

Een net van circa 1 300 kantoren in **België**, die verspreid zijn over het hele land en onder één logo, Dexia Bank, opereren.

Vandaag behoort Dexia tot de top-3 van de Belgische retailbanken. Dexia vervult een belangrijke rol op de **Luxemburgse** markt en is ook actief in **Slowakije**.





Žilina

Genk

Nitra

Wiltz

Echternach

Oostende

Brugge

Aarlen

Doornik

Charleroi

Luxemburg

Luik

Gent

Košice

Financiële dienstverlening aan de retailcliënteel

Inzake financiële dienstverlening aan de retailcliënteel ontplooit Dexia zijn activiteit in België, Luxemburg en Slowakije. In deze landen is het respectievelijk actief onder de merknamen **Dexia Bank**, **Dexia BIL** en **Dexia banka Slovensko**. Al deze entiteiten richten zich tot een cliënteel van particulieren, kleine ondernemingen (KMO's, KMI's) en zelfstandigen.



Zetel van Dexia Bank in Brussel

1283 kantoren *In België, een uitgebreid net voor ongeveer 3,9 miljoen cliënten*

82,5 miljard EUR *Stijging van de uitstaande cliëntentegoeden met 4,8 %*

23,3 miljard EUR *Toename van de uitstaande kredieten met 4,4 %*

2,2 miljard EUR *Aangroei verzekeringspremies Dexia-clieenteel met 34,7 %*

Voorstelling en strategie

Dexia ontwikkelt in elk van deze drie landen waar het als retailbank actief is een zeer gediversifieerde waaier van bankproducten en -diensten die optimaal op de behoeften van de consumenten is afgestemd, namelijk rekeningbeheer, beleggingssparen, hypothecaire leningen, consumenten- en investeringskredieten. De verzekering vult dit gamma van bankproducten aan en vormt een belangrijke ontwikkelingsas. Ten slotte is Dexia een vooraanstaand actor op het vlak van elektronisch bankieren. Het ontwikkelt actief de nieuwe middelen om met de cliënteel in contact te treden, zoals het internet, "Mobile banking", WAP/gsm en automatische loketten. Steeds meer transacties komen via deze kanalen tot stand.

In België positioneert Dexia Bank zich vandaag als een van de drie grootste Belgische retailbanken, vooral wat de bewaring en belegging van cliëntentegoeden betreft.

De bank beschikt er over een dicht net van ongeveer 1 300 kantoren die over het hele grondgebied verspreid zijn. Haar aanwezigheid op de Belgische bankmarkt wordt bovendien versterkt door de activiteit van haar dochter Eural, die elementaire bankproducten aanbiedt langs een net van 285 agenten, en Dexia Kredietmaatschappij, dat gespecialiseerd is in het verstrekken van kredieten aan particulieren via makelaars.

In 2003 werd de integratie tussen Artesia Banking Corporation en zijn twee voornaamste dochterondernemingen – BACOB Bank, op het vlak van retailbanking, en de verzekeringsmaatschappij DVV Verzekeringen – voortgezet. Er werd vooral gewerkt aan de reorganisatie van de informatiesystemen en de eenmaking van het net. Zo is de verwezenlijking van één enkel informatiesysteem voor zowel de back-office als de dienstverlening aan de cliënteel nog aan de gang.



Bovendien wordt het kantorennet verder geherstructureerd: enerzijds hebben alle BACOB-kantoren sinds oktober 2003 de nieuwe merknaam Dexia Bank en anderzijds telt het Belgisch net vandaag 1 283 agentschappen. Het is de bedoeling om tegen eind 2005 tot 1 100 verkooppunten te komen.

