

Table of contents

FORTIS OPERATING COMPANIES BENELUX

Blauw fabriekje wordt gesloopt Belang van Limburg, 25.02.2005	1
Fintro chasse le Crédit à l'Industrie DERNIERE HEURE (LA), 25.02.2005	2
Le Crédit à l'Industrie devient Fintro ECHO (L'), 25.02.2005	3
Krediet aan de Nijverheid ruimt baan voor Fintro FINANCIEEL ECONOMISCHE TIJD, 25.02.2005	5
Blauw fabriekje wordt gesloopt GAZET VAN ANTWERPEN, 25.02.2005	6
Het blauwe fabriekje wordt Fintro LAATSTE NIEUWS (HET), 25.02.2005	7
La petite usine bleue devient Fintro LIBRE BELGIQUE (LA), 25.02.2005	8
Le Crédit à l'Industrie devient Fintro METRO FR, 25.02.2005	8
Blauw fabriekje wordt Fintro METRO NL, 25.02.2005	8
Blaauwe fabriekje wordt Fintro MORGEN (DE), 25.02.2005	8
Crédit à l'Industrie devient Fintro SOIR (LE), 25.02.2005	9
Krediet aan de Nijverheid wordt Fintro STANDAARD (DE), 25.02.2005	10
Le Crédit à l'Industrie change de nom et devient Fintro VERS L'AVENIR, 25.02.2005	10

Blauw fabriekje wordt gesloopt

Krediet aan de Nijverheid herdoopt in Fintro

BRUSSEL - De dagen van 'het blauwe fabriekje' zijn geteld. Begin mei verandert het Krediet aan de Nijverheid, dat het blauwe fabriekje als logo en roepnaam heeft, van naam. Straks prijkt er Fintro op de gevel.

Het wordt binnenkort zoeken naar een bank die nog niet van naam veranderd is. Straks valt ook het Krediet aan de Nijverheid (KN) weg. "Die naam past niet meer bij de bank zoals ze nu is", zegt directeur Jos Clijsters van Fortis, waartoe KN nu behoort. "In de industrie zitten we nagenoeg niet meer en krediet verlenen, is onze voornaamste bezigheid evenmin."

De Nationale Maatschappij voor Krediet aan de Nijverheid (NMKN) werd in 1919 opgericht door een consortium van banken. De onderneming had tot doel om het industriële pa-

trimonium van België na de Eerste Wereldoorlog weer op te bouwen. In 1995 werd de maatschappij opgekocht door de toenmalige ASLK, die op haar beurt in 1998 fuseerde met de Generale Bank en zo de basis legde voor de huidige Fortis Bank.

Krediet aan de Nijverheid (KN) maakt nu dus deel uit van de groep Fortis. De kredietverlening aan grote bedrijven werd intussen trouwens overgeheveld naar Fortis Bank. KN richt zich nu tot particulieren. Vooral met spaar- en beleggingsproducten. KN heeft een netwerk van 345

zelfstandige agenten. De instelling is vooral in landelijke gebieden sterk aanwezig. In totaal heeft ze zo'n 400.000 klanten. Die hebben hun bank circa 9,6 miljard euro aan financiële goeden toevertrouwd. Het profiel van een KN-klant is Belg, 45 jaar, woont op het platteland in een eengezinswoning met tuin en heeft een meer dan gemiddeld inkomen.

"Onze agenten waren voorstander van een nieuwe naam", zegt algemeen directeur Chantal Van Dyck van KN. "Het zou hen toelaten om meer nieuwe klanten aan te trekken. Te veel mensen denken nog dat we vooral op de industrie gericht zijn."

Johan VAN GEYTE

Fintro chasse le Crédit à l'Industrie



■ La petite usine bleue change de nom et de look

BRUXELLES ▽ Le Crédit à l'Industrie avait un léger problème: il n'avait plus grand-chose à voir avec les crédits à l'industrie, et encore moins avec l'industrie.

"Le nom ne correspondait plus à notre activité", explique Chantal Van Dyck, directeur général du Crédit à l'Industrie, positionné en 10^e position du paysage bancaire belge. "Quelque 72 % de nos clients sont des particuliers", précise Léna Leblon, directeur marketing. Et 17 % des clients sont même des jeunes (moins de 26 ans).

