

Brussel, 25 februari 2016

Belfius presteert sterk in 2015. Strategische focus op klanttevredenheid beloond.

De strategische focus van Belfius op klanttevredenheid ligt aan de basis van onze sterke resultaten en van het groeiend vertrouwen dat klanten in Belfius als bank én verzekeraar stellen. Belfius weet zich aldus op een authentieke wijze te differentiëren, zijn dienstverlening te verruimen, zijn inkomsten te verhogen en tegelijk zijn kosten te verlagen door consequent te investeren in reële toegevoegde waarde voor de klant.

Dankzij de kwaliteit van onze resultaten en onze financiële soliditeit kunnen we onze kernobjectieven voor eind 2016 een jaar sneller dan gepland realiseren, onze aandeelhouder onder voorbehoud van de goedkeuring door de ECB een eerste dividend uitkeren, onze bijdrage tot de Belgische economie en welvaart nog versterken.

- **Het nettoresultaat van Belfius stijgt in 2015 met 10 % tot 506 miljoen euro.**
- **Het resultaat vóór belastingen uit de commerciële activiteiten neemt toe met 20 % tot 860 miljoen euro** door een combinatie van doorgedreven commerciële prestaties en efficiëntie. Het **nettoresultaat** uit de commerciële activiteiten van **611 miljoen euro** overstijgt reeds in 2015 de doelstelling 2016 van 600 miljoen euro.
- **De historische Legacy werd verder afgebouwd met 2,5 miljard euro** en had een negatieve impact van **105 miljoen euro** op het nettoresultaat.
- **De Cost-Income ratio** van de commerciële activiteiten verbetert voor het vierde jaar op rij en bedraagt **59,6 %**, een daling met **5 %** in één jaar tijd.
- **13,6 miljard euro nieuwe langetermijnfinancieringen** worden **toegekend** aan de Belgische economie, een groei met **23 %** t.o.v. 2014.
- **De klanttevredenheid bereikt in de 2^e jaarhelft van 2015 ons objectief van 95 %.**
- **De solvabiliteitsratio Basel III CET 1 (Phased-in) stijgt tot 15,9 %** en voldoet ruimschoots aan de minimum kapitaalvereisten opgelegd door de ECB en de NBB.
- **De liquiditeitsratio (LCR) neemt toe tot 132 %.** Belfius beschikt tevens over een reserve van **34 miljard euro** aan liquide middelen.
- **Het totaal eigen vermogen stijgt verder tot 8,7 miljard euro**, een groei met **5,4 miljard euro** sinds eind 2011.

Sterke financiële en commerciële resultaten in 2015

Het **resultaat vóór belastingen uit de commerciële activiteiten** stijgt met 20 % tot **860 miljoen euro**. Het **nettoresultaat** groeit met 5 % tot **611 miljoen euro**.

Belfius Bank nam daarvan 395 miljoen euro voor zijn rekening, een stijging van 8 % in vergelijking met 2014. Belfius Insurance evenaarde met 216 miljoen euro zijn historisch hoge bijdrage van 2014.

Het nettoresultaat van de commerciële activiteiten steeg vooral dankzij de zeldzame combinatie van:

- de **toename van de opbrengsten** tot 2,321 miljard euro die vooral werd ondersteund door een sterke organische groei van 1,9 miljard euro (+40 %) van de beleggingen en de globale aangroei van de nettocommissie-opbrengsten (+11 %). Ondanks de lage rente steeg het totale volume op spaarrekeningen bij Belfius met 9 % tot 49,4 miljard euro.
- de **daling van de kosten** van de commerciële activiteiten met 3,5 % tot 1,384 miljard euro door een focus op processen met toegevoegde waarde voor de klant, een gedisciplineerde uitvoering van het langetermijn besparingsplan, en dit zelfs bij intensieve investeringen in “digital”.

De **Cost-Income ratio** van de commerciële activiteiten verbeterde in vergelijking met 2014 dan ook significant met 5 % tot 59,6 %.

Ook een verdere stabilisatie van de risicokosten ondersteunde de duurzame groei van het recurrent commercieel resultaat en bevestigt het goede risicoprofiel van onze franchise.

