



Communiqué de presse

Paris, le 29 août 2019

**Ma French Bank se lance auprès du grand public
avec sa première campagne de communication so French !
#ONSECOMPREND**

Un mois après son lancement commercial, Ma French Bank, la banque 100% mobile de La Banque Postale lance sa campagne de communication grand public.

« *Ma French Bank se place aux côtés des Français et propose des services qui s'adaptent à leur quotidien. C'est une banque mobile qui permet à chacun de vivre sa vie comme il le souhaite. Ma French Bank s'adapte aux multiples façons de vivre, c'est ce que nous avons souhaité mettre en scène dans la campagne* » souligne Alice Holzman, Directrice Générale de Ma French Bank.

Un dispositif so French

Ma French Bank a voulu un dispositif qui valorise le fait qu'à chaque usage et chaque centre d'intérêt des Français elle apporte la solution la plus simple et la plus adaptée. La campagne s'inspire donc directement de leur vie à travers une galerie de portraits qui s'amuse avec connivence de différents profils et qui raconte comment Ma French Bank leur facilite le quotidien.

La tonalité et les créations de la campagne reflètent les éléments propres à la personnalité de Ma French Bank : transparente, naturelle, directe, enthousiaste, positive et complice.

Avec Publicis Sapient à ses côtés, Ma French Bank a développé une campagne publicitaire et digitale intégrée pour émerger vite et fort et séduire toutes ses cibles.

« *Nous avons mis en place un partenariat stratégique avec Ma French Bank ! Il prend la forme d'une équipe pluridisciplinaire pour accompagner la naissance d'un nouveau produit, créer une nouvelle marque, et la lancer avec succès sur le marché* » déclare Véronique Beaumont, CEO Publicis Sapient France.

Une campagne qui démarre en teasing

La campagne démarre avec une première vague visant à émerger et différencier immédiatement Ma French Bank sur un marché de néo-banques en pleine ébullition.

Cette 1ère vague de campagne – appelée le « French Blast » – lance la marque avec cette conviction que « *la vie c'est mieux en French* ». Elle a été pensée pour intriguer et attiser la curiosité, et pour commencer à installer l'idée que si la vie c'est mieux en French, la banque c'est mieux avec Ma French Bank.

Ce « French Blast » permet par ailleurs de dévoiler l'identité graphique originale de Ma French Bank ainsi que sa tonalité décalée grâce une signature musicale fraîche et joyeuse (titre Mayland composée par Elephanz, un duo nantais), et grâce au hashtag #OnSeComprend, plus un mot d'ordre qu'une signature de marque, qui permet d'affirmer l'ADN et les valeurs de la banque : proximité et connivence.

Pour la 2^{ème} phase de la campagne, des « Portraits » et scènes connus de tous, que ce soit dans l'état d'esprit ou le style de vie : Le French Charmant, La French Bonne Copine, Le/la French Tête en l'air, Le French Vacancier, La French du quartier... Chacun devrait trouver le ou les services qui répond(ent) à ses besoins : suivi du solde en temps réel, catégorisation des dépenses, cagnotte en ligne gratuite, partage des dépenses, zéro frais à l'étranger, etc...



Les timings de la campagne :

- Dès le 25 août au soir, la campagne TV a débuté avec le "French Blast". Ces créations sont également présentes en affichage digital (centres commerciaux et gares) et en digital (vidéo en ligne, réseaux sociaux). Un dispositif d'affichage urbain à proximité des bureaux de poste renforce cette première semaine de campagne;

- Du 2 au 15 septembre, la campagne « Portraits » sera lancée avec 3 films de 20 sec et 7 films de 10 sec et déclinée en affichage (print et digital) en abribus, dans les gares et métros, mais aussi dans les universités. Tout le dispositif d'affichage sera contextualisé afin d'adresser le bon message à la bonne personne ;

- Du 26 août au 14 septembre, les bureaux de Poste seront entièrement habillés aux couleurs de Ma French Bank avec des affiches, des stickers, des totems, etc;

- Un dispositif en fil rouge intégrant des prises de paroles régulières sera mis en place jusqu'à la fin de l'année en TV, en affichage et en digital sur les réseaux sociaux.

Crédits et interlocuteurs de la campagne

Responsables annonceur : Héloïse Beldico-Pachot, Karen Weber, Adelin Pyfferoen
Responsables agence : Véronique Beaumont, Maialen Saphore, Publicis Sapient / Marion Bridot, Pascal Delahaye, Starcom
Créatifs : Nicolas Denis, Anthony Clouet, Estelle Nollet & Romain Nonis
Réalisateur films : Stéphane Barbato
Responsable production films : Bandits
Photographe : Louise Carrasco
Achat d'espace : Starcom

Pour découvrir les blasts :

- Baguettes ou French Baguette ? : <https://www.youtube.com/watch?v=UKjyOIQhdmE>
- Fashion ou French Fashion ? : <https://www.youtube.com/watch?v=6nujx0wnDwI>
- Lover ou French Lover ? : <https://www.youtube.com/watch?v=zcoa8Q8Cb8U>

Et l'ensemble des vidéos de Ma French Bank :

<https://www.youtube.com/channel/UC7RizAgZUYDbJqTSdsd6sAg>

Contacts presse

Victor Labrusse – 01 55 44 22 42 – victor.labrusse@laposte.fr
Florian Pontarollo – 01 55 44 22 – florian.pontarollo@laposte.fr
Sarah Coutin – 07 86 93 26 31 – sarah.coutin@publicissapient.com
Elsa Perretti – 06 61 61 59 83 – elsa.perretti@publicisconsultants.com