

Cofidis lance une web série en 5 épisodes pour combattre les préjugés par l'absurde

COFIDIS / WEB SERIE / PREJUGES / RAISONNEMENT PAR L'ABSURDE / PROXIMITE / EXCELLENCE RELATIONNELLE

Villeneuve d'Ascq, le 13 mai 2014 – En ligne avec sa volonté d'inviter à « changer de regard sur le crédit », [Cofidis](#) annonce le lancement d'une web série pour combattre, de façon plus générale, tous les préjugés.

Composée de cinq épisodes d'une minute chacun, elle sera diffusée sur [Youtube](#) et [Facebook](#) à partir du 13 mai 2014. Cette nouvelle campagne prend le parti de l'humour, pour rire des idées tenaces qui ponctuent souvent notre quotidien : « Le meilleur moyen de dépasser les préjugés, c'est encore de s'en moquer ! ».

Le spécialiste du crédit à distance réaffirme ainsi sa volonté de construire une relation de proximité et de connivence avec ses clients.



Les préjugés sont absurdes !

Comment expliquer par exemple que « les femmes ne savent pas faire un créneau » ? Ou encore que « les jeunes sont de gros flemmards » ? Cofidis propose, dans chaque épisode, une succession d'explications supposées logiques. Mais de ce raisonnement par l'absurde naît un empilement de réponses décalées, farfelues, fantasmées... et forcément drôles !

L'objectif est simple : **démontrer que le préjugé, tout comme son explication, est absurde et infondé.** Avec cette Web Série, **Cofidis tire ainsi le fil de sa campagne publicitaire et invite les internautes à changer de regard sur les choses, y compris sur le crédit.**

- > « [Les jeunes sont de gros flemmards ! Pourquoi ?](#) » : Cet épisode mélange avec légèreté les clichés véhiculés par les parents et les fausses bonnes raisons invoquées par les jeunes eux-mêmes pour buller...
- > « [Les femmes ne savent pas faire de créneau ! Pourquoi ?](#) » : Voici un cocktail détonnant des répliques machistes les plus répandues auxquelles Cofidis prend un malin plaisir à tordre le cou.



- > « [Les hommes ne pensent qu'au sexe ! Pourquoi ?](#) » : Entre théorie évolutionniste et analyses futuristes, cet épisode s'en prend à l'un des préjugés les plus coriaces à abattre : les hommes seraient obnubilés par le sexe. Une vidéo qui donne des explications vraiment absurdes à ce préjugé.
- > A venir le 26 mai, deux nouveaux épisodes « Pourquoi les mamies ont toujours des caniches ? » & « Pourquoi les hommes ne savent pas faire la cuisine ? », pour rire encore...



La web série : un format innovant pour susciter le partage

Cofidis joue sur le **format facilement accessible de la web série** pour s'adresser au plus grand nombre. En la diffusant sur [Youtube](#) et [Facebook](#), Cofidis mise sur la **virilité des contenus** pour générer le **partage** et la **conversation**.

En une minute, les épisodes vidéo plongent l'internaute dans un univers coloré, peuplé de personnages loufoques. Le trait de crayon, volontairement caricatural, souligne les défauts et renforce l'absurdité des scénarios. Le ton des épisodes, sympathique et chaleureux, renforce les **valeurs** portées par la marque : proximité, simplicité et innovation.

« La web série Cofidis s'inscrit dans la lignée des spots publicitaires 'Préjugés'. Notre ambition est d'éveiller la curiosité des internautes, de les faire rire et de les inviter à partager. Grâce à l'humour, nous souhaitons créer une connivence et les inviter à dépasser leurs préjugés », résume Sébastien Godin, Directeur Commercial de Cofidis.



Un plan média basé sur l'engagement

Cette campagne originale, imaginée par l'agence HEREZIE, sera diffusée sur internet à partir du 13 mai et pour une durée de 4 semaines.

Pendant toute la durée de diffusion de la web-série, le **dispositif média mixera visibilité et engagement à travers la diffusion de trailers et d'épisodes sur les grands carrefours d'audiences, [Youtube](#) et [Facebook](#).**

FICHE TECHNIQUE	
Annonceur	COFIDIS
Responsables annonceur	Sébastien Godin : Directeur Commercial Céline François : Responsable Marque, Prospection et CRM Virginie Clin : Responsable Conquête B to C et Marque Hélène Roussel : Responsable Communication Grands Média
Agence	HEREZIE
Responsables agence	Luc Wise, Julien Quidor dit Pasquet, Nicolas Roger
Directeur de la Création	Andréa Stillacci
Concepteur Rédacteur	Nick&Jack, Edouard Dorbais
Directeur artistique	Nick&Jack, Remi Arnaud
Directeur du digital	Renaud Fouilleul
Réalisateur	Jack Antoine Charlot
Responsable TV production	Blaise Izard
TV Producer	Barbara Vaira
Stratégie	Thibaut Ferrali
Maison de production	Passion Paris
Producteur	Marc Bodin-Joyeux
Production son	Diner au Motel
Producteur son	Stéphane Papin
Première date diffusion	13 mai 2014

À propos de Cofidis France

Avec 2 millions de clients et 350 enseignes partenaires, Cofidis est depuis plus de 30 ans l'un des principaux acteurs du crédit à la consommation en France (crédits renouvelables et prêts personnels, solutions de paiement, rachat de créances et partenariats).

Acteur fortement engagé dans l'accompagnement de ses clients, Cofidis s'appuie sur un conseil personnalisé, des outils & services innovants et la pédagogie du crédit pour faire du consommateur un acteur de son budget, informé et responsable.

Cofidis contribue également au dynamisme commercial des enseignes de distribution et sites e-commerce grâce à des solutions performantes et sur-mesure en matière de facilités de paiement (carte 4 étoiles, 1euro.com, 3xCB, crédit amortissable). Pour en savoir plus : www.cofidis.fr

À propos d'HEREZIE

Agence indépendante et pluridisciplinaire fondée en juin 2010 par Andrea Stillacci, Luc Wise et Pierre Callegari, HEREZIE compte à ce jour une trentaine de clients. Elle a été élue « Agence Indépendante de l'Année » en 2012. Pour en savoir plus : www.herezie.com

Contacts presse



Laetitia de Combarieu
ldecombarieu@hopscotch.fr
01 58 65 00 34

Lauriane Chalard
lchalard@hopscotch.fr
01 58 65 01 24