

BforBank se transforme et ça se voit

Acteur historique de la banque en ligne, BforBank, filiale du groupe Crédit Agricole, ouvre un nouveau chapitre de son histoire, et dévoile sa nouvelle proposition de valeur : offre, univers de marque, positionnement... BforBank se transforme, pour devenir la banque digitale relationnelle. Une nouvelle identité qui sera au cœur d'une campagne publicitaire multicanale, déployée début octobre.

BforBank fait peau neuve

Pour BforBank le constat est simple, la banque en ligne de demain sera **humaine et relationnelle**. Une étude menée avec Ipsos souligne d'ailleurs que **63% des Français déclarent souhaiter davantage de services liés au contact avec leur conseiller¹** comme un appel de bienvenue ou un service client disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Des services que BforBank propose désormais.

Pour accompagner cette transformation et sa nouvelle proposition de valeur, BforBank dévoile une nouvelle identité de marque, imaginée avec l'agence W.

« Le marché des banques en ligne s'est intensifié et complexifié. L'enjeu, dans ce contexte si concurrentiel, était double : définir un univers de marque singulier, disposant de sa propre identité, tout en créant de nouvelles références autour de BforBank, synonyme d'émotion et de sens pour les clients et les collaborateurs. Nous voulions que le nouveau visage de BforBank reflète ses ambitions : être la première banque en ligne qui casse les frontières et permet à tous de franchir le pas. », explique Sylvain Gaboriaud, Directeur Marketing et Communication.

Nouveau logo, nouvelles couleurs

Logo, charte graphique, typographie mais également tonalité : le nouveau visage de BforBank est à l'image de son positionnement, humain et optimiste. Le logo de BforBank s'agrémenta **d'une grenouille, inspirée par la forme des lettres B de BforBank**. Stylisée, cette figure abstraite symbolise l'évolution, l'agilité, le progrès et l'innovation.



« La grenouille représente ce qu'est le nouveau BforBank, tandis que le bleu, puissant et apaisant, prend racine dans ses 15 années d'expérience sur le marché de la banque en ligne, rassurant pour les clients. Nous sommes heureux de ce nouveau visage pour BforBank ! », commente Denis Gancel, Président de l'agence W.

B For Beaucoup Plus Humaine

Cette dimension humaine de l'offre BforBank avec un service client disponible 24/7 a été placée, par l'agence Steve, au cœur de son nouveau positionnement et incarnée par la signature : « B For Beaucoup Plus Humaine ».

Difficile à croire, et pourtant ce n'est pas du « mytho » comme l'illustre le nouveau film imaginé par l'agence et **réalisé par Romain Chassaing** (production Solab, notamment récompensé par le prix du réalisateur de l'année lors du dernier Club des DA).

« Nous sommes très fiers d'avoir opéré ce mouvement pour BforBank, en les accompagnant à la fois dans la phase de transition auprès des clients historiques, en social media et CRM, et dans cette reprogrammation complète de la marque et son renouvellement publicitaire. », déclare Guillaume Lartigue, co-président de Steve.

Un spot événementiel d'une minute trente sera lancé à compter du 2 octobre. En parallèle une version 45 secondes sera diffusée dans une campagne au cinéma et dans un plan digital alliant puissance et activations tactiques (display vidéo, catch up tv...) orchestré par **Havas Média**.

Ce film sera accompagné, d'une campagne d'affichage nationale de 2 semaines qui met en scène des hommes et des femmes ayant du mal à croire qu'une banque en ligne aussi humaine que BforBank puisse exister.