Inzake verzekeringen ontwikkelt het gemeenschappelijk management van de twee entiteiten Dexia Insurance en DVV Verzekeringen, dat in 2002 werd ingevoerd, synergieën op het vlak van de back-office, de marketing en human resources. Dexia is vandaag, met een marktaandeel van meer dan 10 %, de derde grootste levensverzekeraar in België. Dexia beschikt over diverse distributiekanaalen om zijn verzekeringsproducten leven en niet-leven zo goed mogelijk te commercialiseren:

- ▷ de kantoren van Dexia Bank;
- ▷ het net van de 250 exclusieve DVV-agenten;
- ▷ Corona, de eerste Belgische directe verzekeraar;
- ▷ Belstar, een net van zelfstandige makelaars.



In Luxemburg positioneert Dexia BIL zich als een van de drie grootste banken van het land. De bank richt zich tot haar cliënteel via een net van 41 kantoren, waaronder twee nieuwe vestigingen, die midden 2003 werden geopend.

In Slowakije heeft de dochteronderneming Prvá Komunálna Banka sedert 1 oktober 2003 een nieuwe naam, Dexia banka Slovensko, om duidelijk tot uiting te laten komen dat ze deel uitmaakt van de Groep. Het net bestaat uit 46 kantoren die goed verspreid zijn over het grondgebied en voortaan Dexia banka heten. Dexia banka behoort tot de tien grootste Slowaakse retailbanken, met een marktaandeel van ongeveer 3 %.

Uitstaande cliëntentegoeden (in miljarden EUR)

	2002	2003	Evolutie
Deposito's op rekening	30,9	34,3	+10,7 %
<i>Spaarrekeningen</i>	21,5	25,0	+16,0 %
<i>Overige deposito's</i>	9,5	9,3	-1,4 %
Kasbons	17,0	14,6	-14,3 %
Euro-obligaties Dexia	7,5	7,4	-1,6 %
Aandelen van coöperanten	1,2	1,2	+0,8 %
ICBE's	16,3	17,7	+8,6 %
Levensverzekering	5,8	7,4	+26,9 %
Totaal	78,7	82,5	+4,8 %

(zonder Slowakije)

Activiteit

In 2003 vertoonde de retailbankingmarkt vanaf het tweede kwartaal een opleving, ondanks een conjunctuur van lage rente en een nog zeer afwachtende houding van de cliënteel. De spaarders bleven immers voorzichtig en zochten producten met kapitaalbescherming en een gewaarborgd rendement.

Cliëntentegoeden

Op 31 december 2003 vertoonde het uitstaand bedrag van de **cliëntentegoeden** (traditionele deposito's, kasbons, producten inzake collectief beheer en levensverzekering, Dexia-obligaties, maar zonder effectenrekeningen) een stijging van 4,8 % in vergelijking met 2002 en beliep 82,5 miljard EUR. In de loop van het jaar tekenden zich de volgende grote tendensen af:

- ▶ een forse stijging van het uitstaand bedrag van de **spaarrekeningen** (+16,0 %), dat eind december 2003 uitkwam op 25,0 miljard EUR. Om een goed activiteitsniveau te behouden, heeft de bank het hele jaar door promotieacties opgezet om nieuwe cliënten aan zich te binden en aan te trekken. Over de eerste negen maanden van het jaar wist Dexia zijn marktaandeel te handhaven ondanks een klimaat van scherpe concurrentie op de markt;
- ▶ een lichte daling van de **overige deposito's** (-1,4 % op jaarbasis), met een contrasterende evolutie tussen de zichtrekeningen, die over 2003 met +1,2 % stegen (tot 5,2 miljard EUR), en de termijndeposito's, die -4,3 % terugvielen (naar 4,1 miljard EUR);

- ▶ een voortdurende krimp van de **kasbons** (-14,3 % op jaarbasis), waarvan het uitstaand bedrag eind 2003 uitkwam op 14,6 miljard EUR, een trend die te verklaren is door de wil van de Groep om veeleer voorrang te geven aan de spaarrekeningen. De tendens is op het einde van het jaar echter lichtjes vertraagd door de heropleving van de rente;
- ▶ een stijging van het uitstaand bedrag van de **ICBE's**, met name als gevolg van de waardering van de activa: op 31 december 2003 was het uitstaand bedrag van de beleggingen in ICBE's met +8,6 % toegenomen ten opzichte van eind december 2002 (+2,3 % zonder markteffect). Na negen maanden van vrij geringe productie vertoonde het laatste kwartaal een grotere organische groei.

