

The logo for Monabanq, featuring the word "monabanq" in a lowercase, sans-serif font. The "mona" part is in a bright green color, and the "banq" part is in a dark grey color. The logo is centered on a white rectangular background.

monabanq

MONABANQ

Banque – Finance – Assurance

Créée en octobre 2006, Monabanq propose aux particuliers une gamme complète de produits et de services bancaires et d'assurances (comptes bancaires, crédits, épargne et assurance-vie, assurances, bourse). Son service client est basé au siège, à Villeneuve d'Ascq, dans les Hauts-de-France. Première banque en ligne accessible sans condition de revenus, elle signe « Les gens avant l'argent » depuis 2015 et a remporté le concours « Elu Service Client de l'Année » 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 et 2024. Monabanq est une filiale de Cofidis Group qui est détenue majoritairement par Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

● **CHIFFRE D'AFFAIRES : N/A**

● **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

● **COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES : N/A**

MONABANQ

Les gens avant l'argent

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Dans un secteur bancaire souvent perçu comme froid et impersonnel, Monabanq réaffirme son engagement historique : Les gens avant l'argent. Pour se démarquer dans un marché ultra-concurrentiel, la banque choisit une approche visuelle et humaine en rupture avec les codes traditionnels. À travers des personnages en pâte à modeler façonnés à la main, la campagne pose sans filtre les vraies questions que chacun se pose sur l'argent, avec authenticité et empathie. Renforcée par un dispositif 360° ambitieux (TV, digital, affichage, presse, social media), cette prise de parole audacieuse vise à accroître la notoriété de Monabanq, recruter de nouveaux clients et valoriser son service client primé 7 fois consécutives.

09-2024 / 11-2024 - BUDGET : 7 000 000 €

Le budget comprend :

Conseil, prod et achats médias compris

PLEIN DE GENS SE DEMANDENT
QUOI FAIRE QUAND ON SE RETROUVE
À POIL LE 15 DU MOIS.



CONSEILLERS DISPONIBLES
EN MOINS D'UNE MINUTE

monabanq
les gens avant l'argent

*Catégorie Banque en ligne pour les particuliers - Etude BVA - Visio CI - Plus d'infos sur [monabanq.fr](https://www.monabanq.fr).
Monabanq agréée par l'ACPR, société anonyme à conseil d'administration au capital de 34 000 000 €.
Siège social situé 11 avenue Joffre, Paris de la Seine-Saint-Denis, 93500 Villepinte d'Alsace - RCS 514 000 000
Métropole 347 792 448, Intermédiaire en Assurance immatriculée auprès de l'Oras sous le numéro 07/028164.

**SEUVE CLIENT
2024**

MONABANQ

Les gens avant l'argent

POUR QUI ?

- Grand public : Tous ceux qui s'interrogent sur l'argent, sans distinction de statut ou de revenus.
- Cœur de cible : 25-49 ans, jeunes actifs et urbains.

COMMENT ?

- Concept créatif unique : Des personnages en pâte à modeler, créés à la main par Inès Pagniez, pour aborder les questions sur l'argent avec tendresse et authenticité.
- Dispositif 360° : TV (5 saynètes de 30s et 15s), VOL, affichage (1 000 emplacements JC Decaux, métro parisien), presse et digital.
- Approche différenciante : Une tonalité décalée et sincère, loin du jargon bancaire, pour créer un lien émotionnel avec le public.
- Stratégie digitale et social media : Une campagne amplifiée sur les réseaux sociaux pour engager les internautes et inciter à la discussion.

MONABANQ

Les gens avant l'argent

LES RÉSULTATS

- Notoriété : +8 points en notoriété spontanée sur la cible 25-49 ans.
- Trafic web : +20% de visiteurs sur le site.
- Conversion : +30% d'ouvertures de comptes sur la période.
- Engagement fort : Une réception positive du public et des médias, prouvant l'impact de ce positionnement authentique et inclusif.
- Large diffusion : TV, VOL (29 sept.-20 oct. et 3-17 nov.), affichage (18-24 nov.), digital et social media jusqu'à fin novembre.