



Communiqué de presse

La Caisse d'Épargne lance sa première campagne de communication plurimedia à destination des « jeunes » avec un dispositif publicitaire mixant télévision, cinéma et web.

Paris, le 1^{er} juillet 2010

Afin de se donner les moyens de rester LA banque de référence des jeunes, la Caisse d'Épargne propose des offres innovantes conçues pour cette cible et adapte son approche commerciale à ce marché spécifique. Pour lancer son nouveau dispositif, la marque a mis en place une stratégie de communication calquée sur l'univers, les habitudes et les modes de consommation média des jeunes.

La campagne combine donc à la fois une forte présence sur le web, en télévision et au cinéma.

Les trois films de publicité, réalisés par l'agence Ogilvy and Mather, sont construits autour d'une fausse piste : alors que le téléspectateur imagine assister à une première fois amoureuse des Jeunes, il découvre qu'il s'agit en fait d'une toute autre première liée à une situation pendant laquelle la Caisse d'Épargne est à leurs côtés.

L'un des films présente, sur ce principe, la possibilité pour les jeunes de 18-30 ans d'acquérir une voiture neuve avec une offre de LOA adaptée. Le second présente un forfait bancaire réservé aux jeunes avec une carte de paiement à 1euro/mois et le troisième, une offre de compte bancaire joint pour les colocataires.

Ces trois films reprennent la saga animalière de la Caisse d'Épargne mais le traité créatif de cette dernière évolue nettement vers une réalisation plus moderne, plus en phase avec cette cible jeune.

Cette campagne démarre le 1er juillet. Le film est désormais à découvrir sur internet via ce lien : <http://www.youtube.com/watch?v=nQrMSxZELnk>

Parallèlement, la Caisse d'Épargne est largement présente sur le web. Outre un dispositif display classique (habillages événementiels et bannières), la marque s'affiche sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, ...) et propose des contenus éditoriaux en cohérence avec ses offres, sur des sites spécialisés partenaires (conseils logement avec seloger.com, msn). Les blogs Caisse d'Épargne relaient la campagne en cours. Enfin, le site www.caisse-epargne.fr s'enrichit d'un volet dédié aux jeunes.

Une tournée au sein des campus universitaires sera mise en place à compter du mois de septembre pour prolonger la campagne et sensibiliser les étudiants aux nouvelles offres.

Enfin l'ensemble des agences Caisse d'Épargne est au diapason de cette campagne avec des dépliant, des affiches et des totems en agences.

A propos de Caisse d'Épargne :

Les 17 Caisses d'Épargne sont des banques coopératives au service de leur région. Avec 27 millions de clients, elles accompagnent toutes les clientèles : particuliers, professionnels, entreprises, acteurs de l'économie sociale, institutions et collectivités locales. Elles privilégient le meilleur niveau de service dans tous les domaines : collecte et gestion de l'épargne, versement des crédits, équipements en moyens de paiement, gestion de patrimoine, projets immobiliers, assurances. Les Caisses d'Épargne font partie du Groupe BPCE, issu du rapprochement des Caisse d'Épargne et des Banques Populaires.

Contacts presse : Christophe Gilbert : 33 (0)1 40 39 66 00 christophe.gilbert@bpce.fr