Geïnde verzekeringspremies (in miljoenen EUR)

	2002	2003	Evolutie
Leven	1 350	1 883	+39,5 %
<i>Tak 21</i>	531	1 339	x2,5
<i>Tak 23</i>	819	544	-33,5 %
Niet-leven	283	317	+11,8 %
Totaal	1 633	2 200	+34,7 %

Bancassurance

Nadat het uitstaand bedrag van de **levensverzekeringscontracten** in 2002 vrijwel stabiel was gebleven (+1,9 %), steeg het fors met 26,9 % tot 7,4 miljard EUR eind 2003. Het premie-incasso met betrekking tot de cliënteel van particulieren bedroeg 2,2 miljard EUR, d.i. een toename van 34,7 % in vergelijking met 2002. Deze klim had grotendeels betrekking op de levensverzekeringsproducten, vooral die van Tak 21 (beleggingen met gewaarborgde rente), hetgeen bevestigt dat producten met een gewaarborgde rente in de smaak van de cliënten vallen, terwijl die van Tak 23 (levensverzekering in rekeneenheden) bij de spaarder minder in trek waren door de onzekere vooruitzichten van de financiële markten. Het aandeel van de productie **verzekering niet-leven** beliep 317 miljoen EUR, een stijging van 11,8 % ten opzichte

Uitstaande kredieten (in miljarden EUR)

	2002	2003	Evolutie
Kredieten			
aan particulieren	15,6	16,3	+4,3 %
<i>Hypothecaire kredieten</i>	13,4	14,2	+5,5 %
<i>Consumentenkredieten</i>	2,2	2,1	-3,4 %
Beroepskredieten	6,7	7,0	+4,7 %
Totaal	22,3	23,3	+4,4 %

van 2002. In 2003 vertoonde het volume niet-levensverzekeringsproducten die door Dexia Insurance worden uitgegeven en beheerd en via de Dexia-netten worden verkocht een nieuwe stijging. Bijna 70 % van dit resultaat bestaat uit premies leven en niet-leven die worden ingezameld door het net van Dexia Bank.

Kredieten

Op 31 december 2003 vertegenwoordigden de **uitstaande kredieten** aan particulieren en professionelen een bedrag van 23,3 miljard EUR, een stijging van 4,4 % ten opzichte van eind 2002. Deze groei is vooral te verklaren door de vitaliteit van de markt van de **hypothecaire kredieten**, die gestimuleerd wordt door de lage rentestand. Het uitstaand bedrag aan hypothecaire kredieten voor de particulieren steeg met +5,5 % tot 14,2 miljard EUR, terwijl de uitstaande **consumentenkredieten** een terugval van 3,4 % lieten zien. De kredieten aan kleine ondernemingen en zelfstandigen stegen het hele jaar door. Het uitstaand bedrag groeide namelijk met 4,7 % en kwam eind 2003 uit op 7,0 miljard EUR. De stijging van de kredietactiviteit is belangrijker in Luxemburg (+9,2 %) dan in België (+3,6 %) namelijk voor het segment van de professionelen.

Axion heeft aandacht voor de jongeren

In het begin van de jaren '90 had het Gemeentekrediet van België vooral te kampen met de vergrijzing van de cliënteel. Om dit probleem op te vangen en jongeren aan te trekken met het oog op haar verdere ontwikkeling, besloot de bank een specifiek aanbod uit te werken. Daarom lanceerde ze in 1994 de nieuwe merknaam Axion voor de cliënten van 10 tot 24 jaar, waarbij ze zeer innoverende producten aanbood en een dynamische en interactieve communicatiestijl ontwikkelde.

