

**LA BANQUE FRANÇAISE MUTUALISTE AFFIRME SA SINGULARITÉ
AVEC UNE NOUVELLE STRATÉGIE DE MARQUE
LA BANQUE À LA HAUTEUR DE SES CLIENTS**

Nouveau territoire et promesse de marque, nouvelle campagne de publicité, nouvelle stratégie de ses plateformes sociales... La Banque Française Mutualiste, dont l'offre est distribuée par le réseau Société Générale, réaffirme son ambition d'accompagner tous les agents du secteur public à travers ses offres et services performants, ainsi que son attachement à son ADN mutualiste.

Depuis plus de 35 ans, la Banque Française Mutualiste est au contact de ses 1,2 million de clients. Parce qu'ils ne font pas un métier comme les autres : ils ont une mission, la banque dévoile sa nouvelle plateforme créative, coconstruite avec son partenaire Société Générale, « **La banque à la hauteur de ses clients** ».

Accompagnée de l'agence Romance (groupe Omnicom) et de Carat (groupe Dentsu) pour la stratégie média, la Banque Française Mutualiste a entièrement revu son **nouveau territoire de marque qui a été dévoilé** le 29 mai 2022.

Pour l'occasion, une **nouvelle campagne de publicité #ÀLaHauteur** et soutenue par un **plan média pensé affinitaire et à 360°** :

- **En télévision**, 2 films de 20' diffusés sur les écrans sur les chaînes historiques (TF1, M6) et plus de 30 chaînes numériques du 29 mai au 19 juin
- **En affichage**, une campagne sur tout le réseau national de JC Decaux du 22 au 28 juin
- **En digital**, un dispositif display déployé jusqu'à mi-juillet
- **Sur les réseaux sociaux de la Banque Française Mutualiste**, un relais de la campagne
- Une **opération social media** à l'occasion de la Journée internationale pour la Fonction publique, le 23 juin.

Société Générale, son partenaire depuis l'origine, relaie la campagne dans l'ensemble de ses 1 800 agences via un dispositif d'affichage extérieur et ses écrans digitaux en interne.



Virginie Diallo, Directrice de la Communication de la Banque Française Mutualiste, précise :

« Avec cette campagne, après avoir capitalisé sur notre connaissance intime des agents du secteur public, nous allons plus loin en montrant le quotidien de leur métier. Cette plateforme créative réconcilie à la fois la relation de proximité que nous entretenons avec les agents du secteur public, nos valeurs fondatrices de solidarité et de respect de la personne et notre offre adaptée à leur statut. Notre nouvelle promesse de marque est très forte et impliquante, à l'image de la spécificité des agents du secteur public ; c'est pour ça que nous devons être à la hauteur de nos clients ».

NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

Trois films, concentrant 10 secondes du quotidien d'un agent du secteur public, sont à découvrir en TV et en digital à partir du 29 mai. Chacun d'eux illustre la tension, le courage, l'effort et l'émotion vécus par les agents dans l'exercice de leur fonction. Ces quelques secondes d'intensité sont autant de façons de mettre en valeur l'engagement exceptionnel de ces personnes.

Découvrez les 3 films :

1. Film « Infirmière » : <https://youtu.be/zDiAr7MgwNU>
2. Film « Assistante maternelle » : <https://youtu.be/Vv8Ok6vn5Xw>
3. Film « Pompier » : <https://youtu.be/b5uCeOu9qY8>

Christophe Lichtenstein, CEO de Romance, précise : « Pendant la crise sanitaire, les Français ont noué un lien nouveau avec les agents de la Fonction publique. Ceux qui étaient en première ligne sont devenus nos héros et méritent encore notre admiration. Naturellement, nous avons donc choisi de célébrer l'engagement historique de la Banque Française Mutualiste à leurs côtés. »

Pour assurer le réalisme de la campagne, Romance et le réalisateur Alexis Pazoumian ont choisi **un style documentaire et ont fait appel à des agents du secteur public, et non à des comédiens. Les tournages se sont déroulés dans des établissements publics rendus accessibles grâce aux partenaires et relais mutualistes de la banque.**

NOUVEAU LOGO

Ce nouveau territoire d'expression est aussi l'occasion pour la Banque Française Mutualiste de dévoiler **son nouveau bloc marque plus moderne et distinctif**. La vague identitaire devient un réel signifiant : elle symbolise l'accompagnement de la Banque Française Mutualiste et l'engagement des collaborateurs au service des agents du secteur public. La signature de la marque « la banque de chaque agent du secteur public » reste quant à elle inchangée.

