
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le lundi 1er septembre 2008

Mots-clés : AGENCE / BANQUE / MARKETING COMMUNAUTAIRE / RAMADAN

Transferts du ramadan : synergie gagnante entre l'Agence Paradox et Attijariwafa bank

▪ On ne change pas une équipe qui gagne. L'opération Ramadan 2007, menée par le duo formé de l'agence Paradox et de son annonceur Attijariwafa bank, a été largement couronnée de succès. ▪ La campagne est donc reconduite cette année en France et en Europe (Italie, Espagne, Pays-Bas, Belgique, Angleterre et Allemagne). ▪ Avec des objectifs revus à la hausse pour l'édition 2008.



Synergie gagnante

« Nous n'avons pas besoin d'expliquer pour être bien compris. Chez Paradox, ils savent parler à notre marché et à notre cible de manière originale et percutante. Avec l'agence, nous faisons un travail d'équipe très productif », explique Ingrid Azogui, responsable Marketing et Communication Europe d'Attijariwafa bank, 1^{er} groupe bancaire et financier du Maghreb et 8^e au niveau africain.

Qu'on en juge : communiquer à destination de l'importante communauté marocaine résidant en France (800 000 membres) à l'occasion d'un événement religieux relève quasiment de l'hypothèse d'école, l'objectif étant d'inciter les ressortissants marocains en France à utiliser les services d'Attijariwafa bank pour faire preuve de la générosité préconisée vis-à-vis des proches, lors du ramadan.

En 2007, c'est un impressionnant dispositif de communication qui avait été mis en place : spots radio, PLV, « street marketing », CRM spécifique et même un site événementiel (www.transfertgratuit.com). « Les résultats ayant été au rendez-vous, l'agence Paradox a ainsi pu faire preuve de son expertise en matière de marketing communautaire », explique José Miceli, directeur associé de l'Agence Paradox.

Une campagne reconduite cette année

« Laissez parler votre générosité », c'est l'accroche du plan de communication du mois de ramadan 2008, conçue pour mettre en avant les solutions financières, que propose Attijariwafa bank en Europe, et promouvoir les produits

et services dont les Marocains résidant à l'étranger ont besoin ou qu'ils utilisent pendant le mois de ramadan pour aider leurs proches restés au Maroc.

Le message est clair : « **Transmettez de l'argent gratuitement à vos proches au Maroc.** » Il est délivré du 27 août au 30 septembre.

Au programme, spots radio soigneusement ciblés et marketing direct. Une opération de *street marketing* consistant à distribuer des flyers dans tous les marchés communautaires, points de fréquentation de la communauté cible, est planifiée. En outre, un visuel avec une main tendue qui tient un cadeau, sera affiché dans tous les points de vente de la banque marocaine situés sur le territoire national.

« *Nous intégrerons aussi du web cette année : un pop-up d'explication de la campagne promotionnelle sur notre site www.attijariwafa.net avec des bannières cliquables sur des sites communautaires, une campagne de e-mailing, concourent à faire connaître la campagne* », explique Ingrid Azogui, responsable Marketing et Communication Europe d'Attijariwafa bank.

Une occasion de plus pour Paradox d'affirmer sa maîtrise des solutions de communication incorporant différents contenus et une individualisation à des segments très ciblés grâce à une adaptation fine à la chaîne de valeurs de ses clients.

A propos d'Attijariwafa bank. Premier groupe bancaire et financier du Maghreb et huitième au niveau africain, Attijariwafa bank bénéficie d'une assise financière solide, d'un capital de savoir-faire diversifié et d'outils d'expertise modernes, qui le positionnent aujourd'hui en acteur clé du développement économique marocain. Attijariwafa bank en chiffres : 624 agences au Maroc ; 35 points de vente à l'étranger ; 19 agences au Sénégal ; 103 agences au Tunisie ; 8196 collaborateurs.

Pour en savoir plus : www.attijariwafabank.com

A Propos de Paradox. Née en 1999, l'agence Paradox, propose un accompagnement ciblé et individualisé à tous ses clients vers la construction d'un mix inventif entre off et on line, médias et hors médias. Un saut créatif, technologique et stratégique qui a d'ores et déjà convaincu des annonceurs de différents univers : Banque Assurance, Distribution, marques alimentaires, Presse

Dotée d'une expertise reconnue en marketing et communication multicanal 360°, Paradox a conçu et développé en exclusivité des outils de communication performants tels que Verdict® (pré-tests automatisés), Scan marchés® (analyse et anticipation des tendances) et Tank® (Benchmark communication). Ceci pour optimiser la qualité du service client.

En 2007 l'agence Paradox a atteint une marge brute de 2 millions d'euros.... Prochain objectif croître de 15% et poursuivre son installation dans le paysage des agences nationales.

Pour en savoir plus : www.paradox.fr

Contacts

Relations presse ■ Agence C3M ■ Tél. : 01 47 34 01 15

Michelle Amiard, michelle.amiard@agence-C3M.com ou Cathy Lacides, cathy@agence-C3M.com

José Miceli, Directeur associé : 03 20 99 11 99, jmiceli@paradox.fr

PARADOX, Marketing et Communication Multicanal®

9 rue Mimerel, 59100, Roubaix - Tél. : + 33 3 20 99 11 99

36 avenue Hoche, 75008, Paris - Tél. : + 33 1 42 25 42 85 - www.paradox.fr

C3M, AGENCE DE RELATIONS PRESSE - Tél. : 01 47 34 01 15 - www.agence-C3M.com

RETROUVEZ LE DOSSIER DE PRESSE ET LES COMMUNIQUES SUR WWW.AGENCE-C3M.COM