Axion boekte van meet af aan heel wat succes en ongeveer één jonge Belg op drie is Axion-client.

Axion biedt hun een zeer ruime waaier van producten, zowel bancaire als niet-bancaire. Zicht- en spaarrekening, debet- of kredietkaart, telebankieren via internet of mobiele telefonie. Deze laatste service is sterk ontwikkeld. SMS Banking bijvoorbeeld, biedt de gebruikers de mogelijkheid om de historiek van de laatste drie verrichtingen of het saldo van hun rekening te raadplegen maar ook om rechtstreeks hun gsm-kaart op te laden. Bovendien vormt de internetsite www.axionweb.be een van de voornaamste communicatie-instrumenten tussen Axion en zijn jonge cliënten.

In 2003 heeft de bank de cliënten betrokken bij het ontwerpen van het design voor de nieuwe Axion-bankkaart. De creatiefsten onder hen mochten hun ontwerpen voorstellen en nadien kon elke cliënt stemmen om er de mooiste exemplaren uit te kiezen.

Wat het niet-bancaire domein betreft, worden aan de cliënten talrijke diensten aangeboden die sterk aansluiten bij hun interessesfeer, bijvoorbeeld Axion Info (de dienst die binnen 24 uur op al hun niet-bancaire vragen antwoordt), het Axion Training Center (één dag gratis opleiding inzake sollicitatiegesprekken), het Axion Doc Center (dat een literatuuropgave op het vlak van marketing, financiën en economie aanbiedt) maar ook een ADSL-abonnement tegen verminderde prijs, maandelijkse kortingsbonnen bij de aankoop van cd's of videospellen, kortingen op toegangskaartjes voor concerten en ten slotte, het magazine Satisfaxion.

Gezien het succes van Axion in België, werd dit concept door de andere entiteiten van de Groep overgenomen. Het wordt nu ontwikkeld door Dexia BIL in Luxemburg en Dexia banka in Slowakije.



Retailbanking in Luxemburg

Ondanks een ongunstige economische omgeving boekte de retailbanking over 2003 uitstekende commerciële resultaten, die gevoelig beter waren dan de goede prestaties van 2002.

Zo vertoont de kredietproductie een aanzienlijke stijging, ondersteund door de historisch lage rente en belastingverlagingen die de privé-consumptie stimuleren.

Tegen die achtergrond is de financiering van zonnepanelen tegen een voordelig tarief slechts een van de talrijke tekenen van de inzet van Dexia BIL voor de “duurzame ontwikkeling” in het Groothertogdom Luxemburg.

De klassieke beleggingsproducten daarentegen, ondergingen de negatieve invloed van de rentedaling, waardoor de meer bezonnen cliënteel overstapte naar nieuwe beleggingsvormen, zoals gestructureerde producten. De lancering van het product “Stop & Win”, een gestructureerde financiële belegging met kapitaalbescherming, oogstte overigens groot succes bij de cliënteel.

Onder de fiscale producten die aan de Luxemburgers worden aangeboden, heeft het woonsparen een nooit eerder gezien succes bij de cliënteel, waarvan de belangstelling voor het product aanvullend pensioen dat door Dexia Life & Pensions werd ontwikkeld, in 2003 overigens werd bevestigd.

Met een nog ruimer productengamma vertoont de activiteit bancassurance in 2003 aan aanzienlijke ontwikkeling, vooral inzake producten in rekeeneenheden die aansluiten bij de Dexia-beveks.

De goede prestatie van de retailbank in Luxemburg over 2003 komt tot uiting in de resultaten van twee marktstudies, die wijzen op een aangroei van de marktaandelen van Dexia BIL als hoofdbankier.

