

COFIDIS lance « La Battle des idées reçues », sa 1^{ère} campagne événementielle web

Villeneuve d'Ascq, le 11 avril 2011 – COFIDIS lance aujourd'hui « La Battle des idées reçues ». Avec cette première campagne événementielle 100% online, COFIDIS renforce sa présence sur la toile en lançant une communication originale et décalée autour de la marque... sans parler directement de crédit !

« La Battle des idées reçues » by COFIDIS

COFIDIS lance aujourd'hui sa première campagne événementielle 100% web et met en ligne le mini site www.les-idees-recues.fr dédié à « La Battle des idées reçues ». Un mini-site en format vidéo, qui alterne les saynètes originales de « battle » verbales autour d'idées reçues de la vie de tous les jours. Le mini-site ne révèle qu'en fin de parcours le lien avec l'univers du crédit et avec la marque – une page « Reveal » en fin de vidéo permettant de faire un lien entre les joutes verbales que se livrent les personnages, et les services proposés par COFIDIS.

Cette campagne, créée par l'agence Keblow, constitue une façon nouvelle et subtile de communiquer autour du crédit, sans en parler directement et en faisant des liens originaux entre les engagements COFIDIS et les idées reçues de notre société.



Le mini-site met en scène cinq personnages et traite de façon humoristique cinq idées reçues de la vie de tous les jours : des « clichés » - comme « Les femmes... toutes victimes de la mode ! » - qui parlent au grand public et permettent de créer un lien étroit avec les internautes. Chacune des saynètes donne la parole à deux personnages qui se « livrent bataille » : langage ironique, chutes caustiques, graphisme soigné... une première pour le crédit !

5 personnages, 5 idées reçues, 5 engagements COFIDIS

La « Battle des idées reçues » met en scène cinq personnages, humains avant tout et auxquels on peut facilement s'identifier. Ainsi, Charlie et Patrick se confrontent au sujet des nouvelles technologies alors que Marianne et Charlotte entament une « battle » quant aux hommes et à la quête du partenaire idéal. De cette manière, COFIDIS touche à cinq idées reçues et les traite de façon à en faire un lien, fin et indirect, avec les engagements de la marque vis-à-vis de ses clients.



Round 1 : « Les nouvelles technos ? C'est pour les jeunes ! »

L'éternel débat des jeunes et des seniors autour des nouvelles technologies... une « bataille » sans fin, comme dans ce premier clip. Dans le contexte de nouvelles technologies émergentes, COFIDIS s'engage à mieux assister les clients dans la gestion de leur budget. COFIDIS lance ainsi de nouveaux portails Internet (Facilivie, Coachez Votre Budget...) et des applications mobiles

(Pocket Budget, Pocket Projet...) dans le but de faciliter l'accès à l'information.

Round 2 : « Les hommes...tous les mêmes ! »

COFIDIS joue sur les mots et se présente comme un partenaire idéal, à l'écoute des contraintes et des besoins de ses clients...tel l'homme que recherchent toutes les femmes. En effet, COFIDIS est à l'écoute de ses clients et les accompagne dans le processus de souscription de crédit et de gestion de leur budget, par le biais d'outils dédiés et de conseillers formés à cet effet.



Round 3 : « La vie est une compétition ! »

Partant d'une histoire sur la compétitivité et la performance, la saynète évoque l'importance d'être bien conseillé. COFIDIS a historiquement eu un rôle d'accompagnateur quant à sa relation client. Encore plus aujourd'hui, COFIDIS est proche de ses clients à travers un suivi soutenu et des équipes dédiées, disponibles et formées à cet effet.

Une communication nouvelle dans le cadre d'une nouvelle signature

COFIDIS a lancé en janvier 2011 sa nouvelle signature le « crédit sous un nouveau jour » : une nouvelle façon de voir le crédit, qui vise à mieux accompagner les consommateurs en leur donnant toutes les clés nécessaires pour effectuer leurs choix budgétaires. « La Battle des idées reçues » est un événement qui participe à donner une vision plus humaine du crédit, en créant des liens de proximité avec les consommateurs, qui peuvent s'identifier dans les personnages présentés.



La campagne 100% online est soutenue par un teasing qui se décline sous forme de bannières, habillages et pavés vidéo sur les plates-formes Orange, Les Pages Jaunes et d'autres sites affinitaires, et permettra de guider l'internaute vers le site de la Battle : www.les-idees-recues.fr

A propos de COFIDIS France

Avec 3,5 millions de clients et 850 enseignes partenaires, COFIDIS est depuis 3 décennies l'un des principaux acteurs du crédit à la consommation en France (crédits renouvelables et prêts personnels, solutions de paiement, rachat de créances et partenariats).

Acteur fortement engagé dans l'accompagnement de ses clients, COFIDIS s'appuie sur un conseil personnalisé, des outils & services innovants et la pédagogie du crédit pour faire du consommateur un acteur de son budget, informé et responsable.

COFIDIS contribue également au dynamisme commercial des enseignes de distribution et sites e-commerce grâce à des solutions performantes et sur-mesure en matière de facilités de paiement (carte 4 étoiles, 1euro.com, 3xCB, crédit amortissable).

Pour en savoir plus : www.cofidis.fr



Contacts presse

Aurélien Horner - ahorner@hopscotch.fr / 01 58 65 00 97

Catherine Haggioannou - chaggioannou@hopscotch.fr / 01 58 65 00 32