



simplifier la vie

BETC

La Poste affirme le sens de sa transformation et révèle sa nouvelle signature : *Simplifier la vie.*

À mi-chemin de son plan stratégique « La Poste 2020, conquérir l'avenir », le Groupe La Poste révèle sa nouvelle plateforme de marque : *Simplifier la vie.* À partir du 17 septembre, le Groupe change de signature et lance une vaste campagne publicitaire pour expliquer à ses clients le sens de sa transformation et asseoir son ambition : **celle de jouer un rôle moteur dans la simplification du quotidien des Français.**

Signée BETC/Havas Paris, cette nouvelle campagne de marque donne ainsi à voir le rôle que La Poste joue au quotidien auprès de tous les Français avec une promesse forte : *Simplifier la vie.*

Réalisés par le duo français les We Are From LA, les spots TV diffusés à partir du 17 septembre, au cœur de la campagne, ont un parti-pris créatif qui marque une rupture avec les précédents films de la marque. En effet, La Poste a souhaité valoriser directement les bénéfices apportés par ses services et l'enthousiasme que ceux-ci peuvent susciter, au travers de la danse, le langage le plus universel qui soit.



Ma coloc est insupportable.

Avec Digiposte +
votre dossier de location est déjà
tout prêt dans votre mobile.



simplifier la vie

Dans la **campagne print**, ce sont les Français qui prennent la parole en accroche pour exprimer sur un ton drôle et décalé une situation ou un besoin du quotidien auxquels La Poste vient apporter une solution grâce à son offre de services.

Pour la musique, qui tient une place importante au sein de la campagne, La Poste a choisi un compositeur français. C'est le titre de **Jean-Louis Murat, Mashpotétisés**, qui a été retenu pour apporter rythme, légèreté et bonne humeur aux films.

« Notre nouvelle campagne de marque raconte le sens de notre transformation et l'ambition que nous avons de jouer un rôle moteur dans la simplification du quotidien des Français. Un rôle tellement évident qu'il en devient notre nouvelle signature : *Simplifier la vie* » déclare **Nathalie Collin, directrice générale adjointe du Groupe La Poste en charge du Numérique et de la Communication.**

« *Simplifier la vie* est sans doute le meilleur service que l'on puisse rendre à quelqu'un. Cela suppose de la proximité, de la confiance, de la compréhension. C'est la formulation ultime du rôle que La Poste joue au quotidien auprès des Français et un projet d'entreprise ancré dans l'ADN de la marque » ajoute **Rémi Babinet, président et directeur de la Création de BETC.**

Pour visualiser la campagne, cliquez [ici](#)
Pour télécharger [les visuels](#)

Une campagne TV centrale qui irrigue un dispositif 360 fort et des supports au plus près des Français.

En télévision, 8 spots (entre 15 et 45 secondes) sont diffusés du 17 septembre au 22 octobre 2017 sur les chaînes nationales, régionales et la TNT. Un concept décliné à partir du 18 septembre **en print** (presse quotidienne nationale et régionale, affichage métro, abribus, bureaux de poste, véhicules La Poste) et en **digital** (mobile, affichage digital métro et gare, réseaux sociaux ...).

Le Groupe La Poste

Société anonyme à capitaux 100 % publics, Le Groupe La Poste est organisé en cinq branches : Services-Courrier-Colis, La Banque Postale, Réseau La Poste, GeoPost, Numérique. Le Groupe est présent dans plus de 40 pays sur 4 continents. Chaque jour, les 17 000 points de contact de La Poste, 1er réseau commercial de proximité de France, accueillent 1,6 million de clients. La Poste distribue 23,265 milliards d'objets par an dans le monde (lettres, imprimés publicitaires et colis), 6 jours par semaine. En 2016, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 23,294 milliards d'euros, dont 22,4 % à l'international, et emploie plus de 250 000 collaborateurs. Plus proche, plus connectée, La Poste accélère sa transformation numérique en proposant une gamme de services autour de son rôle d'opérateur universel des échanges. Le Groupe La Poste, dans son plan stratégique « La Poste 2020 : Conquérir l'avenir » s'est donné pour objectif d'accélérer le développement de ses cinq branches et de conquérir de nouveaux territoires. Présente pour tous, partout et tous les jours, La Poste met le facteur humain et la confiance au cœur de la relation avec ses clients pour devenir la première entreprise de services de proximité humaine.

Contacts presse :

Service presse Groupe La Poste - 01 55 44 22 37 - service.presse@laposte.fr

Havas Paris - Aline Zalay - 01 58 47 83 77 - aline.zalay@havas.com

BETC - Charlotte Levy-Frébault - 01 56 41 38 42 - charlotte.levy-frebault@betc.com