D'où la volonté d'avoir un nom un peu plus *peps*, qui permette au Crédit à l'Industrie d'avoir une politique commerciale plus agressive et

de compléter le réseau du groupe Fortis.

Le nom a été dévoilé jeudi: Fintro (prononcez Finetro!), retenu au terme d'une sélection de quelque 460 noms. Fintro, cela fait penser à finances, et un peu à Fortis. "Le fait que le nouveau nom commence par un F est un pur hasard", souligne Léna Leblon.

Et pour cause: les cinq noms ayant passé les différentes étapes de sélection ont en fait été soumis à un panel de *prospects*, à savoir des clients potentiels. Et c'est Fintro qui collait le mieux à l'image d'une banque.

Or, ce nouveau nom doit justement permettre à l'ex-Crédit à l'Industrie de briser la glace et d'attirer de nouveaux clients en jetant aux orties cette image un peu désuète de banque des industries. "Nous espérons grimper quelques échelons dans la hiérarchie bancaire", avoue Chantal Van Dyck.

Le groupe Fortis, avec Fintro, joue donc la diversification par rapport à Fortis Banque, comme KBC avec Centea et ING avec Record.

Les quelque 345 agences du pays, dont une bonne centaine dans la partie wallonne, changeront graduellement de look à partir du mois de mai. Pour bien montrer que le relationnel est important chez Fintro, les noms et prénoms de l'agent figureront en bas de l'enseigne. De nouvelles agences pourraient voir le jour. Mais aucun chiffre n'a été avancé.

P. D.-D.

BANQUE

Le Crédit à l'Industrie devient Fintro

APRÈS une première réforme cosmétique qui avait vu la Société Nationale du Crédit à l'Industrie (SNCI) devenir le Crédit à l'Industrie (CI), cette fois-ci la transformation est radicale.

Question de ne plus apparaître en décalage complet par rapport au nom, les références au passé sont oubliées. Le CI devient Fintro. C'est que l'institution créée en 1919 pour favoriser la reconstruction du tissu industriel belge à la fin de la Première Guerre mondiale



a bien changé depuis. A tel point qu'elle n'est plus aujourd'hui active dans les domaines qui avaient présidé à sa création.

Aujourd'hui, le Crédit à l'Industrie, Fintro à partir du mois de mai, c'est un réseau de 345 agences qui occupe 1.205 personnes. Il s'agit d'agents indépendants actifs dans l'assurfinance.

Ils vendent les produits de Fortis exclusivement dans le domaine bancaire, alors qu'ils bénéficient d'une certaine liberté pour les produits d'assurance. ■

(Photo Béram)

BANQUE

La «petite usine bleue» dans les placards de l'histoire

Le Crédit à l'Industrie a depuis longtemps cessé de soutenir l'industrie belge. Le réseau qui appartient à Fortis va dès lors changer de nom et devenir Fintro. Un nom, placé au-dessus de la porte, censé inviter les clients à entrer dans les agences.

LA FIN de la «petite usine bleue». C'est une page de plus de l'histoire bancaire de notre pays qui se tourne. Le Crédit à l'Industrie (CI) va céder sa place à Fintro. Le nom et le logo changent. Mais pas la couleur. Le bleu est maintenu.

D'ailleurs, le grand patron de Fortis, Jean-Paul Votron, avait abandonné sa traditionnelle cravate rouge au profit d'une bleue lors du petit speech enregistré qui a été diffusé mercredi soir au château de La Hulpe à l'occasion de la présentation au personnel de la nouvelle identité du Crédit à l'Industrie.

En fait, il s'agit de l'aboutissement d'un processus entamé en juin 2003. A l'époque, les diri-

geants de l'institution s'interrogeaient sur l'adéquation entre le nom et la réalité de la banque. Fallait-il relancer une campagne d'image ou envisager quelque chose de plus radical? Eventuellement un changement de nom. Comme bien souvent dans ce genre de cas, appel a été fait à une batterie de consultants, spécialistes en changement de nom, designers, publicistes et autres sondeurs.

A la fin de l'année, il apparaissait assez clairement qu'un changement de nom s'imposait. Il faut dire que les études qui avaient été menées étaient sans appel. Et venaient confirmer ce que le management de la banque pressentait. Tout comme probablement

les courtiers, les clients et le public en général d'ailleurs.

