



Le Crédit Agricole lance son nouveau territoire de communication

Marqueur fort de son nouveau Projet Client, le Crédit Agricole dévoilait en avril dernier sa nouvelle signature « Toute une banque pour vous ». Il lance aujourd'hui son nouveau territoire de communication dont le premier volet est diffusé depuis le 2 octobre à la télévision.

La nouvelle campagne de marque met en avant la proximité relationnelle du Crédit Agricole avec ses clients. Elle illustre pleinement le nouveau Projet Client du Groupe en s'appuyant sur ses forces et ses atouts :

- Son modèle de banque universelle de proximité qui permet de faire bénéficier chacun de ses clients de toutes ses expertises en banque, assurance et immobilier.
- Son modèle de distribution 100% multicanal (100% humain et 100% digital) qui lui permet de simplifier la vie de ses clients en leur donnant à tout moment le choix du mode d'interaction avec la banque.
- Son nouveau modèle relationnel pour s'inscrire comme un vrai partenaire qui accompagne chaque client dans la durée, de façon globale et personnalisée ; qui aide chaque client à bien décider et, enfin, qui sait se réinventer en permanence pour simplifier les projets de ses clients.

Une piste créative ancrée dans le quotidien des Français

Trois ingrédients sont au cœur de ce nouveau territoire résolument moderne et optimiste qui véhicule l'image d'une banque bienveillante, qui accompagne ses clients dans la durée :

- L'observation des gens. Être à l'écoute de ses 21 millions de clients permet au Crédit Agricole de comprendre davantage leurs besoins.
- Des situations de vie d'aujourd'hui. Ce nouveau territoire dépasse le strict cadre de la banque et se situe dans la vie des gens. C'est une autre façon de raconter le modèle de banque coopérative qui travaille avec ses clients chaque jour sur un pied d'égalité.
- Une tonalité connivente, entre poésie et humour, portée par une nouvelle musique de marque : l'intemporelle « Mrs Robinson » de Simon and Garfunkel, réinterprétée par Lola Marsh, sacrée révélation pop-folk 2016 par les Inrocks.

Plan media

Depuis le 2 octobre, la nouvelle campagne globale de la marque, démarrera par un volet TV réalisé par Rudi Rosenberg, avec une première vague de trois films axés sur la mobilisation de toute une banque avec ses 140 000 collaborateurs pour chacun de ses clients : en agence comme en ligne, pour tous leurs projets et à tous les moments de leur vie.

Suivra une seconde vague avec un film sur l'approche conseil et un film sur le modèle de distribution 100% multicanal.

Les films sont d'ores et déjà disponibles sur la chaîne YouTube du Crédit Agricole. A l'occasion du lancement de son nouveau territoire de communication, le Crédit Agricole a dévoilé les premières images de la campagne sur Snapchat avec plus de 35 000 vues dès son lancement.

A propos du Crédit Agricole Charente-Maritime Deux-Sèvres :

Premier Banquier-Assureur des départements des Deux-Sèvres et de Charente-Maritime, le Crédit Agricole compte 550 000 clients. Banque coopérative et mutualiste, ancrée sur son territoire, elle accompagne 1 habitant sur 2, 4 projets habitat sur 10, 8 agriculteurs sur 10, 1 professionnel sur 3, 3 entreprises sur 5 et 7 collectivités locales sur 10. Nos 1735 salariés et nos 807 administrateurs sont présents sur l'ensemble du territoire. 169 agences y sont implantées pour servir nos clients au plus près de leur domicile ou de leur lieu d'activité professionnelle.

Pour plus d'informations : www.ca-cmds.fr / www.ca-c-nous.fr / Twitter : @CA_C_NOUS

Contacts presse :

Charlène GIBOUIN – 06 67 73 41 28 – charlene.gibouin@ca-cmds.fr

Céline MEUNIER – 06 74 80 97 62 - celine.meunier@ca-cmds.fr