks actief meten van de klantentevredenheid. Inmiddels werden naast een representatief staal van Public, Social en Corporate klanten ook ruim 550 000 particuliere klanten met minimum twee producten bevroegd.

Belfius behaalde een **globale tevredenheidsscore van 93,7 %**. Bij de particuliere klanten bedroeg deze 92,2 %, bij Public, Social en Corporate klanten liep die op tot 97 %. Onze ambitie om volgend jaar een gemiddelde score van 95 % te bereiken, is dus ambitieus maar realistisch. Dit heeft reeds geleid tot een sterke cultuurverandering binnen Belfius die de klant elk moment op het voorplan van zijn acties zet. Binnen dezelfde logica blijft Belfius ook constant werken aan zijn operationele efficiëntie, en worden alle afdelingen en budgetten geoptimaliseerd volgens hun reële bijdrage aan die klantentevredenheid.

Belfius laat tegen 2016 de historische Legacy achter zich.

Toen de Belgische overheid 100 % aandeelhouder van Belfius werd in 2011, beschikte de bankverzekeringsgroep over een solide en waardevolle commerciële franchise maar ging zij ook gebukt onder een te grote Legacy-portefeuille die werd “geërfd” uit het “Dexia-tijdperk”. Zeker in het licht van de sterk verstrengde vereisten ten gevolge van Bazel III woog deze Legacy-portefeuille in belangrijke mate op onder meer de solvabiliteit en liquiditeit. Daarom werd toen onmiddellijk beslist om deze Legacy apart van de commerciële activiteiten in een zogenaamd tactisch risico-afbouwprogramma te beheren.

- **Drie jaar van tactische risico-afbouw gecombineerd met een steeds positief evoluerende, operationele winst maakten van Belfius opnieuw een solide, duurzame groep.**

De continue inspanningen op het vlak van risico-afbouw hebben sinds 2011 geleid tot het huidige, veel gunstigere evenwicht tussen franchise en Legacy en het sterk verbeterd risicoprofiel van Belfius. De drie bestanddelen van de Legacy-portefeuille werden inmiddels in belangrijke mate afgebouwd:

- De **obligatieportefeuille** van 18,3 miljard euro in 2011 werd verminderd tot 9,5 miljard euro per eind 2014 en de goede gemiddelde kredietkwaliteit werd nog verder verbeterd.
- De **buitenbalans kredietgarantieportefeuille** ten belope van 11,6 miljard euro in 2011 werd gereduceerd tot 6,5 miljard euro per eind 2014.
- De **financiering van Dexia** ten belope van 56 miljard euro eind september 2011 bedroeg eind 2014 nog 10,6 miljard euro. De GGB-financiering (Government Guaranteed Bonds) – 10,5 miljard euro eind 2014 – was begin februari 2015 volledig terugbetaald aan Belfius.



Deze goede prestaties in risico-afbouw gecombineerd met winstreserveringen sinds 2012 resulteerden in een **sterke solvabiliteits- en liquiditeitspositie die bevestigd werd door het succes van de stresstests van de Europese Centrale Bank.**

- De Basel III CET 1-ratio (phased in) bedraagt 14,7 % op 31 december 2014 (t.o.v. minder dan 8 % in 2011 en 13,8 % eind 2013). De Basel III CET 1-ratio (fully loaded) bedraagt 13,2 % op 31 december 2014 (t.o.v. 11,5 % eind 2013).
- De Solvency II-ratio van Belfius Insurance steeg van 223 % tot 248 % eind 2014 en bedraagt dus meer dan het dubbele van wat wordt vereist.

Belfius beschikt met dergelijke ratio's over een **ruime kapitaalbuffer** gemeten tegenover de limieten van respectievelijk 5,5 % en 8 % die door de ECB tijdens de stresstest van 2014 werden opgelegd.

Met een ratio van 122 % voldoet Belfius ook nu al aan de Liquidity Coverage Ratio (LCR) die door Bazel III zal worden ingevoerd. Eind 2014 beschikte Belfius over een **liquiditeitsbuffer van 36 miljard euro aan liquide middelen**, die de institutionele financieringsbronnen die binnen het jaar op vervalddag komen, ongeveer vijfmaal dekken.

Door de solide financiële resultaten, de winstreservering in het eigen vermogen en de verbetering van de waarde van de obligatieportefeuille realiseerde Belfius ook een **substantiële verhoging van zijn totaal eigen vermogen**. Het betrof meer dan een verdubbeling: van 3,3 miljard euro in 2011 tot 7,9 miljard euro eind 2014.

- **Belfius laat tegen 2016 de historische Legacy achter zich**

Tijdens de voorbije jaren leverde Belfius erg belangrijke inspanningen om de risico's van zijn Legacy af te bouwen. Tegen eind 2016 wordt het risicoprofiel van zijn historische obligatie- en buitenbalans kredietgarantieportefeuilles verder verminderd en **afgestemd op het algemeen risicoprofiel in de commerciële activiteit.**

Belfius is overtuigd van de trefzekerheid en duurzaamheid van zijn strategisch plan.