Le CI est en effet une banque spécialisée dans le placement, l'assurance, la banque de détail et le crédit. Les particuliers représentent 72% de la clientèle. Rien à voir donc avec «du crédit pour l'industrie».

Rien d'étonnant dès lors à ce que 79% des agents se soient déclarés en faveur d'un changement de nom. Mieux encore, 90% d'entre eux estimaient qu'un changement de nom permettrait de recruter de nouveaux clients. «Les gens qui n'ont jamais eu de contacts avec le CI n'osent pas entrer ici, ils pensent qu'on s'adresse plutôt aux entre-

continuation next Side

ECHO (L')
25.02.2005

preneurs et aux professions libérales», entendait-on dire. Chez les courtiers, c'est clairement le déficit de notoriété et de cohérence entre le nom/logo et la réalité qui ressortait. Du côté des prospects, le sentiment était que le CI était une banque destinée aux PME, professions libérales, aux indépendants ou aux travailleurs de l'industrie. Même constat auprès des clients de la banque, pour qui le nom n'était pas bon et donnait l'impression qu'il ne s'agissait pas d'une banque pour les particuliers. Peut-être que la Banque Van Breda devrait reprendre le nom du Crédit à l'Industrie maintenant qu'il va être disponible... Puisque, à partir du mois de mai, le Crédit à l'Industrie va quitter la scène, Fintro prenant le relais. Prononcez bien «Fin» comme dans «Finance». C'est en tout cas

le vœu le plus cher des responsables de la banque qui ont fortement insisté sur la question lors de la présentation du nouveau nom. Reste à voir si au fin fond de la Wallonie on n'entendra pas au coin de la rue: «Je vais déposer mes petites économies chez FAIM TRAU». Réponse dans les prochains mois. Au fur et à mesure que les 345 agences du pays changeront de look. Ce devrait être le cas pour environ 70% d'entre elles cette année encore. Le reste suivra en 2006. De quoi donner un nouvel élan à cette banque qui a beaucoup évolué depuis sa création en 1919 pour véritablement changer de nature (voir ci-dessous). Aujourd'hui, le Crédit à l'Industrie — oups pardon, Fintro — occupe 1.205 personnes et compte environ 400.000 clients. Les capitaux — banque et assurance — s'élèvent à 9,6 milliards d'euros

et l'encours des crédits à 1 milliard. Le réseau est constitué d'agents indépendants qui agissent comme agents délégués exclusifs de Fortis pour la banque et le crédit. Par contre, ils sont courtiers en assurance. Donc libres de choisir leurs fournisseurs. Mais avec une «préférence» pour Fortis AG. Il s'agit donc d'un des réseaux de distribution des produits de Fortis à côté des agences Fortis Banque et de la Banque de La Poste. A-t-il vocation à s'étendre? Jos Clijsers, patron du retail chez Fortis, en est convaincu: «Nous avons la volonté d'augmenter le nombre d'agences. Et le nouveau nom ainsi que les efforts que nous menons devraient, j'en suis convaincu, attirer des candidats agents de nos concurrents (NDLR: Centea de KBC et Record d'ING)». ■ **Patrice de Laminne**

HISTOIRE

De la Société Nationale de Crédit à l'Industrie à Fintro

La Société Nationale de Crédit à l'Industrie (SNCI) a été créée en 1919 pour permettre le financement de la reconstruction de l'industrie belge, via un apport de capitaux par un consortium bancaire. Vers 1960, la SNCI a érigé un réseau d'agences, afin de récolter les capitaux des particuliers via les bons de caisse d'abord et les comptes d'épargne de la CGER ensuite. Les crédits aux particuliers étaient également octroyés via la CGER. En 1987, en vue de la restructuration des organismes

publics de crédit (OPC), le contrat d'exploitation CGER/SNCI a été dénoncé. La SNCI a dés lors dû se réorganiser pour assumer ce qu'elle déléguait jusque-là (création comptes d'épargne, collaboration crédits avec OCCH...). En 1995, une série de candidats acheteurs se présentent (Bacob, CCB, G-Banque, CGER). C'est finalement la CGER qui a racheté la SNCI. En 1996, la SNCI a repris le réseau de la Metropolitan Bank (ex-Tiense Bank), soit plus ou moins 60 agences.

