



Boursorama Banque et Le Temps des Cerises – Japan Rags présentent l'opération "In The Pocket »

Boulogne-Billancourt, le 19 novembre 2014 – Boursorama Banque, la banque 100 % mobile, avec l'aide de BETC, son agence de communication, propose l'opération "In the Pocket" en partenariat avec Le Temps des Cerises - Japan Rags et offre 150€ de bons d'achat valables dans les magasins de la marque pour toute ouverture d'un compte courant Boursorama Banque accompagné d'une carte bancaire.*

Toutes deux nées en 1998, Boursorama et Le Temps des Cerises ont acquis en seize ans une légitimité incontestée dans leurs secteurs respectifs et partagent les mêmes valeurs d'innovation, accessibilité et satisfaction client.

C'est pourquoi BETC a imaginé un dispositif inédit ciblant les jeunes actifs urbains, clients de la célèbre marque de jeans, et illustrant de manière symbolique la mobilité et les services de Boursorama Banque.

Après l'achat d'un jeans dans l'un des magasins Le Temps des Cerises ou Japan Rags, chaque client aura la surprise de trouver, glissé au fond de la poche de son nouveau jeans, un mini-flyer en forme de smartphone sur lequel est inscrit « La banque 100% mobile est déjà dans votre poche ! Boursorama Banque vous offre 150€* en bons d'achat, valables chez Le Temps Des Cerises – Japan Rags , pour toute première ouverture d'un compte bancaire. »

Le dispositif est déployé jusqu'au 31 décembre dans les boutiques Le Temps des Cerises - Japan Rags.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.boursorama.com/inthepocket et visionnez le film de présentation de l'opération : <http://youtu.be/ULxdQ7UmMWg>

* Offre réservée aux client(e)s des magasins « Le Temps des Cerises » et « Japan Rags », effectuant une première demande d'ouverture de compte courant (individuel ou joint) Boursorama Banque et, concomitamment, une commande de carte bancaire entre le 13 novembre et le 31 décembre 2014, sous réserve des conditions spécifiques à l'offre :

80€ de bon d'achat valables dans les boutiques « Le Temps des Cerises » et « Japan Rags » pour toute première ouverture d'un compte bancaire Boursorama Banque, à valoir sur un achat d'un montant minimum de 90€ et 70€ supplémentaires de bon d'achat valables dans les boutiques « Le Temps des Cerises » et « Japan Rags » pour la commande d'une Carte Bancaire, soit un total de 150€ de bon d'achat à valoir sur un achat d'un montant minimum de 160€.

COMMUNIQUE DE PRESSE

A propos de BOURSORAMA

Boursorama, filiale du groupe Société Générale, est un acteur majeur de la banque en ligne en Europe avec 733 536 clients, 1 179 110 comptes en direct et 18,6 milliards d'euros d'actifs administrés à fin décembre 2013.

En France, Boursorama est la banque en ligne de référence : plus de 555 000 clients, à fin juin 2014, font confiance à son offre bancaire innovante, simple, pas chère et sûre. Son portail, www.boursorama.com, est classé n°1 des sites nationaux d'information financière et économique en ligne.

Le groupe Boursorama est actif au Royaume-Uni et en Espagne, sous les marques respectives Selftrade et Self Bank; en Allemagne, Boursorama est un acteur majeur dans l'activité de courtage et de la diffusion d'informations économiques et financières au travers de sa marque OnVista.

Retrouvez l'ensemble de l'actualité de Boursorama sur le site Internet : <http://groupe.boursorama.fr>

A propos de BETC

L'agence BETC, créée en 1994, est la première agence française de publicité.

Dirigée depuis mai 2007 par Stéphane Xiberras, Président et Directeur de la Création, elle a été fondée par Rémi Babinet et Mercedes Erra au sein du groupe Havas.

Créatrice de campagnes mondiales pour des marques incontournables telles que Air France, Evian, Lacoste, Petit Bateau, Peugeot, Disneyland Paris ou encore Aigle, BETC a produit 3 des 5 publicités télévisées françaises les plus populaires des 40 dernières années, pour Canal+ Evian et Mikado (Source : Libération, 2008). BETC est la 2ème agence la plus primée au monde et le film Le Placard de Canal+ est le plus primé au monde (Source : Gunn Report, 2010). En 2012, BETC a remporté le Grand Prix Film Craft au Cannes Lions Festival avec « L'Ours » de Canal+. Enfin le film CANAL+ L'Ours est le film TV le plus primé au monde en 2012 et est la publicité la plus primée depuis la création du Gunn Report.

A propos du Temps des Cerises – Japan Rags

Le Temps des Cerises, maître du jeans travaillé, vieilli, patiné, a su imposer son style, et se place, aujourd'hui, en véritable précurseur dans le délavage de la toile bleue. C'est ainsi que Le Temps des Cerises réunit authenticité du produit dans un esprit vintage, avec pour inlassable quête : le vieillissement naturel de la toile. Cette même recette a été appliquée sur la ligne dédiée aux hommes, Japan Rags.

Implantées sur tout le territoire à travers des multimarques et un réseau de boutiques en nom propre, Le Temps des Cerises et Japan Rags sont devenues deux marques de mode incontournables chez les 15-35 ans au positionnement moyen/haut de gamme dédiées à la femme, l'homme et l'enfant.

CONTACTS PRESSE

Boursorama

Service Communication

Tél : 01 46 09 48 96

service.comm@boursorama.fr

Publicis Consultants

Stéphanie Tabouis

Tél : 06 03 84 05 03

stephanie.tabouis@consultants.publicis.fr

BETC

Charlotte Lévy-Frèbault

Tél : 01 56 41 38 42

charlotte.levy-frebault@betc.com

Le Temps des Cerises – Japan Rags

Nicolas Faure

Tél : 01 40 26 90 84

n.faure@dogglab.fr
