

Ma petite banque ne connaît pas la crise

HUMO
HELPT U
én Moeder Aarde

DEZE WEEK BIJ ELKE HUMO
GRATIS
AANDELEN

TER
WAARDE VAN
€15

powered by
KEYTRADE
BANK
keytradebank.com

Keytrade Bank fait partie des rares entreprises, bancaires de surcroît, à ne pas subir de plein fouet les effets de la conjoncture économique. Ainsi, le mois d'octobre a été le mois de tous les records chez Keytrade Bank. 2.300 nouveaux clients ont décidé de lui faire confiance, du jamais vu depuis l'existence de la première banque belge par internet. Ce sont désormais 80.000 clients qui font leurs opérations bancaires et boursières en ligne. Il s'agit d'une progression de plus de 230% par rapport au mois d'octobre de l'année passée! «*Nous continuons sur notre lancée. Depuis janvier, nous totalisons deux fois plus de nouveaux clients qu'en 2007. En octobre, cette progression est passée de deux à trois.*» explique **Thibault de Barsy**, sales & marketing director. Et de poursuivre: «*Nous attirons beaucoup de gens. Car nous avons une structure de banque internet, c'est-à-dire un profil de coûts légers, assorti d'une offre en tarification, taux d'intérêts, etc...plus avantageuse que celle des grandes banques. Nous avons un pied dans les deux mondes: le online et une filiation directe avec le groupe Crédit Agricole, un des premiers groupes européens dans le segment de la banque de détail. Les gens se croyaient en sécurité chez Fortis et Dexia, en payant un peu plus cher. Mais le prix de cette sécurité s'est avéré aléatoire. D'autres plus opportunistes sont passés chez nous afin de consentir des investissements boursiers plus risqués. Les consommateurs n'ont plus peur de la banque online. Ils l'ont expérimentée avec leurs banques classiques. Avec Keytrade, ils payent moins cher et ne rejoignent pas une petite start-up dont on n'a jamais entendu parler! Nous sommes présents depuis 10 ans sur le marché belge et faisons parties d'un grand groupe financier. Tous ces éléments jouent en notre faveur à l'occasion de ce contexte de crise.*» Chez Keytrade, les avoirs bancaires de la clientèle (dépôts à vue, à terme et d'épargne) ont augmenté de 25% depuis le début de l'année. Le total bilantaire a ainsi dépassé le milliard d'euro. La promotion

intense du compte à vue «révolutionnaire» - qui rapporte 5 cents à chaque opération effectuée - ainsi que le compte d'épargne AZUR à 4.25% expliquent en grande partie cette avancée positive. En termes de communication, l'enseigne ne relâche pas la pression. *«Nous sommes évidemment prudents. Autant, nous ne coupons pas dans nos budgets, autant nous ne les faisons pas exploser suite à la crise. Nous sommes en légère progression par rapport à 2007. Nous conservons notre approche. Dès janvier, nous avons affiché un positionnement révolutionnaire. Lorsque la crise s'est installée, celui-ci s'est avéré davantage d'actualité. Nous continuons donc sur notre lancée, avec toutefois un changement au niveau du mix média. En 2007, nous étions très présents en affichage et online. Pour 2008, la radio a remplacé l'affichage. Nous avons été peu présents en print, à l'exception d'opérations ponctuelles, comme une récente avec Humo et un sponsoring d'un concours investisseurs de Roularta. 2009 devrait être du même tonneau sous réserve d'opportunités.»* déclare notre interlocuteur.

La dernière campagne de Keytrade Bank a vu le jour dans **Humo** à la mi novembre. Un petit voucher accompagnait le magazine. Celui-ci comportait un n° de code unique, permettant à son titulaire d'ouvrir un compte et de bénéficier d'une participation d'une valeur de 15€ dans un fond d'investissements de Delta Lloyd. Si l'action fonctionne bien en Flandre, elle sera dupliquée au Sud. Pour l'occasion, les savoir-faire de **Lowe**, l'agence de l'annonceur et **Mortierbrigade** celle de Humo ont œuvré en symbiose. Preuve que Keytrade aime la presse, le lancement en septembre dernier de son **Guru Index**. La banque s'était ici associée au magazine **Cash** de RMG. Avec l'aide de l'agence **Emakina**, www.gurindex.be est devenu un indice de confiance bâti à partir des opinions exprimées par les investisseurs sur les cours futurs de trois indicateurs financiers. Voilà encore une manière de se jouer de la conjoncture!

PH.W.