La CGER a ensuite intégré juridiquement la SNCI et créé la marque «Crédit à l'Industrie» (CI). Une série de plus ou moins 100 agences de l'ex-SNCI ont été intégrées dans le réseau CGER entre 1997 et 1999. En 1998, à l'issue de la fusion de la CGER et de la G-Banque et ensuite de la création de Fortis Banque, le CI est devenu un réseau d'agents indépendants alors que tout ce qui concerne les crédits corporate a été transféré vers la Commercial Bank de Fortis. ■

Krediet aan de Nijverheid ruimt baan voor Fintro

'Het blauwe fabriekje' verdwijnt vanaf 1 mei geleidelijk uit straatbeeld

(tijd) - Het zelfstandige kantorennet van Fortis krijgt vanaf 1 mei een nieuwe naam en logo. De merknaam Krediet aan de Nijverheid, bij velen bekend als 'het blauwe fabriekje', verdwijnt en wordt geleidelijk vervangen door Fintro. De nieuwe merknaam sluit beter aan bij het sterk veranderde profiel van de voormalige staatsbank, die zich vandaag vooral richt tot particulieren. De facelift moet Fortis helpen nieuwe klanten aan te trekken.

Fortis Bank speelt al lang met het idee van een naamswijziging, maar durfde pas vorig jaar de knoop definitief door te hakken. 'De huidige naam heeft veel te weinig te maken met wat daar gebeurt. Krediet aan de Nijverheid verkoopt vandaag allesbehalve krediet aan de nijverheid. De cliëntèle bestaat niet uit bedrijven, maar voornamelijk uit rijpere particulieren. Dat betekent dat ook het logo met het blauwe fabriekje, hoe bekend ook, niet langer de lading dekt', verklaarde Herman Verwilt, toenmalig directievoorzitter van Fortis Bank, destijds in deze krant.

De zoektocht naar een nieuw imago nam een klein jaar in beslag. Uiteindelijk werd geko-

zen voor Fintro, een merknaam die bewust geen enkele verwijzing bevat naar moeder Fortis. Fortis positioneert haar dochter daarmee uitdrukkelijk als concurrent van Centea en Record, de zelfstandigennetten van respectievelijk KBC en ING. 'Dit is een 'fighter brand'. Een apart merk waarmee we een welomschreven markt willen penetreren', verduidelijkt Jos Clijsters, wereldwijd verantwoordelijk voor de bank voor particulieren bij Fortis.

Het zelfstandige net van Krediet aan de Nijverheid telt 400.000 klanten en ruim 345 kantoren, waarvan twee derde gevestigd is in Vlaanderen. Het gaat uitsluitend om zelfstandige bankagenten, die in de meeste

gevallen ook verzekeringsmakelaar zijn. Dat laatste betekent dat zij niet aan één productleverancier zijn gebonden. Volgens Fortis is dit een troef om het netwerk van zelfstandigen verder uit te bouwen. Met uitzondering van de streek van Gent, zijn er nog heel wat witte vlekken in de dekking van Krediet aan de Nijverheid. 'Wij denken dat het nieuwe, aantrekkelijke imago heel wat kandidaat-kantoorhouders zal lokken', zegt Clijsters.

Bovendien

hoopt Fortis door de facelift ook nieuwe klanten aan te trekken. Vandaag richt het Krediet aan de Nijverheid zich vooral op bemiddelde veertigers met een eengezinswoning op het platteland. De

nieuwe merknaam Fintro moet het makkelijker maken om bijvoorbeeld ook jongeren en stedelingen aan te spreken. Al is ook groei via overnames niet uitgesloten. 'Dat hangt af van de opportuniteiten', aldus Clijsters.

Met de merknaam Krediet aan de Nijverheid verdwijnt een van de laatste oude Belgische banknamen van het toneel. Eerder sneuvelde al vertrouwde namen als BBL, Generale Bank, ASLK, Kredietbank, Cera, Bacob, Paribas, Gemeentekrediet, Anhyp en Ippa. De nieuwe merknaam Fintro zal pas vanaf 1 mei in het straatbeeld verschijnen. Tegen eind dit jaar moet bij twee op de drie kantoren de naamsverandering achter de rug zijn.

