KBC et TBWA continuent à rechercher les lacunes sur le marché.

Depuis ce 4 Février, KBC recherche les "Lacunes sur ​​le marché". Une opération qui invite les habitants de Flandre, de Bruxelles et des cantons de l’Est à indiquer ce qui fait défaut dans leur commune.

Chaque bureau KBC de chaque ville et de chaque village a reçu des affiches personnalisées (ex.: D’après vous, que manque-t-il à Halle?). Sur les vitrines vides des commerces, un message invite également les passants à surfer sur [www.kbc.be/lalacunesurlemarche](http://www.kbc.be/lalacunesurlemarche) pour faire part de ce qui manque dans leur quartier.

Une vaste enquête sur les besoins spécifiques de chaque commune est même parue dans les pages régionales de Het Nieuwsblad.

Aujourd’hui, des milliers de « Lacunes sur le marché » ont été trouvées. Certaines ont même fait l’objet de spots radio.

Place désormais à la deuxième phase de la campagne : le recrutement des entrepreneurs potentiels. La semaine prochaine, 3 spots TV et 5 annonces montreront des exemples de projet aux sociétés et entreprises prêtes à se lancer dans l’aventure.

Les entrepreneurs qui proposeront une bonne idée à KBC gagneront peut-être une des vingt voitures de société Volvo mis à leur disposition par KBC Lease.

Avec cette campagne, KBC veut booster l'esprit d'entreprise de nos régions. Car c'est grâce aux gens d'ici, aux idées d'ici et aux moyens d’ici, que l'avenir peut être meilleur.