De afbouw van de **Legacy** werd volgens plan versneld voortgezet en had vorig jaar een negatieve impact van 105 miljoen euro op het nettoresultaat in vergelijking met -119 miljoen euro in 2014.

Het nettoresultaat van de commerciële activiteiten gecombineerd met de impact van de Legacy leidt tot een **geconsolideerd nettoresultaat** van 506 miljoen euro, een toename van 10 % ten opzichte van 2014.

Tevredenheidsobjectief van 95 % reeds in tweede jaarhelft gerealiseerd

De strategische focus van Belfius op **klantentevredenheid** ligt aan de basis van zijn sterke resultaten, van het groeiend vertrouwen dat klanten in Belfius als bank én verzekeraar stellen, en van een grondige, interne cultuurverandering waarbij kosten en investeringen consequent worden afgewogen aan de hand van hun reële meerwaarde voor de klant. Zowel het **aantal nieuwe actieve klanten** (+213 000) op groepsniveau als hun **uitrustingsgraad** stegen dan ook in 2015.

Sinds medio 2014 wordt de klantentevredenheid in samenwerking met gespecialiseerde externe partners maandelijks actief gemeten. Naast een representatief staal van Public, Social en Corporate klanten worden op jaarbasis ruim 520 000 particuliere klanten met minstens twee Belfius-producten bevroegd.



Belfius behaalde over 2015 een **globale tevredenheidsscore van 94,7 %**. Bij de particuliere klanten bedroeg deze 93,7 %, bij Public, Social en Corporate klanten liep die score op tot 96,5 %. Onze ambitie om over het hele jaar een gemiddelde score van 95 % neer te zetten, is dus realistisch, en werd overigens over de tweede jaarhelft bereikt.

Retailklanten: topjaar voor kredieten, beleggingen en private banking

- **Topjaar voor kredieten: productie woonkredieten stijgt met 40 % tot hoogste niveau ooit**

2015 was een topjaar voor de kredieten. Aan retailklanten werden **6,1 miljard euro** (+33 %) nieuwe L.T.-financieringen verstrekt. Deze stijging was hoofdzakelijk afkomstig van de hoogste productiegroei van **hypothecaire kredieten** die Belfius ooit kende en scoorde gemiddeld 17 % hoger dan de markt. In vergelijking met vorig jaar werd deze dankzij een aantrekkelijk aanbod, belangrijke commerciële inspanningen en een aantrekkende markt met 40 % verhoogd tot 5,5 miljard euro. Voor Belfius Groep bedroeg het marktaandeel iets **meer dan 15 %**.

- **Sparen & beleggen: organische groei stijgt met 40 % tot 1,9 miljard euro**

De **organische groei**, t.t.z. de groei zonder marktprijseffecten, van beleggingen door retailklanten (inclusief het segment Business) beliep 1,9 miljard euro. De omloop van hun **totale beleggingen** groeide in 2015 tot 99 miljard euro.

32 miljard euro aan beleggingen van deze omloop waren afkomstig van 62 000 Private klanten die hierbij konden rekenen op de expertise van ruim 250 lokale, gecertificeerde Private Bankers. Een verhoging met 8 % die de positie van Belfius als vooraanstaande **Private Bank** nog versterkte. Het aantal klanten die het beheer van hun vermogen via mandaten aan Belfius toevertrouwen is op twee jaar tijd quasi verdubbeld. De totale uitstaande mandaten namen in 2015 toe met 29 % tot 9 miljard euro.

- **Digitale transformatie op kruissnelheid: 600 000 actieve mobile app-gebruikers**

Belfius is ervan overtuigd dat de digitale revolutie belangrijke opportuniteiten biedt om de nabijheid tot onze klanten en hun tevredenheid nog te versterken. Zij werkt dan ook aan de uitbouw van een digitaal ondersteund businessmodel met een ideaal **evenwicht** tussen kwalitatief relatiebeheer enerzijds en performante, gebruiksvriendelijke directe kanalen anderzijds. Daarvoor worden twee elkaar aanvullende **omnichannel**-benaderingen uitgewerkt. Klanten zijn vragende partij om beter geïnformeerd te worden over opportuniteiten, en dankzij de digitale evolutie kan dit voor iedereen. Belfius zal er zorg voor dragen die digitale contactmomenten op een respectvolle en voor de klant voordelige wijze te benutten, en complementair de expertise van zijn kantoormedewerkers in te zetten op sleutelmomenten die vragen om nog persoonlijker en ruimer advies.



