

ENTREPRISES

BMCE Bank lance une nouvelle campagne de communication

• Elle se décline sous la forme d'un film publicitaire diffusé à la télévision et plus tard dans la presse écrite

C'EST demain que BMCE Bank lance sa nouvelle campagne de communication sur les deux chaînes de télévision nationales.

La banque a opté pour une démarche innovante et originale employant le mode questions/réponses pour faire connaître les différents engagements de la banque. Toutes les activités du groupe y sont représentées, les nouvelles technologies, l'environnement, la communication, l'éducation et enfin l'enseignement. Réalisé à l'aide d'effets spéciaux très sophistiqués, le film, dont la durée est de 1 m 20, a nécessité un mois de tournage et deux mois de post-production et d'effets spéciaux. Le but étant de parvenir à des séquences qui frappent l'imagination. Objectif largement atteint.

Conçue par Low Shems et réalisée par Dounia Productions, cette publicité emploie un langage nouveau à la portée des différentes cibles de la banque et des images poétiques reliant tradition et modernité. "En soumettant ses services et réalisations aux questions d'un petit garçon, la banque entend montrer qu'on peut apporter des réponses simples à un environnement de plus en plus complexe", soulignait Brahim Benjelloun Touimi, directeur général de la banque.

Pour BMCE Bank, la satisfaction de leur clientèle est liée à l'élaboration de solutions simples. Ainsi, la communication se devait



"Les cinq volets d'intervention de la BMCE Bank: éducation, environnement, communication, international et nouvelles technologies sont représentés dans ce spot publicitaire", souligne Brahim Benjelloun Touimi, directeur général de BMCE Bank (Ph. Akisra)

d'y faire allusion par une symbolique et une créativité fortes, d'autant plus qu'elles s'expriment à travers les yeux d'un enfant.

Pour la diffusion de son spot, la banque a choisi, dans un premier temps, la télévision. Elle peut ainsi annoncer son message à une audience élargie en un temps minimum. La campagne se poursuivra par la suite à travers le cinéma (en décembre), la presse nationale et TV5 à partir de janvier 2003. Le spot sera diffusé en trois langues, arabe, français et berbère. Le film a coûté la bagatelle de 4,3 millions de DH.

Rappelons que la banque a reçu le 26 octobre dernier le prix Amcham-CGEM de l'entreprise citoyenne 2002 catégorie grandes entreprises, pour son engagement dans l'éducation dans le monde rural. Initiatrice du projet medersat.com, la fondation BMCE Bank compte financer mille écoles dans le milieu rural. Un programme similaire a été lancé au Sénégal. □

Fédoua TOUNASSI

Companies

BMCE Bank launches a new communication campaign

It will take the form of an advertising film broadcast on television, to be extended to the written press later

BMCE Bank launches its new communication campaign on the two national television channels tomorrow.

The bank has chosen an innovative, original, question-and-answer approach to put across its different areas of commitment. All the group's activities are represented, new technologies, the environment, communication, education and, finally, teaching. With very sophisticated special effects, the film lasts one minute 20 and took a month to shoot and needed two months' post-production and special effects. The aim was to show sequences which catch the imagination, a goal which was more than achieved. Designed by Lowe Shems and directed by Dounia Productions, this advertisement uses a new language comprehensible to the bank's different target populations and poetic images linking the traditional and the modern. "By subjecting its services and performances to the questions of a little boy, BMCE Bank wants to show that there can be simple answers in an increasingly complex world," says Brahim Benjelloun Touimi, CEO of the bank.

For BMCE Bank, customer satisfaction comes from simple solutions. This had to be evoked in the advertisement by powerful symbolism and creativity, expressed, as they are, through the eyes of a child.

The bank has chosen to broadcast its advertisement on television initially. It can thus convey its message to a wide audience in a very short time. The campaign will then continue in the cinema (in December), the national press and on TV5 from January 2003. The advertisement will be broadcast in three languages, Arabic, French and Berber. The film cost the trifling sum of Dh 4.3 million.

On October 26, the bank received the 2002 Amcham-CGEM corporate good citizenship prize for the large corporate category, for its commitment to education in rural areas. Through its medersat.com project, BMCE Bank Foundation plans to finance a thousand schools in rural areas. A similar program has been launched in Senegal.

Fédoua Tounassi

BMCE Bank's five areas of commitment: education, environment, communication, international banking and new technologies are represented in this advertisement," says Brahim Benjelloun Touimi, CEO of BMCE Bank