



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 16 janvier 2013

La Banque Postale fait évoluer sa signature et devient « Banque et Citoyenne »

Fidèle à ses valeurs postales de proximité et de service au plus grand nombre, La Banque Postale a choisi d'adopter une nouvelle signature : «La Banque Postale, Banque et Citoyenne ». À partir du 16 janvier 2013, La Banque Postale la révèle au grand public à travers une campagne de communication qui sera relayée en bureaux de poste, affichage, presse et Internet.

Depuis 7 ans, la signature « La Banque Postale, bien plus qu'une banque » a accompagné la création et la mise en œuvre de La Banque Postale. Aujourd'hui à travers cette nouvelle signature et cette campagne, La Banque Postale souhaite réaffirmer son positionnement de banque de proximité, transparente, attentive et soucieuse de faire passer l'intérêt de ses clients d'abord.

Pour cela, elle a conçu, avec MC Saatchi GAD, une campagne visant à apporter les preuves de son positionnement de banque différente, affirmé dans son plan stratégique 2011-2015 « L'intérêt du client d'abord, prouvons la différence ».

La campagne met en scène des clients de La Banque Postale (famille, jeunes, entreprises...) illustrant huit affirmations concrètes, chacune accompagnée de trois produits ou services de La Banque Postale faisant office de preuve :

- Nous sommes dans la banque qui dit ce qu'elle fait et fait ce qu'elle dit
- J'ai choisi la banque qui respecte les petites économies
- Nous sommes dans la banque qui a tout compris à la famille
- Nous avons choisi la banque pour qui le crédit n'est pas un mode de vie
- Nous avons choisi la banque qui revendique l'épargne pour tous
- J'ai choisi la banque qui ne me vend pas ce dont je n'ai pas besoin
- Je suis dans la banque qui fait confiance à l'esprit d'entreprise
- J'ai choisi la banque pour qui assurance veut dire transparence

Avec cette nouvelle signature, La Banque Postale souhaite partager avec ses clients une relation différente à l'argent et à la banque.

Dispositif de la campagne :

Les 16 et 17 janvier 2013, la campagne démarre par du teasing en affichage extérieur. A partir du 18 janvier, la campagne sera révélée en affichage extérieur, et relayée dans la PQR et la PQN, ainsi que dans la presse magazine. Enfin, à partir du 21 janvier et jusqu'au 3 février, la campagne sera déclinée sur Internet.

Le dispositif sera également déployé dans l'ensemble des bureaux de poste dès le 16 janvier.

Quelques visuels :



* *

*

A propos de La Banque Postale (www.labanquepostale.fr) La Banque Postale, filiale bancaire du groupe La Poste, est une banque unique et singulière sur le marché de la banque de détail en France. Fidèle à ses valeurs d'intérêt général, de confiance et de proximité, La Banque Postale place l'accueil attentif de tous au cœur de son métier. Elle accompagne ses clients, particuliers comme entreprises, dans une relation bancaire durable, avec une gamme de produits et services accessibles, à un tarif raisonnable. Elle enrichit sans cesse son offre en s'appuyant notamment sur l'expertise de filiales et partenaires, s'ouvrant ainsi à de nouveaux domaines. La Banque Postale est accessible 24h/24, 7j/7, en tout lieu et à tout moment.

La Banque Postale c'est :

- 5,231 milliards d'euros de PNB
- 11,5 millions de comptes courants postaux
- 10,38 millions de clients actifs
- 450 000 clients Entreprises, Collectivités et Associations
- 6 300 Dab/Gab en France
- 290 milliards d'euros d'encours clientèle
- Plus de 6,95 millions de cartes bancaires, soit 11,5 % du marché
- 17 000 points de contact

(Chiffres à fin 2011)

ANNEXE

FICHE TECHNIQUE DE LA CAMPAGNE BANQUE ET CITOYENNE

Marque	La Banque Postale
Campagne	Nouvelle signature
Format	Affichage urbain et pleine page PQRN
Date première diffusion	16 janvier 2013
<u>Responsables Annonceur</u>	Jérôme Lefèvre Alexandre Brouillou
Agence	M&C Saatchi.GAD
Photographe	Chris Craymer
<u>Responsables Agence</u>	
Directeurs de Création	Antoine BARTHUEL/Daniel FOHR
Directeurs Artistiques	Thomas VAUCHEL/Alexandre BERTRAND
Concepteur Rédacteur	Estelle BARBIER
Responsable Commercial	Hervé BRASEBIN