Wat de digitale benadering betreft, ligt de klemtoon op het gebruik van data in functie van de behoeften van de klant, op een aangepaste, digitale communicatie en op papierloze processen vanuit een “**mobile first**”-principe zodat klanten al hun basisbank- en verzekeringsproducten gelijk waar en wanneer kunnen beheren.

Gespreid over de komende drie jaar zal Belfius circa **100 miljoen euro investeren** om zijn vooraanstaande positie op het vlak van digital en mobile banking nog te versterken en sloot, ter ondersteuning, begin dit jaar vier nieuwe strategische samenwerkingsakkoorden met Belgische bedrijven af.

Zoals in voorgaande jaren blijft Belfius op het vlak van mobile immers toonaangevend. Eind 2015 telden de innovatieve **Belfius-apps** voor smartphone en tablet **600 000 actieve gebruikers**, een stijging met 67 % t.o.v. eind 2014. Mobile banking is vandaag duidelijk een volwaardig kanaal geworden voor het uitvoeren van bankverrichtingen en onze apps worden per klant gemiddeld 21 keer per maand gebruikt. De **hoge tevredenheidscijfers** (99/100) tonen aan dat vooruitstrevende innovatie in functie van het gebruiksgemak en de relevantie voor de klant aanslaat.

Versterking van onze positie als bank-verzekeraar

In het kader van de diversificatie van zijn inkomsten koos Belfius drie jaar geleden voor een **versterkte verzekeringsstrategie** om vooral de verkoop van Niet-Leven via eigen distributiekanaalen, en in het bijzonder via de bankkanalen, door een intensievere cross-selling te stimuleren.

Op drie jaar tijd steeg het totale **premie incasso Niet-Leven** van 531 miljoen euro in 2012 tot **602 miljoen euro** in 2015, een stijging met **13 %** die in belangrijke mate vorig jaar werd gerealiseerd en de juistheid van onze strategische keuze bevestigt. Het premie incasso via de bankkanalen nam in 2015 toe met 9 % tot 153 miljoen euro. De gecombineerde ratio voor schadeverzekeringen via de bankkanalen behoort met **89,5 %** overigens tot de beste van de markt.

De totale **reserves Leven** bleven op drie jaar tijd stabiel en evolueerden van 19,8 miljard euro in 2012 tot **19,7 miljard euro** in 2015. De reserves **tak 23** stegen tijdens diezelfde periode van 3,5 tot 4,6 miljard euro en compenseerden in belangrijke mate de daling van de reserves tak 21, een levensverzekeringsproduct dat ten gevolge van de lage rente steeds minder in de markt ligt.

Business en Corporate: sterke groei in nieuwe langetermijnfinancieringen. Stijging met 61 % bij Corporate-klienten

In 2015 was **5,6 miljard euro (+32 %)** van de in totaal **13,6 miljard euro nieuwe L.T.-financieringen in de Belgische economie bestemd voor het Business-segment** (kmo's, zelfstandigen en vrije beroepen) en **Corporate-klienten**. Belfius versterkt duidelijk zijn positie op de Corporate markt en zet zich als Belgische bank-verzekeraar 100 % in om van Belgische ondernemersideeën een succes te maken.



De productie van langetermijnkredieten voor Corporate-klienten steeg met 61 % tot 3,2 miljard euro. Deze sterke toename is het gevolg van onze groei-ambitie in dit segment, van de inzet van bijkomende middelen en van een pertinente en duidelijke positionering. Belgische ondernemingen kunnen enerzijds rekenen op een lokaal verankerde partner met een beslissingscentrum dicht bij de klanten en anderzijds op Belfius steunen om gemakkelijker zaken te doen met de publieke en sociale sector via zijn unieke “**Business to Government**” **aanpak**. 30 % van de productie was in 2015 reeds te danken aan deze aanpak.

