

## **BforBank dévoile dans une campagne décalée sa 1ère coque de smartphone, conçue pour prolonger l'expérience de la carte dorée, même en version virtuelle**

**BforBank, la banque en ligne beaucoup plus humaine, innove avec un dispositif marketing et communication décalé en créant la première coque de smartphone au look totalement doré, inspiré du design de sa carte BforZen, et mise en scène dans un spot publicitaire dédié. Cette initiative a été spécialement pensée pour refléter l'élégance et les avantages de la carte bancaire physique comme les paiements gratuits à l'étranger, l'assurance et l'assistance voyage, même au moment de payer avec son smartphone.**

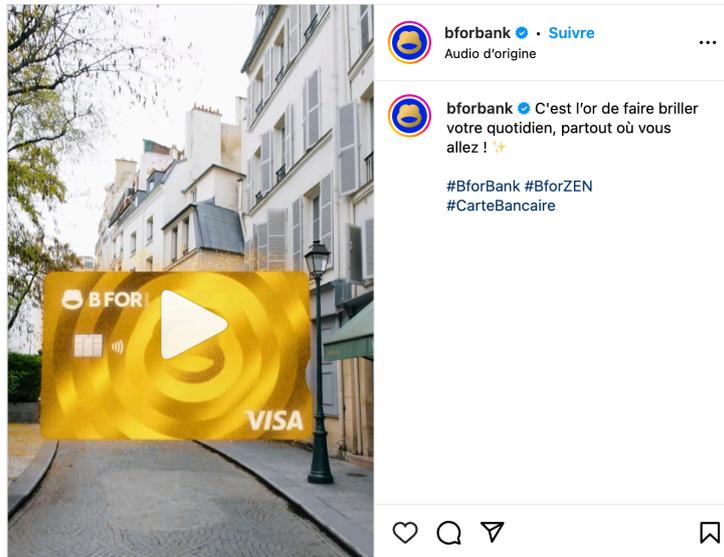


Selon une enquête BforBank menée avec YouGov\*, plus de la moitié des Français déclarent adopter les cartes bancaires virtuelles pour leurs achats. A l'occasion du lancement de sa carte dorée BforZen, BforBank crée **la première coque de smartphone dorée reprenant parfaitement le design de sa carte physique, à dégainer à chaque paiement dématérialisé.**

**Cette coque inédite, à gagner en ligne lors d'un jeu concours, est mise en scène dans une [campagne vidéo](#) décalée et imaginée par l'agence Steve. Diffusée sur Amazon Prime et Twitch du 3 au 15 décembre, la campagne **dévoile la coque de smartphone dorée** et explique avec humour l'intérêt de l'adopter.**

Toujours pour bousculer les codes, BforBank met à l'honneur la carte dorée dans la **première campagne virale FOOH (Fake Out Of Home) disponible sur son [TikTok](#) et [Instagram](#).** Dans

cette campagne, on retrouve la carte bancaire dorée qui virevolte et scintille avec hyperréalisme dans les rues de Paris.



Pour événementialiser cette opération, BforBank opère pour l'occasion un **rebranding éphémère de ses comptes TikTok et Instagram** qui se pareront d'or jusqu'au 15 décembre et propose également à tous ses clients éligibles\*\* de **participer à un jeu concours en ligne et tenter ainsi de remporter l'une de ces coques dorées exclusives.**

**Pour visionner la campagne vidéo :** [https://www.youtube.com/watch?v=6Mu\\_FD6t8Pg](https://www.youtube.com/watch?v=6Mu_FD6t8Pg)

**Pour visualiser le FOOH :**

<https://www.instagram.com/reel/DDMVIp3uvcQ/?igsh=bnExa3o4a3lxdm9q>

**Pour participer au jeu-concours, rendez-vous sur le site dédié :**

<https://www.bforbank.com/coque-bforzen>

**Pour en savoir plus sur les avantages d'une carte virtuelle :**

<https://www.bforbank.com/blog/parlons-argent/quels-sont-les-avantages-dune-carte-virtuelle>

**Pour découvrir l'offre BforZen :** <https://www.bforbank.com/compte-bancaire/carte-bancaire-bforzen>

\* enquête réalisée en ligne sur le panel propriétaire de YouGov France du 26 au 27 novembre 2024 auprès de 1 003 répondants sur un échantillon représentatif de la population française.

\*\* conditions de participation au tirage au sort : Ouvrir un compte, choisir la carte BforZEN et effectuer au minimum deux paiements avec votre carte virtuelle avant le 15 décembre 2024

**Crédits publicitaires de la campagne « Il est l'or de briller » :**

Secteur : Services financiers

Annonceur : BforBank

Agence : Steve

Directeur de la Création : Guillaume Lartigue

Directeur de Création : Till Arousseau

Chief marketing Officer : Sylvain Gaboriaud  
Head of Brand and Communication : Elodie Peaudecerf  
Senior Brand Manager : David Fhal  
Brand Campaign Manager : Léa Tchydemian

Conceptrice-Rédactrice : Lauren Hatton  
Directrice Artistique : Margaux Durin  
Directrice des Stratégies : Laure Lagarde  
DGA en charge du commercial : Diane de Plas  
Directeur de clientèle : Pierre Van Elslande  
Cheffe de publicité : Lina Hajbaoui  
Assist. cheffe de publicité : Helya Ozer

### À propos de BforBank

BforBank est la banque en ligne beaucoup plus humaine, du groupe Crédit Agricole. Depuis 2023, elle propose une nouvelle offre qui allie le meilleur d'une banque en ligne (carte virtuelle sécurisée, paiement mobile, opérations en temps réel, virements instantanés, livrets A et LDDS...), augmentée par un service client disponible 24H/24 et 7 jours sur 7 par téléphone. Accessible à tous, sans condition de revenu et sans engagement, BforBank propose ainsi deux offres, BforBASIC gratuite et BforZEN à 4€ par mois.

Près de 500 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.

La nouvelle offre BforBank a déjà été récompensée par les Trophées Qualité 2024 – catégorie conseiller projet. « Google-Finance UX Benchmark 2023 » a également attribué à BforBank la 1re place dans la catégorie « Banque » pour son parcours d'entrée en relation.

<http://www.bforbank.com>

BforBank, Société Anonyme au capital de 409 824 261 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>



<https://www.tiktok.com/@bforbank>

### Contacts presse

BforBank, Juliette Guillaume - [presse@bforbank.com](mailto:presse@bforbank.com) - 06 82 38 11 21

Hopscotch PR - [pr-bforbank@hopscotch.fr](mailto:pr-bforbank@hopscotch.fr) - 06 60 22 12 44