NT

NAAMSVERANDERING

- Krediet aan de Nijverheid telt 345 zelfstandige kantoren, waarvan twee derde in Vlaanderen.
- Fortis hoopt dit netwerk van zelfstandigen uit te breiden.
- De nieuwe merknaam Fintro is meer geschikt voor jongeren en potentiële klanten in de steden.

Blauw fabriekje wordt gesloopt

Krediet aan de Nijverheid herdoopt in Fintro

BRUSSEL - De dagen van 'het blauwe fabriekje' zijn geteld. Begin mei verandert het Krediet aan de Nijverheid, dat het blauwe fabriekje als logo en roepnaam heeft, van naam. Straks prijkt er Fintro op de gevel.

Het wordt binnenkort zoeken naar een bank die nog niet van naam veranderd is. Straks valt ook het Krediet aan de Nijverheid (KN) weg. "Die naam past niet meer bij de bank zoals ze nu is", zegt directeur Jos Clijsters van Fortis, waartoe KN nu behoort. "In de industrie zitten we nagenoeg niet meer en krediet verlenen, is onze voornaamste bezigheid evenmin." De Nationale Maatschappij voor Krediet aan de Nijverheid (NMKN) werd in 1919 opgericht door een

consortium van banken. De onderneming had tot doel om het industriële patrimonium van België na de Eerste Wereldoorlog weer op te bouwen. In 1995 werd de maatschappij opgekocht door de toenmalige ASLK, die op haar beurt in 1998 fuseerde met de Generale Bank en zo de basis legde voor de huidige Fortis Bank. KN maakt nu dus deel uit van de groep Fortis. De kredietverlening aan grote bedrijven werd intussen trouwens overgeheveld naar For-

tis Bank. KN richt zich nu tot particulieren. Vooral met spaar- en beleggingsproducten.

KN heeft een netwerk van 345 zelfstandige agenten. De instelling is vooral in landelijke gebieden sterk aanwezig. In totaal heeft ze zo'n 400.000 klanten. Die hebben hun bank circa 9,6 miljard euro aan financiële tegoeden toevertrouwd. Het profiel van een KN-klant is Belg, 45 jaar, woont op het platteland in een eengezinswoning met tuin en heeft een meer dan gemiddeld inkomen.

"Onze agenten waren voorstander van een nieuwe naam", zegt algemeen directeur Chantal Van Dyck van KN. "Het zou hen toelaten om meer nieuwe klanten aan te trekken. Te veel mensen denken nog dat we vooral op de industrie gericht zijn."

Johan VAN GEYTE



Het bord met Fintro, de nieuwe naam voor het Krediet aan de Nijverheid, wordt binnengehaald. Jos Clijsters en Chantal Van Dyck leggen het hoe en het waarom van de wijziging uit. Foto BELGA

Het blauwe fabriekje wordt **Fintro**

BRUSSEL – Het blauwe fabriekje van Krediet aan de Nijverheid verdwijnt binnenkort uit het straatbeeld. De bank, een dochter van Fortis, ondergaat immers een grondige facelift en zal voortaan als Fintro door het leven gaan. In mei wordt gestart met de ombouw van een 20-tal kantoren. Tegen maart volgend jaar moeten alle 350 agentschappen in een nieuw kleedje steken.

De naamswijziging is geen verrassing. In juni vorig jaar had Fortis-topman Herman Verwilt al laten weten dat de naam Krediet aan de Nijverheid wellicht geen lang leven meer beschoren zou zijn. De bank werd kort na de Eerste Wereldoorlog opgericht om ons land te helpen bij de heropbouw. «Maar de naam dekt al lang de lading niet meer», aldus Jos Clijsters van Fortis Bank. Krediet aan de Nijverheid, dat in 1995 werd overgenomen door ASLK, staat bij het grote publiek vooral bekend als een bank voor de industrie, terwijl dat helemaal het geval niet is. Meer dan 70% van de klanten zijn particulieren. De bank spitst zich ook vooral toe op beleggingen en niet zozeer op kredieten. Een naam als Fintro moet dat nu duidelijk maken.

EXTRA KANTOREN

Vanaf mei worden de eerste kantoren in een nieuw kleedje gestoken. Tegen

maart volgend jaar zouden alle 350 agentschappen moeten omgebouwd zijn.