De **Europese Investeringsbank (EIB)** en Belfius verlengden in november ook een bestaande kredietlijn waardoor reeds meer dan 1 500 projecten van Belgische kmo's en midcaps tegen gunstvoorwaarden konden worden gefinancierd over een periode van 18 maanden. Als eerste Belgische bank ondertekende Belfius in 2015 bovendien een InnovFin SME Garantie overeenkomst met het **Europees Investeringsfonds (EIF)** om de financiering van innoverende bedrijven tot 500 medewerkers te ondersteunen. Met diezelfde partner sloot Belfius reeds eerder een overeenkomst waarbij gespreid over 3 jaar een totale enveloppe van 360 miljoen euro werd vrijgemaakt voor starters.

Belfius begeleidde **10 944 nieuwe starters** die een beroep konden doen op die enveloppe. Op 3 jaar tijd steeg het globaal aantal starters bij Belfius met 22,4 %.

Voor het Business-segment bedroeg het marktaandeel L.T.-financieringen van Belfius ongeveer 13 % en steeg de productie van nieuwe langetermijnkredieten vorig jaar tot **2,4 miljard euro (+6 %)**.

Publieke & sociale sector: onbetwist markt-leiderschap

▪ 1,9 miljard euro langetermijnkredieten

Net zoals in 2014 daalde de marktvraag naar langetermijnkredieten in de publieke en sociale sector omwille van o.m. budgettaire beperkingen. Bijgevolg daalde ook bij Belfius de productie maar wel met behoud van zijn circa 50 % aandeel in productie als onbetwist marktleider. Ondanks de zwakke markt en hevige concurrentie steeg zelfs het marktaandeel inzake L.T.-kredietverlening aan lokale overheden tot 58 %. Belfius verleende vorig jaar **1,9 miljard euro** nieuwe langetermijnfinancieringen, een vermindering met 14 % t.o.v. 2014 alhoewel de productie in het tweede semester van 2015 59 % hoger lag dan in de eerste jaarheft.

Als partner voor de nieuwe uitdagingen van zijn klanten stimuleert Belfius de realisatie van toekomstgerichte en duurzame projecten via het initiatief “Smart Cities & Sustainable Development”. Dit financieringsprogramma in samenwerking met de EIB werd door het Britse magazine World Finance bekroond en opgenomen in haar prestigieuze “World Finance100”. Inmiddels werd reeds 100 miljoen euro voordelige financiering in het kader van dit programma toegekend.

▪ 4,7 miljard euro innovatieve financieringsvormen

Gelet op zijn gespecialiseerde expertise in de publieke en sociale sector, en zijn betrachting om klanten altijd de meest aangepaste oplossing te bieden, speelt Belfius dan ook voluit in op de groeiende interesse van de sector voor **innovatieve financieringsmiddelen** onder de vorm van thesauriebewijzen en obligatie-uitgiften op de kapitaalmarkt.



Met een verdere stijging van zijn participatiegraad tot **84 %** bevestigt Belfius ook in 2015 zijn leiderspositie in uitgiften van obligaties en thesauriebewijzen voor (semi-)publieke klanten. Vorig jaar bracht de bank voor **4,7 miljard euro** innovatieve financieringsmiddelen aan onder de vorm van kortetermijnuitgiften (commercial paper) en langetermijnuitgiften (MTN en obligaties).

Voor het derde opeenvolgende jaar werd Belfius door Euronext Brussels bekroond met de prijs van “**Nº 1 Bond Finance House of the Year**”, een prestigieuze award die de strategische rol van de bank in de financiering van (semi-)publieke entiteiten bevestigt. Belfius innoveerde in 2015 met de uitgifte van universiteitsobligaties die voor de eerste keer genoteerd werden op de beurs. Specifiek in de sector van universiteiten en hogescholen kon Belfius een 100 % succesratio voorleggen met een begeleiding van in totaal 6 entiteiten in 2015.

▪ **Marktleider op het vlak van thesauriebeheer**

Dankzij jaarlijkse informatica-investeringen t.b.v. 12 miljoen euro, een ruim, aantrekkelijk en innovatief aanbod aan betaalmiddelen en een performant beheer van de rekeningen, beheert Belfius de thesaurie van quasi alle lokale overheden. De bank ondersteunde de modernisering van de openbare sector door o.m. als eerste en enige bank een mobiel toegankelijke toepassing, de BelfiusWeb-app, te lanceren die inmiddels meer dan duizend lokale financiële verantwoordelijken de mogelijkheid biedt gelijk waar, gelijk wanneer en voor gelijk welk bedrag hun betalingen op te volgen en uit te voeren.