« Cet engagement est au cœur de notre raison d'être puisque nous avons été créées par des mutuelles de la Fonction publique, désireuses de proposer une offre bancaire adaptée à leurs adhérents. Aujourd'hui encore, nous sommes la seule banque dont le capital est intégralement détenu par des mutuelles sociétaires. Ce logo, qui remet au centre notre marque et confère une grande modernité à l'ensemble de nos communications, traduit également le dynamisme de la Banque Française Mutualiste qui a récemment dévoilé son nouveau site Internet et place la digitalisation au cœur de son expérience client » précise Virginie Diallo, Directrice Communication de la Banque Française Mutualiste.



ACTIVATION RÉSEAUX SOCIAUX : MA JOURNÉE EN 15 SECONDES

Dans le prolongement de la campagne, pour capter les plus jeunes agents du secteur public, la **Banque Française Mutualiste lance l'activation Ma Journée en 15 Secondes à l'occasion de la Journée internationale pour la Fonction Publique le 23 juin prochain.**

Plusieurs créateurs de contenus Instagram et TikTok vont ainsi inviter leurs communautés à partager leur quotidien et valoriser l'engagement de la Banque Française Mutualiste auprès de cette cible.

FICHE TECHNIQUE DE LA CAMPAGNE

Crédits Annonceur

Directeur Général : **Michel Coudrais**

Directrice Générale Adjointe : **Nathalie Le Gentil**

Directrice Communication : **Virginie Diallo**

Responsable Pôle Marque, Publicité et Digital : **Sabrina Gallinotti**

Crédits Agence

Président : **Christophe Lichtenstein**

Directeur de la Création : **Alexandre Hervé**

Directeur de Création : **Philippe Pinel**

Concepteur Rédacteur : **Baptiste Nivolle**

Directeurs Artistiques : **Julien Rézette et Valentine Venzo**

Planneur stratégique : **Benoit Clavé**

Directeur Associé : **Sébastien de Milleville**

Directrice de Clientèle : **Alicia Mancone**

Cheffe de Groupe : **Éléonore Barois**

Productrices TV : **Emilie Talpaert et Laurie Delahayes**

Assistante TV : **Mahé Parisse**

Crédits Agence Média

Agence média : **Carat**

Directeur Général : **Kévin Gras**

Directrice Associée : **Dorothee Daligny-Orset**

Directrice Conseil : **Sophie Karasseff**

Crédits Production

Production : **Humans**

Réalisateur : **Alexis Pazoumian**

Directeur de production : **Pierre-Arnaud Andrieu**

Producteurs : **Thibault Dumoulin et Thimothée Boullié**

Production Son : **OnR**

Directeur de la photographie : **Hovig Hagopian**

Post-production : **FIX STUDIO**

Montage : **Cyril BESNARD (Cosmic)**

Étalonnage : **Anne Szymkowiak**

Graphistes : **Axel Crepaldi - Hugo Loiseleux**

Production son : **ACTARUS**

Mixeur : **Antoine Bailly**

À PROPOS DE LA BANQUE FRANÇAISE MUTUALISTE

banquefrancaisemutualiste.fr

La Banque Française Mutualiste est la banque de chaque agent du secteur public.

C'est la seule banque en France à avoir été créée à l'initiative de mutuelles du secteur public qui souhaitent apporter à leurs adhérents une offre de produits et services bancaires portant leurs valeurs.

Depuis 1986, elle propose, à l'ensemble des agents du secteur public, une gamme de prêts personnels, d'épargne et d'assurances de prêts à conditions attractives. Sans guichet et pourtant proche de ses clients, **la banque s'appuie en métropole sur le réseau d'agences de son partenaire historique Société Générale et plus largement de ses canaux digitaux**. Ce modèle original permet ainsi aux agents de bénéficier d'une offre dédiée et performante élargie des produits et services d'un grand groupe bancaire.

Guidée par des valeurs mutualistes de solidarité et de responsabilité citoyenne, elle s'engage depuis plusieurs années dans la prévention des risques financiers et dans la lutte contre le mal endetté et le surendetté.

Aujourd'hui, **1,2 million agents du secteur public**, qu'ils soient agents hospitaliers, enseignants, militaires, douaniers, gendarmes, policiers, agents territoriaux, fonctionnaires d'État... sont clients de la banque (métropole et DROM).

Son sociétaire de référence est la Mutuelle Nationale des Hospitaliers (MNH).

CONTACT MÉDIAS

Jérôme Aubé | 06 29 82 76 55 | presse@mnh.fr