

Brussel, 23 september 2015

## **Nieuwe communicatiecampagne Belfius richt schijnwerpers op Belgische ondernemingen**

**Belfius benadrukt opnieuw zijn ambitie een belangrijke speler te zijn voor kleine, middelgrote en grote ondernemingen met een beslissingscentrum in België. Het richt de schijnwerpers op de Belgische ondernemer in het kader van een nieuwe commerciële campagne.**

Sinds 2011 werkt Belfius aan een grondige herpositionering. Dit resulteerde in een uiterst eenvoudig businessmodel, waarmee het dicht bij zijn klanten staat en, via zijn krediet- en investeringsbeleid, alle pijlers van de Belgische economie ondersteunt: de particulieren, de publieke en sociale sector en de ondernemingen, ongeacht hun omvang.

Belfius beschikt immers over heel wat expertise in het segment van de ondernemingen, iets wat soms onvoldoende bekend is. Van de 6,4 miljard euro aan financieringen op lange termijn die het in de loop van het eerste halfjaar 2015 aan zijn klanten heeft toegekend, ging niet minder dan 2,7 miljard euro naar business- en corporate klanten. Dit komt neer op een stijging van 39 % ten opzichte van het eerste halfjaar 2014.

Belfius wil die positie nu versterken en een globale relatie ontwikkelen, een “lokale bankier” worden en een vinger in de pap hebben voor alle bankproducten en -diensten die de ondernemingen nodig hebben, en de ondernemer bijstaan in het beheer van zijn privévermogen.

Behalve de klemtoon die nu al op de kleine ondernemingen, de zelfstandigen en de vrije beroepen ligt, gaat Belfius voortaan nog meer belang besteden aan ondernemingen met een omzet van meer dan 10 miljoen euro, namelijk het segment ‘Corporate Banking’, dat een van de sleutelsegmenten van zijn strategie is geworden. Er werden belangrijke investeringen gedaan om de ontwikkeling van dit segment te ondersteunen: verhoging van het aantal Corporate Bankers met 25 %, aanwerving van meer kredietanalisten en reorganisatie van het commercieel team en van de marktenzaal, om de ondernemingen de beste diensten te kunnen aanbieden.

Bogend op zijn expertise in de publieke sector, wenst Belfius ook een brug te slaan tussen de ondernemingen en de overheidssector. Zo wil het zijn stevig opgebouwde knowhow ten dienste stellen van zijn Corporate klanten. Hoewel de overheidssector een markt van 50 miljard euro vertegenwoordigt, is hij voor heel wat bedrijven nog onontgonnen terrein. De verplichtingen in verband met de wet op de overheidsopdrachten schrikt echter heel wat ondernemers af, omdat ze niet precies weten hoe ze de zaken moeten aanpakken. Belfius kan ze hierbij begeleiden en alles in het werk stellen om hun de toegang tot deze markt te vergemakkelijken.

Op die manier wil Belfius zijn Corporate marktaandeel de komende drie à vijf jaar van 8 naar 13 % verhogen.

## **België, een land van ondernemers met vele ideeën**

België barst van het talent, met mensen die er niet voor terugdeinzen hun kans te wagen, risico's te nemen, hun droom waar te maken en de wereld rondom hen te veranderen. België heeft talentrijke ondernemers nodig. Om hun ideeën concrete vorm te geven en te ontwikkelen, moeten ze echter kunnen rekenen op een partner die hun financiën in goede banen weet te leiden, want aan elke handelstransactie hangt een financieel plaatje vast.

Belfius is de enige bank-verzekeraar die 100 % verankerd is in beide delen van het land, en heeft uitsluitend Belgische beslissingscentra. Daarom denken wij alle troeven in handen te hebben om die vertrouwenspartner te zijn of te worden.

Belfius is er immers van overtuigd dat het over alle instrumenten en competenties beschikt om de Belgische bedrijven te begeleiden in alle fasen van hun ontwikkelingsproces en om van de ideeën van de Belgische ondernemers een succesverhaal te helpen maken.

## **Nieuwe communicatiecampagne richt schijnwerpers op Belgische ondernemingen**

In het kader van deze strategische versterking heeft Belfius besloten om vanaf eind september, via een communicatiecampagne, de schijnwerpers op de Belgische ondernemers te richten.

Een aantal bekende Belgische ondernemers die allemaal klant zijn bij Belfius, hebben gratis hun medewerking verleend om in samenwerking met De Tijd/l'Echo een bijlage te realiseren: Eric Domb (Pari Daiza), Eric Van Zele (Barco), Conny Vandendriessche (Accent Jobs), Françoise Belfroid (Ronveaux), Mohamed Takhim (Ecophos), Tom Mariën (Equitom), Roland Duchâtelet (Melexis), Frédéric Dufour (Dufour), Francois Dethier & Renaud Piroette (Curtius), Dominique Motte (AS Adventure).

In deze katern zullen ondernemers aan het woord komen over hun projecten en ideeën, het belang van de ondernemersgeest voor de toekomst en de veranderingen waarmee ze worden geconfronteerd. Het zal uiteraard ook gaan over de inventiviteit en flexibiliteit waarvan ze dagelijks blijf moeten geven, en over de noodzaak zich te laten omringen met loyale, soepele en proactieve partners op wie ze dagelijks kunnen rekenen.

Deze verhalen bevatten zo'n schat aan informatie dat Belfius ze wil verwerken in een commerciële campagne die vanaf half oktober aan bod zal komen in kranten, op de radio en op tal van websites.

### **Perscontacten**

#### **Belfius**

Ulrike Pommée

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

02 222 02 57

[www.belfius.com](http://www.belfius.com)