Voor de KMO-markt, waar in 2003 bijzondere aandacht werd besteed aan het risicobeleid inzake kredieten, voorspelde de economische context een moeilijk jaar. De resultaten van deze sector zijn echter behoorlijk. Het volume van de kredieten aan de ondernemingen bleef, mede dankzij de historisch lage rente, zoals de voorgaande jaren stijgen en door de aangehouden inspanningen inzake het werven van nieuwe cliënten en het binden van onze traditionele KMO-clieñteel, zijn het cliëntenbestand en het marktaandeel van Dexia BIL flink gegroeid.

2003 werd ook gekenmerkt door de toepassing van diverse rationaliseringsmaatregelen waardoor de productiviteitsindicator van de retailbank, conform het door de bank vastgelegde algemene streefcijfer van +10 %, kon worden verbeterd.

Naast deze inspanningen werden twee nieuwe kantoren geopend in de zeer bloeiende wijken van de hoofdstad, waarvan één – en dat is een innovatie – is ondergebracht in het grootste ziekenhuis van het land en medio 2003 in gebruik werd genomen dankzij de cofinanciering door Dexia BIL.

Dexia BIL bevestigt en verstevigt dus zijn positie als een van de grootste banken van het land.



Kantoor van Dexia BIL in Luxemburg



Onze aandeelhouders aan het woord

"De Groep is vandaag hoofdzakelijk aanwezig op de Belgische en Luxemburgse markt voor particulieren, alsook in Slowakije. Dexia Bank België heeft een belangrijke stap gezet in zijn ontwikkeling door de overname in 2001 – en vervolgens ook de integratie – van de groep Artesia BC en zijn net van BACOB-kantoren. Vandaag is Dexia de 2de retailbank en de 3de verzekeraar in België. In dit metier moet de Groep voornamelijk het hoofd bieden aan de omvang van de markt en de scherpe concurrentie. Dexia heeft evenwel sterke troeven in handen. Persoonlijk ben ik erg gevoelig voor de prestatie van het jongerenproduct Axion."

Edouard Kaufmann
Lid van het Europees
raadgevend comité van
individuele aandeelhouders



- Een Axioncard voor elke Axioneer! Gek van psychedelische sferen, fan van Jaws of veeleer graffitifreak? De jonge Luxemburgse Axioneers kunnen voor hun betaalkaart kiezen tussen drie nieuwe designs.



Een belangrijke publiciteitscampagne voor de lancering van Dexia banka in Slowakije

Retailbanking in Slowakije

In Slowakije beoefent Dexia zijn retailbankingmetier via zijn dochteronderneming Dexia banka Slovensko. Deze laatste ontwikkelt er, in nauwe synergie met Dexia Bank, een retailbankingactiviteit voor een cliënteel van particulieren en professionelen. De bank biedt haar cliënteel van particulieren een ruim pakket van bankproducten aan: beheer van zichtrekeningen, spaarproducten, betaalmiddelen, consumentenleningen en verzekeringsproducten. In 2003 lanceerde Dexia banka een formule van zeer populaire hypothecaire leningen op de Slowaakse markt. Ze heeft ook een specifiek aanbod voor de jongeren, dat sterk geïnspireerd is op Axion, dat in België door Dexia Bank wordt ontwikkeld.

Ten aanzien van de cliënteel van professionelen (individuele aannemers, KMO's & KMI's) legt de bank zich toe op het beheer van bancaire geldstromen, wisselverrichtingen en financiering van de courante activiteit en van investeringen. Dexia banka heeft eveneens onder zijn cliënteel van professionelen enkele grote cliënten, waaronder verzekeringsmaatschappijen.

Op 31 december 2003 vertegenwoordigden de deposito's van de particulieren een bedrag van 170 miljoen EUR, d.i. een aangroei van 8,9 % vergeleken met 2002.

Vooruitzichten

Vanuit economisch oogpunt zal 2004 in Europa vermoedelijk worden gekenmerkt door een terugkeer van het consumentenvertrouwen, het einde van de beurscrisis en een zekere heropleving van de rente.