Dankzij zijn goede commerciële en financiële prestaties sinds 2012, de solide kwaliteit van zijn risicoprofiel, de focus op klantentevredenheid en op een nieuwe bankcultuur, en zijn eenvoudig maar performant businessmodel, is Belfius overtuigd van de duurzaamheid van zijn resultaten. In het licht van een moeilijke macro-economische context is de bank niettemin alert voor een aantal uitdagingen, zoals de aanhoudende lage rente die o.m. leidt tot een grotere behoefte aan liquiditeit voor kaswaarborgen, de belangrijke herfinancieringsgolf van hypothecaire kredieten, nieuwe banktaksen en een verdere verstrenging van het reglementair kader. Belfius is zich dan ook bewust van de noodzaak van een verdere, volgehouden kostenbeheersing.



- **De troeven van Belfius: soliditeit en een sterke klantenrelatie**

Als grootste geïntegreerde bank-verzekeraar is Belfius overal in België aanwezig, zijn wij 100 % Belgisch en staan al onze beslissingscentra in ons land ter beschikking. Zowel de bank als de verzekeringsmaatschappij kunnen bogen op dynamisch commerciële teams, op een groeiende **soliditeit**, op ervaren management- en medewerkersteams en op een goede governance met onafhankelijke experts.

We beschikken over een waardevol merk en zijn bekend om onze **sterke focus op de tevredenheid van onze klanten en onze relatie met hen**. Als historische partner van, en marktleider in de publieke en sociale sector bieden we deze klanten een unieke expertise en aanbod van producten en diensten. Voor 3,5 miljoen retail- en business-klanten ontwikkelden we een nabijheidsmodel op het vlak van de bank en de verzekeringen dat state-of-the-art digitale kanalen combineert met de mogelijkheid tot persoonlijk advies in 1 000 verkooppunten.

- **Onze strategie en onze ambities zijn duidelijk**

- Belfius verder uitbouwen als een Belgische bank-verzekeraar met een businessmodel dat focust op de **ondersteuning van de Belgische economie** en op het **creëren van een onderliggend operationeel resultaat**. Ons model is helder en eenvoudig: we beheren spaargelden, beschermen activa, verstrekken kredieten en begeleiden onze klanten bij hun projecten. Ingezamelde spaartegoeden worden aangewend ter ondersteuning van de Belgische economie. We azen niet op kortetermijnwinst, speculeren niet en geven de voorkeur aan duurzame operationele winst. We willen het voorbeeld worden van een nieuwe bankcultuur, zoals de Belgische bevolking dat vraagt.
- Belfius wil blijvend investeren in een hoog niveau aan **financiële en risicomanagement-expertise** om onze eigen soliditeit en de veiligheid van de gelden en activa van onze klanten te waarborgen.
- Belfius wil een lokaal verankerde bank zijn met een **sociale dimensie**. Ons maatschappelijk engagement is lokaal geïnspireerd en gericht op de ondersteuning van sport, kunst en van medeburgers die het op het vlak van welvaart en welzijn moeilijk hebben. Onze medewerkers associëren zich actief en belangeloos met onze initiatieven.
- Belfius wil de **meest klantgerichte bank-verzekeraar** zijn en focust daarvoor volledig op klantentevredenheid met als doelstelling een score van 95 % tevreden actieve klanten over alle segmenten heen. Ook door onze operationele efficiëntie te verhogen en efficiëntiewinsten naargelang van het klantensegment te herinvesteren beogen we een nog betere dienstverlening.



Conclusie

Belfius heeft sinds 2011 een sterk parcours afgelegd. Klantentevredenheid is de motor geworden van onze organisatie. We willen pionier zijn van een nieuwe bedrijfscultuur, met een helder en eenvoudig businessmodel. We focussen op de lange termijn. We helpen mee onze Belgische samenleving en economie op te bouwen. We zijn meer dan ooit overtuigd van de duurzaamheid van onze toekomst en werken op basis van onze unieke troeven verder aan de verwezenlijking van onze ambities. De uitstekende financiële en commerciële resultaten in 2014 sterken ons in onze overtuiging dat we deze prestaties ook in de komende jaren zullen kunnen voortzetten.

De heer Jos Clijsters, voorzitter van de raad van bestuur: *“In 2014 hebben we definitief de soliditeit van Belfius bewezen. We slaagden met glans in de stresstests van de ECB. Er kwam een einde aan onze verplichtingen ten overstaan van Europa. Niet alleen financieel, maar ook commercieel hebben we grenzen verlegd en kijken we met vertrouwen uit naar de toekomst, zonder voorbij te gaan aan een aantal toekomstige uitdagingen”.*

De heer Marc Raisière, CEO: *“2014 was een scharnierjaar voor Belfius, een jaar waarin we definitief de bocht hebben genomen richting een langetermijnvisie en duurzame toekomst. Ondanks een moeilijke markt hebben we zeer sterke commerciële resultaten neergezet, en zijn we goed op weg om onze ambitie van meest klantgerichte bank-verzekeraar waar te maken. Ik wens dan ook uitdrukkelijk onze medewerkers te danken voor de geleverde inspanningen en onze klanten voor hun vertrouwen in Belfius”.*

Perscontacten

Belfius

Ulrike Pommée

Ulrike.pommee@belfius.be / press@belfius.be

02 222 02 57

www.belfius.com