Krediet aan de Nijverheid werkt met zelfstandige agenten. Zij moeten niet vrezen dat er met de vernieuwingsoperatie kantoren zullen sluiten. «Integendeel, er is nog ruimte voor groei», klinkt het bij Fortis. (VES)



Jos Clijsters (Fortis Bank): «De naam Krediet aan de Nijverheid dekt al lang de lading niet meer.» Foto Isopix

LIBRE BELGIQUE (LA)
25.02.2005

Banques

La "petite usine bleue" devient Fintro

LA BANQUE CRÉDIT À L'INDUSTRIE a changé d'identité et répondra désormais au doux nom de Fintro, a-t-elle annoncé jeudi. Le célèbre logo de la petite usine bleue disparaîtra lui aussi des affiches. Le changement d'identité de cette filiale du groupe Fortis Banque est justifié par le fait que le Crédit à l'Industrie ne correspondait plus à la réalité de la banque: 72 pc de ses clients sont, en effet, des particuliers et non des entreprises. En se rebaptisant et en renouvelant son image, la banque espère attirer davantage de clients. Le réseau indépendant du Crédit à l'Industrie compte quelque 350 agences. La CGER, regroupée ultérieurement avec la Générale de Banque sous le nom de Fortis, avait repris la Société de Crédit à l'Industrie en 1995. La "petite usine bleue" était alors une banque publique spécialisée dans le crédit aux entreprises. Aujourd'hui, sa clientèle est très largement composée de particuliers. (Belga)

METRO FR
25.02.2005

Le Crédit à l'Industrie devient Fintro

BRUXELLES La banque Crédit à l'Industrie a changé d'identité et répondra désormais au doux nom de Fintro. Le célèbre logo de la petite usine bleue disparaîtra lui aussi des affiches. Le changement d'identité de cette filiale du groupe Fortis Banque est justifié par le fait que le Crédit à l'Industrie ne correspondait plus à la réalité de la banque: 72% de ses clients sont en effet des particuliers et non des entreprises. En se rebaptisant et en renouvelant son image, la banque espère attirer davantage de clients. Ce changement de nom était connu de longue date. Le réseau indépendant du Crédit à l'Industrie compte quelque 350 agences.

METRO NL
25.02.2005

Blauw fabriekje wordt Fintro

BRUSSEL De Fortis-dochter Krediet aan de Nijverheid gaat voortaan als Fintro door het leven. Het moederbedrijf heeft de naamswijziging aangekondigd. Dat het blauwe fabriekje, zoals Krediet aan de Nijverheid in de volksmond gekend is, zou verdwijnen, was al langer gekend. De oude naam dekte de lading niet meer. Krediet aan de Nijverheid was een vroegere staatsbank die gespecialiseerd was in kredietverlening aan bedrijven. Via de overname van de ASLK kwam het blauwe fabriekje bij Fortis terecht. Vandaag richt de bank zich bijna uitsluitend naar de particulier. Met de nieuwe naam en een opgefrist imago wil Fintro ook meer klanten aantrekken.

MORGEN (DE)
25.02.2005

Blauwe fabriekje wordt Fintro

Krediet aan de Nijverheid is dood, leve Fintro. Dat is de nieuwe naam die het zelfstandigennet vanaf mei in het straatbeeld zal introduceren. "De oude naam dekte de lading niet meer. Het netwerk heeft maar weinig meer te maken met de industrie", zegt Jos Clijsters, het retailopperhoofd van moedergroep Fortis. Fintro wordt het derde retailkanaal van de bankverzekeringsgroep, complementair met de eigen kantoren van het hoofdmerk Fortis en de vorige week opgefriste Bank van De Post, een joint venture met De Post.

Krediet aan de Nijverheid, dat naar zijn logo ook 'het blauwe fabriekje' wordt genoemd, zag in 1919 het levenslicht en had als begindoelstelling de Belgische industrie te helpen heropbouwen. Maar het bedrijf is in de

loop der jaren geëvolueerd naar een netwerk van 345 agentschappen, die voor 72 procent particulieren als klanten hebben. De doorsneeklant is een 45-jarige Belg uit de middenklasse die op het platteland leeft.