In België, waar de groep Dexia het grootste gedeelte van zijn retailbankingactiviteit uitoefent, wordt dit Europees economisch beeld door twee specifieke elementen aangevuld:

- ▶ de fiscale amnestie, waartoe de regering eind 2003 heeft besloten, moet ervoor zorgen dat in het buitenland belegd kapitaal (voornamelijk in Luxemburg) naar België wordt repatriëerd. Door de aanwezigheid van de groep Dexia zowel in Luxemburg als in België kan een oplossing worden geboden voor de Belgische cliënten die hun activa wensen te repatriëren, zodat de cliëntenbasis van de Groep behouden kan blijven en zelfs worden uitgebreid;
- ▶ de concurrentie zal vermoedelijk scherp blijven, doordat heel wat middelgrote en vaak niet-beursgenoteerde actoren agressieve strategieën hebben om marktaandeel te verwerven.

Ten slotte zal in 2004 ook de integratie van Artesia BC worden voortgezet: de kantoren zullen verder versneld worden gesloten, aansluitend bij de geleidelijke omschakeling van de bankinformatica naar één enkel platform.

In die context zal de bank strategisch voorrang geven aan het vergroten van de rentabiliteit van de cliëntenrelatie via een verhoging van de "share of

wallet” (aandeel van de portefeuille) en een verdere verbetering van het productenaanbod, terwijl ze ook zal trachten om voor bepaalde producten haar marktaandeel te behouden en zelfs uit te breiden ten opzichte van de andere grote Belgische actoren.

Al deze elementen zouden het mogelijk moeten maken om de in 2003 vastgestelde trends inzake de stijging van de inkomsten voort te zetten in het licht van de beheersing van de bedrijfskosten, die met name verband houdt met de kostensynergieën die voortvloeien uit de integratie van Artesia BC.

Op die manier zou de groep Dexia in 2004 de rentabiliteit van zijn retailbankingactiviteit verder moeten kunnen verbeteren.

Financiële resultaten van het metier

Onderstaande analyse is gebaseerd op de onderliggende gegevens, met uitzondering van de niet-weerkerende elementen van het metier, teneinde een duidelijker beeld te krijgen van de fundamentele trends. Gedetailleerde gegevens m.b.t. de elementen die als niet-weerkerend worden beschouwd, vindt u op pagina's 56-57.

De financiële dienstverlening aan de retailcliënteel, die hoofdzakelijk wordt uitgeoefend in België en Luxemburg, is er in geslaagd een zeer goede prestatie



neer te zetten in weerwil van een stevige concurrentie op de Belgische markt, een aanhoudend lage rentestand en de beperkte belangstelling van de cliënten voor aandelenproducten.

Het **nettoresultaat groepsaandeel** voor het volledige jaar 2003 beliep 286 miljoen EUR, d.i. 50,9 % meer dan in 2002. Dat was het gevolg van een aanzienlijke groei van de opbrengsten (+6,2 %), in combinatie met een lichte stijging van de kosten (+1,7 %), terwijl de risicokosten lichtjes afnamen.

De **opbrengsten** voor het volledige jaar bedroegen 1 764 miljoen EUR, een stijging met +6,2 % of +104 miljoen EUR.

De **netto-renteopbrengsten en soortgelijke opbrengsten** kenden een forse groei (+10,1 % of +109 miljoen EUR). Deze evolutie werd gedragen door een positief volume-effect, zowel bij de deposito's (voornamelijk spaarrekeningen) als voor de kredietactiviteit (hypotheecaire kredieten en kredieten aan KMO's). De marge op de beleggingsproducten (deposito's, kasbons, zichtrekeningen) steeg globaal gezien dankzij de lagere rente. Ten slotte werd het productenaanbod verbeterd, wat hogere opbrengsten opleverde.



Kantoor van Dexia Bank in België

Financiële resultaten van het metier (vervolg)

De **commissielonen** namen af met 5,5 % (of -19 miljoen EUR), doordat de vraag naar provisiegenererende producten tijdens het voorbije jaar laag bleef, ook al bleven de commissielonen voor de verzekeringsactiviteit stabiel op jaarbasis dankzij de goede commerciële prestatie.

