corporate

Calyon change de nom avec Sean Connery

La banque d'investissement se rebaptise Crédit agricole Corporate & Investment Bank. Et adapte sa communication au contexte économique et financier, aidée par l'ancien 007.

La banque d'affaires Calyon rentre dans le rang. Créée en 2004 à la suite de la fusion de Crédit agricole-Indosuez et de la banque de financement et d'investissement du Crédit lyonnais, la filiale du groupe Crédit agricole a officialisé le 27 janvier son ralliement sous la bannière de sa maison-mère en se rebaptisant Crédit agricole Corporate & Investment Bank.

Un changement à première vue mineur mais qui, en fait, est le point d'orgue d'une profonde réorganisation, Calyon ayant compté parmi les principales «victimes» françaises de la crise des «subprimes». *«Fin 2008, le groupe a procédé à un recentrage de ses activités de financement et d'investissement sur les métiers destinés à financer l'économie réelle, et ce au détriment des produits à risques»*, résume Bertrand Hugonet, directeur de la communication de Crédit agricole Corporate & Investment Bank.

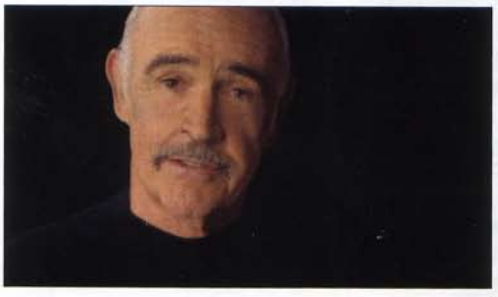
À partir du 8 février, Calyon déclinera, sous son nouveau nom, la campagne d'image internationale du groupe Crédit agricole lancée en novembre dernier par l'agence Aubert Storch Associés Partenaires (Asap). Mettant en scène l'ancien acteur Sean Connery, sous contrat pour trois ans (hors États-Unis), cette campagne en 3D signée «Back to common sense. It's time for green banking» avait suscité une polémique en France, certains la taxant de «greenwashing». *«Le débat n'a concerné que la France, où la campagne n'a d'ailleurs pas été diffusée,* rétorque Olivier Aubert, cofondateur d'Asap. *Ailleurs, c'est-à-dire dans plus de quatre-vingts pays, toutes les commissions de censure ont donné leur aval et l'idée de faire de la banque autrement, avec la référence au vert, symbole d'espoir, a très bien été perçue.»*

Première campagne post-crise financière

Après la banque de détail et la banque privée au travers de deux spots, c'est donc au tour de la banque d'investissement d'apporter sa contribution à ce nouveau positionnement du groupe. *«Ce sera la première campagne post-crise financière pour une grande banque d'investissement»*, lance Olivier Aubert. Toujours en 3D, le spot de lancement et les deux films, réalisés par Ben Hibon (auteur notamment de Renault Clio «Animals» et MTV «Codehunters»), illustrent cette volonté de revenir aux fondamentaux de la banque.

«Nous apportons au fil de la campagne, déclinée dans la presse, sur Internet et via des bâches événementielles, les preuves que nous pouvons aider à financer un monde meilleur», conclut Anne Robert, responsable de la communication extérieure de Crédit agricole Corporate & Investment Bank. Vaste programme…

Alain Delcayre



La filiale du Crédit agricole va décliner, à partir du 8 février, la campagne d'image internationale du groupe qui met en scène Sir Sean Connery dans un environnement 3D.