Historische Legacy verder afgebouwd met 2,5 miljard euro

Zoals bekend beheert Belfius zijn historische Legacy-portefeuille apart van de commerciële activiteiten in een zogenaamd tactisch risico-afbouwprogramma. Zijn voortdurende inspanningen op het vlak van risico-afbouw hebben sinds 2011 geleid tot een sterk verbeterd risicoprofiel. Belfius heeft beslist deze afbouw nog te versnellen **en aldus de historische obligatie- en buitenbalans-kredietgarantieportefeuilles tegen eind 2016 in lijn te brengen met het algemeen risicoprofiel in de commerciële activiteit.**

Omwille van de gunstige marktomstandigheden werd deze beslissing vooral in de eerste jaarhelft versneld uitgevoerd. Naast een kwantitatieve afbouw van de obligatieportefeuille met 1,4 miljard euro en van de buitenbalans-kredietgarantieportefeuille met 1,1 miljard euro lag de klemtoon ook op een kwalitatieve verbetering van beide portefeuilles. De gemiddelde kredietkwaliteit steeg hierdoor van BBB+ naar A- en het aandeel “non investment grade” daalde van 5 % eind 2014 tot 3 % eind 2015. De versnelling van deze afbouw had vorig jaar een negatieve impact van **105 miljoen euro** op het nettoresultaat van Belfius.

Een solide solvabiliteit en liquiditeit

Een succesvolle diversificatiestrategie op financieringsvlak, en de goede prestaties in risico-afbouw gecombineerd met winstreserveringen sinds 2012, resulteren in een **solide liquiditeits- en solvabiliteitspositie:**



- De **Basel III CET 1-ratio (Phased-in)** bedraagt **15,9 %** eind 2015 (t.o.v. 14,7 % eind 2014) en Belfius voldoet daarmee ruimschoots aan de minimum kapitaalvereisten opgelegd door de ECB en de NBB.
De **Basel III CET 1-ratio (Fully Loaded)** bedraagt **14,9 %** eind 2015 (t.o.v. 13,2 % eind 2014).
- De **Solvency II-ratio** van Belfius Insurance bedraagt 212 % op het einde van 2015 en dus nog steeds meer dan het dubbele van wat wordt vereist. De **Solvency I-ratio** steeg van 205 % naar 221 %.

Ook met een **LCR-ratio** van 132 % - tegenover 122 % eind 2014 - voldoet Belfius ruim aan de liquiditeitsvereisten opgelegd door de ECB en de NBB. Belfius beschikt over een **liquiditeitsbuffer van 34 miljard euro aan liquide middelen**, die aldus de institutionele financieringsbronnen die binnen het jaar op vervaldag komen, meer dan vijfmaal dekken.

Door de solide financiële resultaten, de winstreservering in het eigen vermogen en de verbetering van de waarde van de obligatieportefeuille steeg het totaal eigen vermogen tot 8,7 miljard euro in 2015 met 0,8 miljard, en in vier jaar tijd met 5,4 miljard euro.

Belfius maakt zijn engagementen één jaar sneller waar

Tijdens de voorstelling van de halfjaarresultaten 2015 werd reeds voorspeld dat Belfius een aantal voor **eind 2016** geplande objectieven sneller dan voorzien zou realiseren.

We hebben onze engagementen voor 2016 inmiddels waargemaakt:

