

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le lundi 17 mars 2014

Une nouvelle campagne autour de la relation qui vient enrichir la signature de Fortuneo « J'aime ma banque ».

> La relation au cœur de la communication de Fortuneo

Depuis la création du « J'aime ma banque » en 2012, Fortuneo montre qu'on peut être une banque en ligne et proche de ses clients. Cette déclinaison créative joue sur le parallèle légèrement décalé entre la relation que Fortuneo entretient avec ses clients et une relation amoureuse.

Aujourd'hui, dans la continuité de son histoire et à travers cette campagne moderne et dynamique, signée par son agence J. (Groupe JWT), Fortuneo renforce sa dimension émotionnelle et met l'accent sur la confiance et le plaisir qu'elle entretient avec ses clients.

Dans un contexte de défiance vis-à-vis des banques, Fortuneo choisit de prendre le contre-pied avec une pointe d'impertinence et un ton léger.

« Avec cette évolution d'exécution créative, nous avons voulu valoriser la relation, qu'elle soit amicale, professionnelle ou sentimentale quel que soit son stade : la séduction, les premiers pas ou le quotidien » explique Claude Chaffiotte, Président de J.



> La satisfaction client, l'engagement de Fortuneo

A l'heure actuelle où la relation entre un client et sa banque est toujours décriée, cette nouvelle campagne vient illustrer l'attachement des clients pour Fortuneo qui sont aujourd'hui plus de 9 sur 10 à la recommander⁽¹⁾.

Régulièrement plébiscitée par la presse comme banque la moins chère, Fortuneo attache également une importance essentielle à la qualité de son service ; elle a été élue dernièrement meilleur service client online catégorie banque/finance par Qualiweb⁽²⁾ et première banque en ligne pour sa relation client par le cabinet Human Consulting Group⁽³⁾ en janvier dernier.

Pour regarder le nouveau film : <http://bit.ly/1gtab4E>

A propos de Fortuneo

Fortuneo a été créée en 2000. Elle devient banque en ligne en 2009 et propose aujourd'hui une offre complète de produits et services de bancassurance à destination des particuliers : compte bancaire, Bourse, assurance-vie, épargne et assurance auto. Fortuneo compte au 31 décembre 2013 plus de 260 000 clients pour 9 milliards d'encours en conservation.

Fortuneo est une filiale du Crédit Mutuel Arkéa : un acteur majeur de la bancassurance, présent dans l'ensemble des métiers de la banque, de la finance et de l'assurance.

Fortuneo Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 64 928 634 euros. Siège social : Tour Ariane – 5, place de la Pyramide 92088 Paris La Défense - RCS Nanterre 384 288 890. Courtier en assurance n°ORIAS 07 008 441.

Palmarès Fortuneo :

- Fortuneo élue banque en ligne la moins chère en 2014 par Mieux Vivre Votre Argent - février 2014⁽⁴⁾
- Fortuneo élue banque en ligne la moins chère par UFC Que Choisir - février 2014⁽⁵⁾
- Fortuneo élue banque la moins chère par Capital - novembre 2013⁽⁶⁾
- Trophée 2014 de la "Meilleure Relation Client online" Qualiweb dans la catégorie Banque-Finance⁽¹⁾
- Fortuneo classée première banque en ligne dans le palmarès 2014 de la relation client en France par le cabinet The Human Consulting Group⁽²⁾
- Fortuneo élue service client de l'année 2011, 2012, 2013 catégorie Banque en ligne par Viséo Conseil

Chiffres clés :

Plus de 9 clients sur 10 recommandent Fortuneo⁽¹⁾

65% des clients banque Fortuneo n'ont payé aucuns frais en 2013⁽⁷⁾

Retrouvez l'ensemble de l'actualité de Fortuneo sur le site Internet www.fortuneo.fr

Contact Presse

Tel : 01 41 97 76 76

[Mail : geraldine.duizabo@fortuneo.com](mailto:geraldine.duizabo@fortuneo.com)

⁽¹⁾91% des clients banques, baromètre Fortuneo mené par LH2 – Octobre 2013. ⁽²⁾ Edition 2014 : le Baromètre Qualiweb couvre un panel représentatif de 350 sites français, répartis sur 18 secteurs d'activités et compte près de 2500 e-mails mystères analysés sur une grille de plus de 20 critères. ⁽³⁾ Edition 2014 : Etude faite sur 3000 tests téléphoniques, 200 tests courriers, 600 tests e-mails, 1 728 000 tests internet et 200 tests Facebook. ⁽⁴⁾ Mieux Vivre Votre Argent, février 2014, 2 profils sur 3. ⁽⁵⁾ UFC Que Choisir, janvier 2014, 3 profils sur 3. ⁽⁶⁾ Capital, novembre 2013, 4 profils sur 7. ⁽⁷⁾ Données internes.