

MEDIRECT RÉVÈLE CE QUE LES BANQUES NE VOUS DISENT PAS

25/07/2025 | rédaction



CREA / NEWS / SUB

Avec un message frontal — « Les ETFs sont avantageux pour les clients, pas pour les banques » — [MeDirect](#) lance une campagne d'été, réalisée en interne, qui rompt avec la communication habituellement feutrée du secteur financier. L'acteur 100 % digital, encore perçu comme un challenger en Belgique, entend ainsi se positionner comme une alternative crédible aux grandes banques traditionnelles.

Au cœur de cette prise de parole : la volonté de mettre en lumière les ETF (Exchange Traded Funds), souvent relégués au second plan par les établissements classiques au profit de produits maison, plus rémunérateurs pour eux, mais parfois moins performants pour l'épargnant. Pour marquer le coup, MeDirect propose zéro frais de courtage sur tous les trades d'ETF jusqu'à la fin de l'été, afin d'encourager l'expérimentation et la diversification de portefeuille.

« Nous ne vendons pas des produits pour augmenter nos marges, mais pour faire croître le patrimoine de nos clients, » déclare **Alain Moreau**, CEO de MeDirect Bank SA. Un positionnement qui s'accompagne d'une campagne au ton volontairement... direct — « Ce que les autres banques ne me disent pas... » — diffusée en ligne, en affichage digital et en OOH à partir de fin juillet.

Outre les ETF, MeDirect propose également une sélection de fonds gérés activement, issus de 65 gestionnaires d'actifs, accessibles sans frais d'entrée. La banque revendique une croissance soutenue : fin 2024, elle comptait 120.000 clients belges, soit +50 % en deux ans, et gérait 2,5 milliards d'euros d'épargne.

Derrière cette stratégie marketing offensive se dessine une tentative assumée de repositionner la transparence et l'accessibilité comme leviers de différenciation dans un paysage bancaire encore peu disrupté.

