



LE CRÉDIT RESPONSABLE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Cetelem, 1^{er} acteur du crédit en France, à lancer une opération « facebook centric » :



**Cetelem franchit un nouveau cap dans sa communication digitale avec
l'opération « La Love Car ».**

**Un dispositif qui offre la possibilité aux Internautes de créer,
et, pourquoi pas, de gagner « la voiture de l'amour ».**

**Une action inédite qui permet au N°1 du crédit aux particuliers en Europe d'entrer
en relation avec les jeunes de 18-30 ans, toujours passionnés d'automobiles ...
à condition qu'elles riment avec « écologie »**

Paris, le 24 novembre 2010 – Cetelem, N°1 du crédit aux particuliers en France et en Europe, lance sa première opération « facebook centric » dédiée au public jeune : « La Love Car ».

Un dispositif réalisé avec l'agence TBWA\PARIS. Fort de l'intérêt croissant de l'audience pour sa nouvelle image de marque, Cetelem franchit un cap supplémentaire dans sa stratégie de communication digitale en exploitant tout le potentiel technique et communautaire du premier réseau social. Films viraux, une application Facebook inédite et la possibilité de gagner une voiture entièrement customisée par les participants Internautes, avec remise des clés au gagnant lors d'une cérémonie prévue en février 2011. Les Internautes ont jusqu'au 12 décembre pour proposer leur customisation sur Facebook.

Dans trois nouveaux films viraux, truffés de références aux vidéos buzz cultes des 10 dernières années, Franck, vendeur de crédits complètement « has been » veut apprendre la vie, et notamment comment séduire les filles, à son neveu Bruno. Franck ne doute pas un seul instant qu'avec son arme fatale, « la voiture de l'amour », les filles ne pourront que tomber comme des mouches. ..

Diffusés sur les chaînes Cetelem de Facebook (www.facebook.com/cetelem), Youtube, Dailymotion et Wat ainsi que sur Unruly Media et Beezik, les films renvoient vers la page Facebook de Cetelem, support principal de l'opération. En complément, Cetelem est à nouveau en télévision du 24 novembre au 4 décembre via un film qui renvoi vers le réseau social. L'opération sera également relayée dans les concessions automobiles partenaires de Cetelem.

Sur la page Facebook, à partir du 24 novembre, les Internautes pourront participer et tenter de gagner leur « Love Car », via une application inédite. L'idée étant de customiser virtuellement l'intérieur et l'extérieur d'une voiture puis essayer de la gagner.

Les éléments de customisation sont nombreux : tout d'abord 3 options d'intégration d'un lit deux places, suivi du choix de peinture, de motifs de décoration, mais aussi de tissus inédits pour l'intérieur, d'un choix de sono, d'audiovisuel jusqu'aux accessoires les plus indispensables (karaoké, fleurs, boule à facette...).

Par la suite, la communauté aura alors la possibilité de voter pour les meilleures customisations jusqu'au 12 décembre. Un jury déterminera la création gagnante parmi les 20 voitures préférées des Internauts. Le gagnant pourra alors choisir une voiture de son choix d'un montant maximum de 12 000 € et dont l'émission de CO2 est inférieure à 116 g /km. Enfin, la voiture passera du délire virtuel à un véhicule bien réel lors d'une cérémonie de remise des clés du véhicule-crédation gagnant en février 2011.

Cetelem a choisi de mettre en place ce dispositif afin d'entrer en relation avec les jeunes de 18-30 ans. Une tranche de la population qui est souvent éloignée de l'univers automobile pour des raisons économiques et cela malgré un véritable amour pour les 4 roues, à conditions qu'elles riment avec « écologie » ! En effet les jeunes sont encore absents du marché des achats de véhicules neufs. Selon la dernière édition de [L'Observatoire Cetelem de l'Automobile](#), l'âge moyen de l'achat d'une voiture neuve était de 51 ans, en 2009, en France, et seulement 11 % des jeunes conducteurs gouttent aux joies d'un véhicule de premières mains. Pourtant ils sont 78% à expliquer qu'ils n'imaginent pas se passer d'une voiture toute une vie et 83% à avouer adorer conduire. De son côté Cetelem soutien l'acquisition des véhicules propres avec des offres telles que celles en cours dans ses concessions¹ partenaires.