- Een **netto jaarresultaat van 500 miljoen euro**: voor 2015 bedraagt ons nettoresultaat 506 miljoen euro.
- Een **cost income ratio** van de commerciële activiteiten **onder 60 %**: we behaalden 59,6 %.
- **30 miljard euro nieuwe langetermijnfinancieringen** in de Belgische economie van 2014 tot en met 2016: in 2014 en 2015 verleenden we in totaal reeds 24,6 miljard nieuwe L.T.-financieringen, en zullen dus allicht reeds medio dit jaar deze doelstelling bereiken.
- De verdere **afbouw van de historische Legacy**: we hebben de afbouw in 2015 versneld en zullen onze historische Legacy portefeuille tegen eind 2016 aldus in lijn kunnen brengen met het algemeen risicoprofiel in de commerciële activiteit.
- **95 % tevreden klanten**: we realiseerden eind vorig jaar een globale tevredenheidsscore van 94,7 % en behaalden onze doelstelling in de tweede jaarhelft.
- Een **Basel III CET 1-ratio (Phased-in)** boven 13 %: ook de solvabiliteit situeert zich ruim boven onze doelstelling.
- Een **Solvency II-ratio boven 200 %**: de huidige ratio overschrijdt ruim wat vereist wordt én het objectief van 200 %.
- De **creatie van waarde voor de aandeelhouder**: op vier jaar tijd steeg het totaal eigen vermogen met 5,4 miljard euro tot 8,7 miljard euro in 2015.



Conclusie

In 2015 hebben we definitief een historische bladzijde omgedraaid. Onze 95 % klantentevredenheid is binnen handbereik. We scoren commercieel sterk in vrijwel alle segmenten en domeinen, en leveren uitstekend werk qua financieel en risicobeheer. We weten hogere inkomsten te combineren met lagere kosten, meer efficiëntie met een nog betere dienstverlening aan onze klanten. We investeren bijkomend in hun digitaal comfort en in een geoptimaliseerde service waarbij alleen de toegevoegde waarde voor de klant telt.

Onze aandeelhouder bieden we stevige resultaten, een solide solvabiliteit en perspectief op een dividend. Ingezamelde spaargelden herinvesteerden we ten belope van 13,6 miljard euro in de ondersteuning van de Belgische economie.

We bieden werk aan 10 000 gezinnen en willen dat blijven doen. 92 % van onze medewerkers verklaarde zich tevreden om voor Belfius te werken en associëren zich actief en belangeloos met de maatschappelijke initiatieven die Belfius onderneemt voor medeburgers die het op het vlak van welzijn moeilijk hebben.

Hoe we dit hebben gerealiseerd is even belangrijk als wat we hebben gerealiseerd. Na de initiële steun van onze aandeelhouder in oktober 2011 zijn we hierin geslaagd op eigen kracht, met eigen middelen, op een authentieke “Belfius manier”. Met klantentevredenheid als motor van onze organisatie. Met een helder en eenvoudig zakenmodel geïnspireerd op de essentie van de rol van een bankier en verzekeraar in de maatschappij.

Die eigen bedrijfscultuur zal ons in de komende jaren toelaten het verschil te maken, onze kansen te blijven grijpen in een erg uitdagende macro-economische, financiële en steeds meer digitaal dominante omgeving. We hebben onze strategische plannen voor 2020 klaar.

Jos Clijsters, voorzitter van de raad van bestuur: *“Belfius heeft bewezen dat we een bank-verzekeraar zijn die woord houdt. Wat we beloofden tegen eind 2016 hebben we een jaar sneller gerealiseerd. Ik put persoonlijk veel voldoening uit het feit dat we in de tweede jaarhelft van 2015 ons klantentevredenheidsobjectief van 95 % hebben behaald. Klantentevredenheid is de kern van onze strategie, de motor van onze organisatie, de voorwaarde én garantie voor een succesvolle toekomst”.*

Marc Raisière, CEO: *“Onze resultaten in 2015 en de soliditeit van onze financiële kerncijfers bewijzen eens te meer dat Belfius opnieuw op de kaart staat, en als Belgische bank-verzekeraar een niet te onderschatten maatschappelijke rol vervult in de ondersteuning van de Belgische economie en samenleving. In het licht van een permanent uitdagende rente- en marktgeving blijven we kost- en risico-alert, maar staan voor de toekomst klaar om die rol en verantwoordelijkheid nog sterker op te nemen”.*

Ik wens dan ook al onze klanten te danken voor hun vertrouwen, en onze medewerkers in de zetels en netten, onze zelfstandige agenten en hun medewerkers uitdrukkelijk te feliciteren voor hun inspanningen en inzet in 2015”.

Perscontacten

Belfius

Ulrike Pommée

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

02 222 02 57

www.belfius.com