



## Communiqué de presse

Montrouge, le 29 septembre 2016

### **Le Crédit Agricole lance son nouveau territoire de communication avec BETC**

**Pour visionner le nouveau territoire de communication du Crédit Agricole : [cliquez ici](#)**

**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 sera diffusé 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 convivente, 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**

À partir du 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.

### **Contacts presse**

Crédit Agricole

Charlotte de Chavagnac - 01 57 72 11 17 – [charlotte.dechavagnac@credit-agricole-sa.fr](mailto:charlotte.dechavagnac@credit-agricole-sa.fr)

Alexandre Barat - 01 43 23 07 31 – [alexandre.barat@credit-agricole-sa.fr](mailto:alexandre.barat@credit-agricole-sa.fr)

Caroline de Cassagne - 01 49 53 41 72 - [caroline.decassagne@ca-fnca.fr](mailto:caroline.decassagne@ca-fnca.fr)

BETC

Charlotte Lévy-Frédault – 01 56 41 38 42 - [charlotte.levy-frebault@betc.com](mailto:charlotte.levy-frebault@betc.com)

Tous nos communiqués de presse sur [www.credit-agricole.com](http://www.credit-agricole.com) - espace Journaliste  [@credit\\_agricole](https://twitter.com/credit_agricole)