



Communiqué de presse - Paris, le 7 octobre 2009

## **BforBank lance son site et sa campagne de publicité pluri-média**

**BforBank, la première banque privée 100% en ligne, lance aujourd'hui son site Internet : [www.bforbank.com](http://www.bforbank.com). Le site a été conçu par l'agence La Chose et réalisé par la SSII Steria. Il permet à l'internaute de s'informer sur la gestion de patrimoine, de souscrire et de gérer ses produits d'épargne en ligne.**

**BforBank débute également sa campagne de publicité qui dévoile une toute nouvelle typologie de banquiers, imaginée et réalisée par l'agence Leg et reposant sur un plan média orchestré par Carat France et Isobar.**

### **Un site intuitif, conçu pour répondre aux besoins de l'internaute**

BforBank lance un site innovant conçu par l'agence La Chose qui a également développé la charte graphique et la plateforme de marque de la nouvelle entité du Crédit Agricole.

Bforbank a fait appel à la SSII Steria pour la réalisation et l'intégration du site, notamment pour son expertise bancaire et la mise en œuvre de solutions agiles et innovantes.

[www.bforbank.com](http://www.bforbank.com) se différencie par l'adaptation aux besoins et au niveau de connaissance de chacun. La navigation sur le site est confortable : les boutons du menu principal permettent de mieux se repérer : « savoir tout savoir », « préparer un projet », « souscrire un produit », « consulter des experts », « calculer comparer ». La spirale de navigation contextuelle indexe les contenus de façon transverse entre les 5 rubriques du site. Elle offre ainsi un parcours aisé au cœur de l'information très riche du site. Un espace personnalisé permet également aux membres et clients de la banque en ligne de stocker des articles, des vidéos ou des souscriptions interrompues, à la façon d'un bureau.

## Une banque pour reprendre en main la gestion de son argent

Pour son lancement, BforBank a opté pour une campagne de communication pluri-média TV, presse et Internet réalisée par l'agence Leg (groupe Havas). La campagne montre de façon simple et directe l'originalité de l'offre BforBank : permettre au client de reprendre le pouvoir sur son argent et de l'inciter à devenir lui-même son propre banquier.

Son ambition : conquérir une nouvelle clientèle d'épargnants exigeants et autonomes, prêts à s'investir personnellement pour faire fructifier leur patrimoine.

Les achats média ont été réalisés par Carat France et Isobar, agences média du groupe Crédit Agricole.

### « Mon banquier, c'est moi »

En télévision, la campagne s'articule autour de quatre spots (2x30'' et 2x20'') produits par Big et réalisés par Jérôme Salle (*Anthony Zimmer, Largo Winch*). A travers ces films, esthétiques en noir & blanc et emprunts d'un univers cinématographique, le narrateur nous parle de son banquier.

Tout au long du discours, le banquier et la banquière restent de dos, énigmatiques. Jusqu'à la chute, qui révèle que le narrateur (le client) et le personnage (le banquier) ne font qu'un. Les films concluent ainsi par « Parce que mon banquier, c'est moi. »

La mise en scène cinématographique à la limite du thriller permet de capter l'attention sur ces banquiers un peu particuliers. Le message encourage chacun à prendre son argent en main, à devenir son propre banquier.

Ces spots seront diffusés durant 8 semaines sur 26 chaînes des réseaux hertziens, TNT, et Cabsat.

Reprenant le même principe créatif que les films TV, une dizaine d'annonces presse mettent en scène des portraits noir & blanc d'hommes et de femmes devenus eux aussi leurs propres banquiers. Shootés par le photographe anglais Paul Wetherell (agence Map), ces portraits d'avocate, d'architecte, d'ingénieur ou encore d'entrepreneur finissent de nous convaincre que dans la vie, comme dans le domaine bancaire, on n'est jamais mieux servi que par soi-même.

Une campagne web sur des sites en affinité avec la cible complètera le dispositif avec des formats video ou rich media tels que des livesquares, des arches ou autres bannières flash. Des opérations spéciales sont également prévues pour renforcer l'impact sur Internet.