Desondanks bleef het grote publiek Krediet aan de Nijverheid associëren met kmo's, ondernemers en industrie-arbeiders. Vandaar de naamswijziging. Opvallend is dat Clijsters en co niet kozen voor een naam die verwijst naar de moedergroep, terwijl de nieuwe Fortis-topman Jean-Paul Votron onlangs nog aankondigde zoveel mogelijk activiteiten onder de merknaam Fortis te willen onderbrengen. "Voor *fighting brands* maken we een uitzondering", legt Clijsters uit. "Dat zijn merken die zich agressief in de markt gaan positioneren."

Met Fintro heeft Fortis een opgefrist nevenmerk dat de concurrentie kan aangaan met het iets grotere zelfstandigennetwerk Centea van de groep KBC en ING-dochter Record Bank die sterk is gegroeid dankzij de overname van Mer-

Fortis-dochter gaat strijd aan met Centea (KBC) en Record (ING)

cator Bank. Clijsters: "Ik ga ervan uit dat ons nieuwe merk een aantal make-lars zal aantrekken die ontevreden zijn over waar ze nu zitten. Ons doel is het aantal kantoren te verhogen."

De merknaam Fintro is gedeponeerd op Europees niveau. Heeft Fintro misschien buitenlandse plannen? "Je weet maar nooit", antwoordt Clijsters. "Als Europese bankgroep moet je op alles voorbereid zijn." (EV)

Banques | Adieu, petite usine bleue

Crédit à l'Industrie devient Fintro

PIERRE-HENRI THOMAS

Les collectionneurs de logos désuets pourront bientôt accrocher un nouveau scalp aux murs de leur salon : la petite usine bleue du Crédit à l'Industrie.

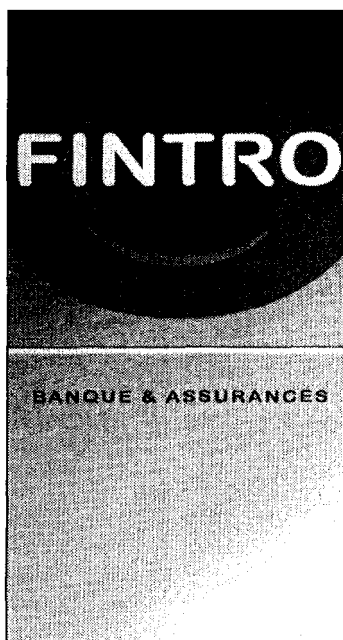
Après avoir étudié la question depuis juin 2003, la décision a été prise : au cours de la première semaine de mai, le Crédit à l'Industrie changera de nom et de logo. Cette filiale de Fortis, qui emploie 1.205 personnes et gère environ 10 milliards d'euros d'actifs, sera rebaptisée Fintro (prononcez : « finnetro »). Et au début de l'an prochain, toutes les 345 agences du groupe arborent le nouveau logo (qui perd l'usine mais conserve le bleu, voir ci-contre).

Le nom ne correspondait plus à ce qu'était devenu le Crédit à l'Industrie, explique Jos Clijsters, membre du Comité de direction de Fortis. Loin d'être spécialisé dans le financement de l'industrie, le Crédit à l'Industrie vend à des particuliers, depuis un demi-siècle, des produits de placement, du crédit, des assurances et fait de la banque générale. La grande différence avec le réseau de Fortis, sa maison mère, est que le Crédit à l'Industrie est un réseau d'indépendants qui pratique l'assurfinance : il est courtier en assurances, commercialisant de préférence des produits Fortis, mais pas seulement.

Entre le moment où, au sortir de la Première Guerre mondiale, un consortium bancaire a créé la SNCI afin de financer la reconstruction de l'industrie nationale et aujourd'hui où le Crédit à l'Industrie a essentiellement une clientèle grand public, beaucoup d'eau a donc coulé sous les ponts.

Une marque de combat

Fortis, explique encore Jos Clijsters, a décidé d'unifier ses marques sous un seul nom, celui de Fortis, sauf pour ses « fighting brands », ses marques plus agressives, qui garde un nom particulier. Et justement, le rôle dévolu au Crédit à l'Industrie, comme, dans



Le nouveau logo fleurira à partir du mois de mai et sera sur toutes les agences au début 2006.

les groupes concurrents, celui de Centea pour KBC ou Record Bank pour ING, est de compléter la couverture auprès de la clientèle des particuliers, poursuit Chantal Van Dyck, directeur général de Fintro.