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Crédito Page Officielle'. The page features a green cartoon character with a 'C' on its chest. The main content is a contest announcement for 'La Love Car'. The contest instructions are as follows:

- 1 Cliquez sur "créer" pour personnaliser ta Love Car
- 2 Récolte le plus de votes pour tenter de la gagner !
- 3 Fais partie des 20 personnes qui ont le plus de vote et participe à la grande finale ! Un jury sélectionnera la voiture gagnante.
- 4 Laisse-nous 8 semaines pour la fabriquer et on t'envoie les clefs !

Below the instructions, there is a call to action: 'Clique ici pour commencer !' and an illustration of a white car with a red roof and a skeleton sitting in the driver's seat. The car is decorated with a red ribbon and a 'WOW' sign. The page also shows a list of friends who have liked the post, including Lucila Reynard, Roxane Philippe, Olivier Bougan, Franck Bourbon Pham Van, Magali Preud'ho mme, and Mathieu Cadot.

¹ Cetelem met à disposition de ses partenaires distributeurs automobile une opération spéciale du 2 octobre au 31 décembre 2010, de 2.50 % TAEG sur 12 mois jusqu'à 2.90 % TAEG sur 48 mois pour le financement en concession partenaire de tout véhicule neuf 100% électrique.

Mathilde Donovan
01 46 39 15 88
mathilde.donovan@cetelem.fr

Pascal Roussarie
01 46 39 91 30
pascal.roussarie@cetelem.fr

Le « Crédit Responsable® » dans les faits

Depuis 2004, Cetelem, filiale de BNP Paribas, N°1 du crédit aux particuliers en France et en Europe, multiplie les initiatives pour mieux informer le public sur son métier et sur son engagement pour le développement du crédit responsable®.

Dès 2004, via le film « batterie », Cetelem brave la culture commerciale du secteur pour expliquer qu'il sait aussi dire « non » dans l'intérêt des clients.

Par ailleurs, Cetelem a été le premier à promouvoir en hors média des services pédagogiques sur la pratique du métier : publication en toute transparence d'indicateurs sur ses taux de refus, taux d'incidents de paiements, etc... Création du site www.moncreditresponsable.com, mise en place du premier médiateur dédié à un organisme de crédit...

A propos de BNP Paribas Personal Finance :

Au sein du Groupe BNP Paribas, BNP Paribas Personal Finance est le spécialiste des financements aux particuliers via ses activités de crédit à la consommation et de crédit immobilier. Avec 29 000 collaborateurs dans plus de 30 pays et sur 4 continents, BNP Paribas Personal Finance est N° 1 en France et en Europe.

En activité en propre, BNP Paribas Personal Finance offre, au travers de ses marques commerciales Cetelem, Findomestic, AlphaCredit, une gamme complète de crédits aux particuliers accessibles soit sur le lieu de vente - magasins, concessions automobiles -, soit par ses apporteurs d'affaires référencés - courtiers, agents immobiliers, promoteurs -, soit en direct via ses centres de relation clients et Internet.

Parallèlement, BNP Paribas Personal Finance a fait du partenariat un métier à part entière qui s'appuie sur son savoir-faire pour proposer tout type d'offres de crédits et de services intégrées et adaptées à l'activité et la stratégie commerciale de ses partenaires. Ainsi BNP Paribas Personal Finance est partenaire de référence des enseignes du monde du commerce, des services, et des banques et sociétés d'assurances.

Il est aussi l'acteur de référence en matière de crédit responsable® .

Pour toute information : www.bnpparibas-pf.com - www.moncreditresponsable.com