## Fiche Technique

### **Equipe BforBank**

Directrice Marketing Communication : Pascale Furbeyre  
Responsable Communication et Acquisition : Xavier Amouroux  
Chargée de Publicité et Communication : Andreea Kao

### **Conception Site Web - Charte graphique**

Agence : la chose.  
Directeur de la création : Pascal Grégoire  
Direction Artistique-Concepteurs : Diva Escandon & Thomas Ishii  
Responsables agence : Pascal Grégoire, Cécile Bitoun, Aurélia Hisinger, Alexandre Yvergnaux, Simon Duhil

### **Campagne BforBank**

Agence : leg.  
Directeur de création : Gabriel Gaultier  
Conceptrice-rédactrice : Clémence Cousteau  
Directeur Artistique : Benjamin Adida  
Assistante DA : Morgane Hamel  
Responsables agence : David Fuchs, Joseph Kouli, Antoine Arvis, Valérie Maury

### **Production PRINT**

Photographe : Paul Wetherell  
Agence : Map  
Achat d'art Leg : Flavie Smilenko

### **Production films**

Réalisateur : Jérôme Salle  
Société de production : Big  
Enregistrement son : Chez Jean  
TV prod Leg : Xavier Favre, Emilie Lepot

### **Musique films**

Interprète : Gonzales  
Titre de l'oeuvre : Gogol  
Auteur : Jason Beck  
Compositeur : Jason Beck  
Editions : Delabel Editions

### **Production e-pub**

Conception et réalisation : leg.

## A propos de BforBank

*BforBank est un nouveau modèle de « banque privée en ligne » qui permet aux épargnants de prendre en main la gestion de leur patrimoine. Le site présente des services experts utiles et personnalisés ainsi qu'un accompagnement en ligne et par téléphone.*

*Filiale à 100% des Caisses régionales de Crédit Agricole et de Crédit Agricole SA, BforBank propose des solutions d'épargne performantes : un livret d'épargne avec un taux attractif, une assurance-vie sans droit d'entrée, et dès octobre, une offre Bourse et Fonds complète, dont 50 fonds spécialement choisis pour leur performance et proposés par des sociétés de renom, et l'accès à de 2000 fonds sans droit d'entrée.*

*BforBank offre également une base de connaissance composée d'articles sur tous les sujets relatifs à la gestion de patrimoine, des outils d'aide à la décision, des contenus d'experts dont des vidéos exclusives. L'internaute retrouve sur le site tout ce qui est utile et nécessaire pour mieux investir directement et efficacement.*

[www.bforbank.com](http://www.bforbank.com)

---

## Contacts presse

### **BforBank**

Coralie Vogt

[coralie.vogt@bforbank.com](mailto:coralie.vogt@bforbank.com)

Tel : + 33 1 71 11 03 33

Port : + 33 6 84 57 07 16

### **Leg**

Joseph Kouli

[joseph.kouli@leg-agency.com](mailto:joseph.kouli@leg-agency.com)

Tel : + 33 1 58 28 13 59

Port : + 33 6 27 07 03 64

### **La chose**

Barka Zerouali

[bz@lachose.fr](mailto:bz@lachose.fr)

Tel : + 33 1 49 96 48 28

Port : + 33 6 15 95 69 41

### **Steria**

Cécile Beckerich

[cecile.beckerich@steria.com](mailto:cecile.beckerich@steria.com)