¹ Etude menée par Ipsos pour BforBank - 2023



CREDITS CAMPAGNE PUBLICITAIRE	
Secteur : Services financiers Annonceur : BforBank Chief marketing Officer : Sylvain Gaboriaud Head of Brand and Communication : Elodie Peaudecerf Senior Brand Manager : David Fhal Co-président et directeur de la création : Guillaume Lartigue Directeurs de création : Edouard Dorbais Concepteur rédacteur : Thomas Eliaou Directeur artistique : Benoit Jung Head of production : Pauline Fourcade	DGA en charge du commercial : Diane de Plas Chefs de publicité : Pierre Van Elslande, Lina Hajbaoui Production : Solab Producteur : Evan Djenki Réalisateur : Romain Chassaing Directeur de la photographie : Nicolas Loir Post production : Firm Production son : Chut on vous écoute Photographe : Ale Burset

Pour télécharger les visuels HD [cliquez-ici](#)

À propos de BforBank

BforBank est la banque en ligne du Groupe Crédit Agricole. Créée en 2009, elle propose en 2023 une nouvelle offre de banque au quotidien, co-construite avec ses clients, et qui répond à leurs besoins.

Accessible à tous les nouveaux clients, sans condition de revenu et sans engagement, BforBank propose au lancement deux offres, BforBASIC gratuite, et BforZEN à 4€ par mois. Cette nouvelle offre de banque au quotidien sera prochainement enrichie de nouveaux produits et services dont l'épargne (livrets réglementés, bourse, assurance-vie...).

Avec plus de 200 000 clients, elle est la banque digitale relationnelle qui allie le meilleur d'une banque en ligne (carte virtuelle sécurisée, paiement mobile, opérations en temps réel, envoi de notifications et d'alertes pour mieux gérer son budget, virements instantanés...), augmentée par l'humain.

Les conseillers, basés en France, sont désormais disponibles 24H/24 et 7 jours sur 7 par téléphone. Ils peuvent aussi être contactés via l'application, par chat, et sur les réseaux sociaux. Ainsi, les clients BforBank sont autonomes, mais jamais seuls.

Plus de 300 collaborateurs travaillent au quotidien pour accompagner les clients vers leur bien-être financier, c'est-à-dire une relation apaisée avec leur argent, pour que celui-ci ne soit pas une source de préoccupations.

<http://www.bforbank.com>

BforBank, Société Anonyme au capital de 295 372 791 euros, immatriculée au RCS de Nanterre 509 560 272- dont le Siège social est situé à la Tour Franklin, 100-101 Terrasse Boieldieu, La Défense - 92042 Paris La Défense Cedex, inscrit sous le numéro ORIAS : 09 050 824



<https://twitter.com/bforbank?lang=fr>



<https://www.linkedin.com/company/bforbank/>



<https://www.instagram.com/bforbank/?hl=fr>

À propos de W

W est une agence stratégique et créative dont la raison d'être est « d'aider les entreprises, par la marque, à se développer et à se transformer au service du bien commun ». Elle imagine des solutions pour faire de la marque un vecteur de transformation associant sens et business. Depuis sa création en 1997 par Denis Gancel et Gilles Deléris, l'agence s'est construite sur un modèle qui conjugue le brand management, l'architecture, la publicité et les contenus. Aujourd'hui, ses 120 collaborateurs mettent leurs talents au service de grandes marques telles que : Accor, Ibis, La Poste, MAIF, McDonald's, Michelin, Paris Aéroport, Peugeot, PMU, Roland-Garros, RTE et Le Comité Olympique pour Paris 2024. Le Contributing, concept développé par l'agence, dessine les contours d'un nouveau marketing. Il défend l'idée d'une nouvelle approche stratégique et créative pour aligner les expressions de la marque avec les engagements de l'entreprise et l'évolution des business Model. <https://www.wcie.fr/>

À propos de STEVE

Steve est une agence créative indépendante créée en 2015 et co-présidée par Guillaume Lartigue et Grégoire Soufflet. Elle est spécialisée en stratégies de marque, publicité et social media. Elle a réalisé en 2022 une marge brute de 6 M€, compte actuellement 65 collaborateurs, a été élue Agence de Publicité Indépendante de l'Année 2020 et a décroché fin 2022 sa 2ème Etoile au Label RSE Agences Actives délivré par l'AFNOR. Ses principaux clients sont DisonsDemain, Netto, le groupe Bel, Parc Astérix, Ionos, ekWateur, ... www.steve.paris

Contact presse:

Julie Bentolila : julie.bentolila@bforbank.com +331 84 94 07 30