Agressive, l'institution a donc le désir de s'étendre. Pas question de fermer des agences mais plutôt d'en ouvrir et d'attirer peut-être des courtiers qui ne seraient pas heureux là où ils sont en ce moment, précise Jos Clijsters qui reste très évasif lorsqu'on lui parle d'acquisition possible ou d'extension à l'étranger. Ce qui est certain, c'est que le label Fintro, qui est sorti gagnant d'un groupe de 460 noms possibles, a été déposé pour toute l'Europe.

Quant à savoir ce que veut dire Fintro, la question est ouverte. Il y a la notion d'« introduction » au monde de la « finance », remarque Léna Leblon, directeur du marketing. Mais si cette nouvelle marque comprend quatre des cinq lettres qui forgent le nom de sa maison mère Fortis, ce n'est, nous dit-on, qu'un pur hasard. ●

BLAUW FABRIEKJE DEED ALLES BEHALVE KREDIET VOOR INDUSTRIE

Krediet aan de Nijverheid wordt Fintro

BRUSSEL — Het Krediet aan de Nijverheid, ook bekend als het „Blauwe Fabriekje”, verliest zijn naam. Eigenaar Fortis wijzigt vanaf mei de naam in Fintro „omdat de vlag de lading niet langer dekte”. Fintro wil het agentennet uitbreiden door zelfstandige makelaars aan te trekken. Het lonkt daarbij expliciet naar makelaars die elders onder dak zijn.

ER zijn verzekeringsmakelaars die zich vroeger wel bij ons wilden aansluiten, maar die zich afvroegen wat de toekomst was van het net onder de grote Fortis-paraplu. Met de naamswijziging en de benadrukking van de eigen identiteit, bieden we een antwoord op die vragen”, zegt Jos Clijsters, sinds kort verantwoordelijk voor de volledige retail-activiteit van Fortis.

Clijsters zegt dat Fintro respect opbrengt voor het beroep van makelaar. „Uiteraard willen we dat ze verzekeringsproducten van Fortis-AG verkopen, maar we proberen hen daartoe te verleiden en ze niet te dwingen.” Het feit dat KBC voor zijn „bancassurance” maximaal op het samenspel tussen bankkantoor en verzekeringsagent (ex-ABB) mikt, zou bijvoorbeeld kansen creëren, maar ook bij andere financiële groepen worden zelfstandigen meer en meer in de eigen strategie ingepast of is er in nog andere gevallen (Mercator) sprake van onzekerheid in de gelederen.

LONKT EXPLICIET NAAR „EX-ABB-AGENTEN”

Toen de ASLK (nu opgegaan in Fortis) in 1995 de NMKN kocht, verloor het blauwe fabriekje 100 agentschappen aan de ASLK. Fintro heeft er vandaag nog 345 en wil zijn net opnieuw uitbouwen zon-

der becijferde doelstellingen te geven. De instelling, die geen aparte juridische entiteit meer heeft, telt 1.250 medewerkers, 400.000 klanten, een kredietomloop van 1 miljard euro en een beheerd vermogen van 10 miljard.

Volgens Chantal Van Dyck, algemeen directeur van Fintro, werd de naam gewijzigd omdat de vlag de lading niet meer dekte. Onder Fortis verloor het blauwe fabriekje zijn „corporate afdeling” aan Fortis waardoor er enkel de retailtak overbleef. Die bestaat in essentie uit een net van verzekeringsmakelaars die ook bancaire producten verkopen aan particulieren. 72 % van het cliënteel zijn particulieren die meestal de 45 voorbij zijn. 17 % zijn jongeren.

Jean-Paul Votron, de nieuwe ceo van Fortis, zei eergisteren in een video-boodschap voor de agenten dat Fintro een „vechtmerk” is naast de bekende Fortis-naam, en een manier om extra groei te creëren.
(pdd)

BANQUES

Le Crédit à l'Industrie change de nom et devient Fintro

La banque Crédit à l'Industrie a changé d'identité et répondra désormais au doux nom de Fintro. Le célèbre logo de la petite usine bleue disparaîtra lui aussi des affiches. Le changement d'identité de cette filiale du groupe Fortis Banque est justifié par le fait que le Crédit à l'Industrie ne correspondait plus à la réalité de la banque : 72 % de ses clients sont en effet des particuliers et non des entreprises. La banque espère attirer davantage de clients.