Tel : + 33 1 34 88 56 73

Port : + 33 6 30 67 56 72

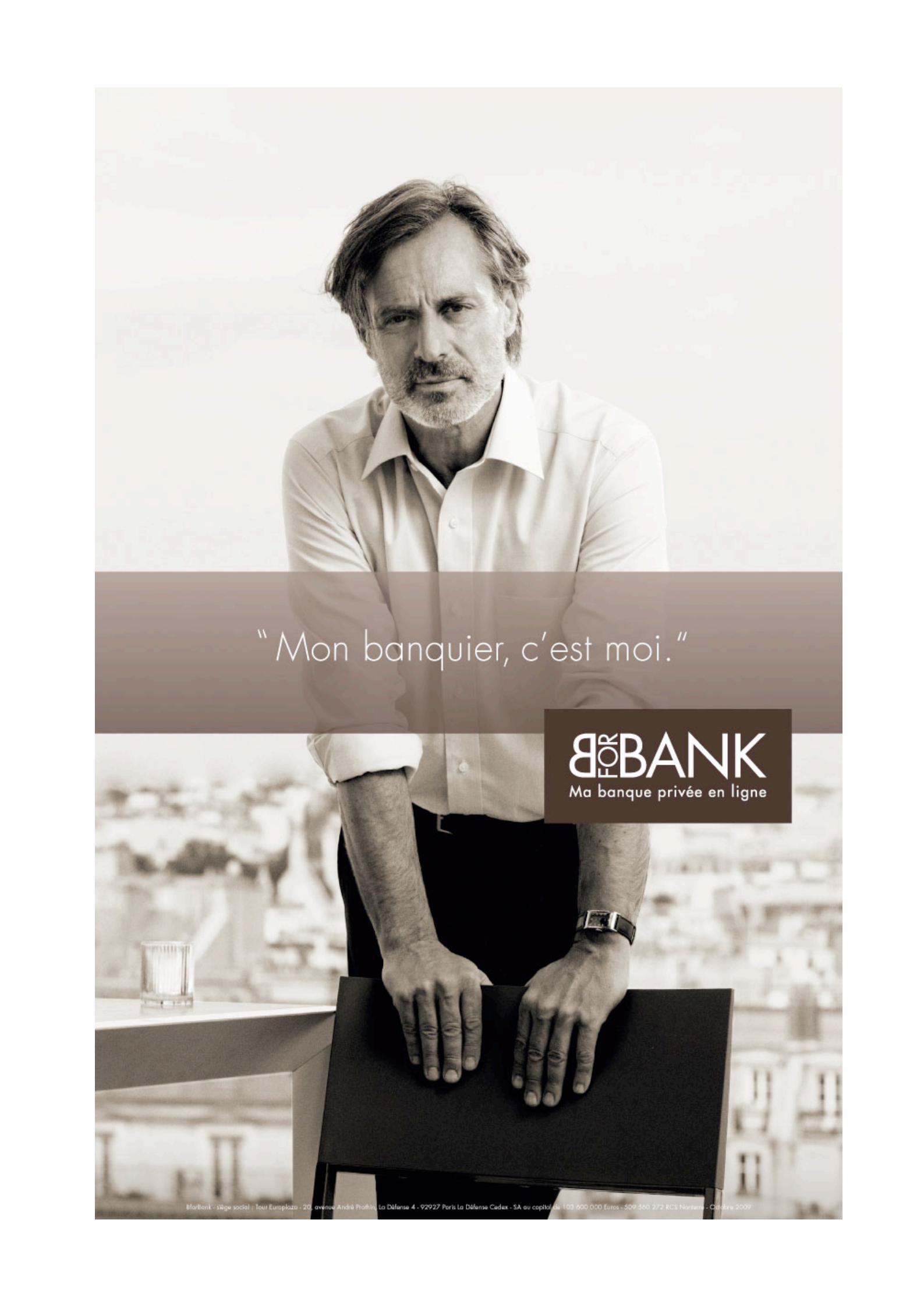
### **AEGIS MEDIA**

Yael Chatelus Kusch

[yael.chatelus-kusch@aemedia.com](mailto:yael.chatelus-kusch@aemedia.com)

Tel : + 33 1 41 16 17 74

Port : +33 6 32 23 01 57

A man with a beard and mustache, wearing a white button-down shirt, is leaning forward with his hands on a dark table. He is looking directly at the camera with a serious expression. The background is a blurred cityscape with buildings and a clear sky. A glass of water is on the table to the left.

“ Mon banquier, c’est moi. ”

**BOBANK**  
Ma banque privée en ligne