**KBC beweegt met je mee met een nieuwe merkbelofte en stijl.**

KBC zorgt ervoor dat mensen het beste uit zichzelf en hun dromen kunnen halen en zo vooruitgaan. En dat op maat en ritme van het leven. Kortom: *KBC beweegt met je mee*. Wat ook meteen de nieuwe baseline wordt van de bank-verzekeraar.

Deze visie wordt ingevuld op verschillende niveaus.

KBC beweegt letterlijk met je mee via de beste bankapp ter wereld op je smartphone en doet dit met proactieve oplossingen voor elke dag, op jouw ritme en waar je ook bent.

Ook beweegt KBC mee op de sleutelmomenten in je leven, door klaar te staan met een schouderklopje en een duwtje in de rug, om van je dromen plannen te maken en je te helpen die te realiseren en beschermen

Tenslotte beweegt KBC ook mee met de samenleving, door mee te bouwen aan innovatieve oplossingen voor vandaag en morgen en er zo voor te zorgen dat we samen vooruitgaan.

Visueel brengt KBC deze visie ook naar buiten. Het merk verfrist haar iconische blauwe kleur en benadrukt haar dynamische karakter door de verschillende touchpoints een prominente rol te geven in alle vormen van communicatie. Waar mogelijk worden ze in beweging uitgespeeld, om te beklemtonen dat de bank-verzekeraar op elk moment en via elk kanaal met jou mee beweegt.

De nieuwe stijl en baseline worden neergezet in twee films geregisseerd door Jeroen Mol. Eén gericht naar ondernemers, één naar particulieren. De soundtrack voor beide films is het nummer ‘Yes I Can’ van Sammy Davis Jr. en zet perfect de toon van de stimulerende en enthousiasmerende bank-verzekeraar die KBC wil zijn. Het nummer komt ook terug in twee radio manifesto’s, en in de kortere videoafgeleiden voor social media.