

communiqué de presse

econocom

28 mai 2019

Econocom dévoile sa 1^{ère} publicité TV et renouvelle les codes de la communication sur le marché de la transformation numérique des entreprises

Paris, le 28 mai 2019 – Les utilisateurs sont le point de départ d'une transformation digitale réussie ! C'est le message de la dernière campagne publicitaire d'Econocom, acteur engagé de la transformation digitale, qui renouvelle les codes de la communication B2B pour mieux interpeler les décideurs et responsables des projets digitaux en entreprise.

Pour convaincre les DSI, DAF, CDO, Directeurs achats, CEO ou tout autre décisionnaire en entreprise, de lui faire confiance, la marque Econocom surprend dans une campagne publicitaire mêlant audace, créativité et expertise. Son film met en scène Léa, Directrice informatique, accueillie comme une superstar par tous les collaborateurs de son entreprise, qui mobilisent paparazzis, pom-pom girls, supporters body-painted et un « Lol cat ». Cette situation paraîtra encore plus surprenante pour les DSI qui éprouvent la pression d'une transformation digitale parfois mal vécue par les salariés.

Un dispositif de communication complet au service de la marque et de sa croissance a été mis en place pour accompagner et compléter la sortie de ce film notamment avec un partenariat de contenus avec Les Echos - Le Parisien Médias. Pour cela, Econocom s'est entouré d'un pool de partenaires complémentaires : l'identité de marque et la création publicitaire ont été confiées à Ellen Coopers Paris (production du film publicitaire : Wanda, réalisation : Curt&Stouff - The CABS), la tactique média à Génération Média, le brand content à MAYA press et la stratégie d'influence on et offline de la marque à Elan Edelman.

Louise Beveridge, Directrice de la marque Econocom, précise « Sortir des sentiers battus était essentiel pour faire émerger une marque B2B comme Econocom qui évolue sur un terrain de communication aussi encombré qu'est celui de la transformation digitale. Dès lors, nous avons misé sur la créativité et l'humour pour assurer d'un impact maximal auprès de nos cibles. En complément, nous avons mis en place un partenariat de contenus multi-canaux & long terme pour entretenir et renforcer le lien entre Econocom et ses clients, prospects et futurs talents. L'ensemble aboutit sur des prises de parole riches et affinitaires avec nos cibles. »

La campagne a débuté le 6 mai et se terminera le 10 juin :

- le film publicitaire est diffusé sur BFM TV et BFM Business (20 mai – 10 juin) ainsi que sur les réseaux sociaux et un ensemble de sites affinitaires ;
- en fil rouge, un partenariat de contenu est activé sur Les Echos.fr.
- des billboards ont été diffusés sur la chaîne de télévision LCI (6 mai – 30 mai), complétés par un habillage web du site interne et 6 interviews d'experts Econocom ;
- une présence dans les gares françaises et aéroports parisiens a été programmée du 15 au 20 mai ; à l'occasion du salon Vivatech 2019 ;
- des vidéos de success stories et du display complètent ce dispositif sur le web.

À PROPOS D'ECONOCOM

Econocom conçoit, finance et facilite la transformation digitale des grandes entreprises et des organisations publiques. Le groupe met en œuvre pour ses clients et avec eux, un numérique qui leur sert vraiment, et qui crée de la valeur durable. Experts à 360° de la transformation numérique, Econocom est le seul acteur du marché à combiner expertises technologiques et financières au travers de ses activités : le financement de projets, la distribution d'équipements et les services numériques.

Econocom c'est 10 800 collaborateurs, 3,0 milliards d'euros de chiffre d'affaires, 40 ans d'expérience et une présence dans 18 pays. Cotée sur Euronext à Bruxelles depuis 1986, l'action Econocom Group fait partie des indices Bel Mid et Family Business.

POUR PLUS D'INFORMATIONS

www.econocom.com

Suivez-nous sur Twitter

Contact Relations Presse :

audrey.desousa@elanedelman.com

Tél. +33(0)6 35 38 28 22