De **technische en financiële marge van de verzekeringsactiviteit** nam toe met 5,7 % (14 miljoen EUR) dankzij de goede commerciële prestatie tijdens het jaar, voornamelijk bij de producten met een gewaarborgd rendement (Tak 21). De bijdrage van deze producten compenseerde de daling bij de producten in rekeneenheden, maar het vierde kwartaal lijkt te wijzen op een ommekeer van deze trend. Voor niet-leven hebben de toegenomen activiteit en de verbetering van het schadepercentage geleid tot betere resultaten.

De **kosten** bedroegen 1 371 miljoen EUR voor het volledige jaar 2003 (+1,7 %). Deze bescheiden toename

met 22 miljoen EUR werd waargenomen zowel in België (13 miljoen EUR) als in Luxemburg (8 miljoen EUR). In België namen de personeels- en de administratiekosten af, een tastbaar resultaat van de integratie van Artesia BC. In de andere richting stegen de commissielonen aan het agentennetwerk en weerspiegelden daarmee de hogere productie en rentabiliteit van de commerciële activiteit.

Het **brutobedrijfsresultaat** beliep 393 miljoen EUR voor het volledige jaar (+26,1 %), als weerspiegeling van de hierboven aangehaalde trend. Zodoende verbeterde de **exploitatiecoëfficiënt** tot 77,7 % in 2003, tegen 81,2 % in 2002.

De **risicokosten** beliepen 34 miljoen EUR in 2003 tegen 40 miljoen EUR in 2002, d.i. een vermindering met 14,4 %, wat wijst op de uitstekende kwaliteit van de kredietportefeuille.

De **belastingen** waren stabiel in 2003 (110 miljoen EUR) ondanks het feit dat het bedrijfsresultaat aanzienlijk toenam. De Belgische vennootschapsbelasting daalde immers van 40,2 % naar 34,0 %.

Globaal bedroeg het **rendement op het economisch eigen vermogen (ROEE)**⁽¹⁾ 15,8 % in 2003, een significante verbetering ten opzichte van het jaar 2002 (10,8 %).

(1) Nettoresultaat zonder aandeel van derden in percent van het toegewezen eigen vermogen.

Onderliggende resultatenrekening ⁽¹⁾ (zonder niet-weerkerende elementen)
 (in miljoenen EUR)

	2003	2002	Evolutie
Opbrengsten	1 764	1 661	+6,2 %
- Nettorenteopbrengsten en soortgelijke opbrengsten <i>waarvan rente op T.E.V.</i> ⁽²⁾	1 187 99	1 078 100	+10,1 % -0,8 %
- Nettocommissielonen en overige opbrengsten	326	345	-5,5 %
- Technische en financiële marge van de verzekeringsactiviteit	251	237	+5,7 %
Kosten	(1 371)	(1 349)	+1,7 %
Brutobedrijfsresultaat	393	312	+26,1 %
Risicokosten	(34)	(40)	-14,4 %
Bedrijfsresultaat	359	272	+32,0 %
Nettowaardecorrecties op financiële vaste activa	4	(1)	n.s.
Belastingen	(110)	(109)	+0,9 %
Nettoresultaat van de ondernemingen waarop vermogensmutatie wordt toegepast	32	27	+18,9 %
Nettoresultaat	285	189	+51,2 %
Aandeel van derden	(1)	(1)	n.s.
Nettoresultaat groepsaandeel	286	190	+50,9 %
Exploitatiecoëfficiënt	77,7 %	81,2 %	
ROEE ⁽³⁾	15,8 %	10,8 %	
Toegewezen eigen vermogen (einde van de periode)	1 799	1 748	

(1) Pro forma voor het hele boekjaar 2002.

(2) Toegewezen economisch eigen vermogen.

(3) Rendement op het economisch eigen vermogen.



Kantoor van Dexia BIL in Luxemburg