



Banque Richelieu

L'esprit de conquête

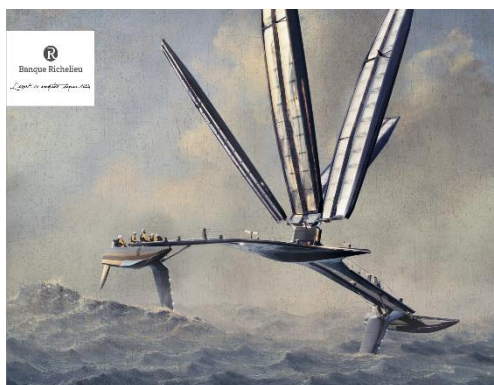
Communiqué de presse
Paris, le 3 janvier 2019

Banque Richelieu à la conquête du marché de la banque privée

A la faveur d'une ambitieuse campagne de communication qui débute aujourd'hui, Banque Richelieu part à la conquête de son marché en affirmant ses intentions, valeurs et principes d'action : l'esprit entrepreneurial et l'agilité.

La campagne, créée par le Groupe Havas, intitulée « **L'esprit de conquête depuis 1624** » a comme objectif d'installer la nouvelle marque issue de la réunion en juillet dernier de Banque Richelieu France, Banque Richelieu Monaco et Richelieu Gestion. [Lire le communiqué de naissance](#)

Elle tranche nettement et volontairement avec les codes de communication du secteur pour bien marquer sa volonté d'incarner une vision moderne de la banque privée sans renoncer aux valeurs intemporelles qui ont fait sa réputation et sa valeur, et qui sont dans la droite ligne de l'époque de Richelieu : sur mesure, excellence du service, esprit « maison », audace et agilité. [Lien sur le manifeste](#)



Visuels HD sur demande

Incarner l'intemporalité et l'immuabilité de l'esprit de conquête

Le logo et l'écriture manuscrite de la « base line » sont directement inspirés de l'héritage français, incarné par le luxe et l'histoire, tout comme le choix de l'antracite comme couleur et du monogramme.

Les visuels, 3 œuvres d'art à part entière, ont été créés en insérant un élément futuriste dans un tableau reprenant les codes de la peinture du Grand Siècle, le siècle du Cardinal de Richelieu. Une attention particulière a été apportée aux détails de ces tableaux (fond de tableau peint à la main, vieillissement de la toile symbolisé par un craquelage, insertion de la modernité par un travail autour des matières qui habillent les projets modernes...) pour créer un ensemble visuellement cohérent et symboliser la continuité de l'esprit de conquête depuis cinq siècles. C'est en effet cet esprit de conquête qui animait Richelieu lorsqu'il prit le pouvoir en 1624 pour bâtir un Etat moderne en France, c'est ce même esprit qui anime aujourd'hui les clients existants de Banque Richelieu ainsi que les équipes de Banque Richelieu, et c'est dans cet esprit que Banque Richelieu se développera en accompagnant les projets d'avenir de ses futurs clients.

« Avec cette campagne, nous affirmons assumer une autre vision de la banque privée. Une vision capable d'accompagner tous les projets d'avenir de nos clients qui n'oppose plus le passé et le futur et concilie, au sein de nos pratiques et expertises, des publics issus d'univers différents et qui tous réclament des services haut de gamme. Forts de notre expérience, de nos savoir-faire et de ces nouveaux codes, nous partons à la conquête du marché français et international, avec l'ambition de devenir rapidement une plate-forme européenne de banque privée et de gestion d'actifs de premier plan » précise **Philippe de Fontaine Vive**, Directeur Général de la Compagnie Financière Richelieu.

Encadré technique sur la campagne

Campagne réalisée par le Groupe Havas

Crédits illustration : Antoine Magnien (création 3D) et Jean-Marie Vivès (matte-painting)

Durée : 6 mois, France, Monaco et International

Affichage : 2 bâches à Paris en miroir sur les quais à partir du 3 janvier pour 31 jours (Musée du Louvre et Institut de France). 1 bâche à Lyon (Place Bellecour) à partir du 3 janvier pour 33 jours.

Média : une campagne pour 6 mois à partir du 7 janvier en print et web, médias professionnels, spécialisés et généralistes, France et International sur des supports puissants représentant un bon mix média.

À propos de Banque Richelieu

Banque Richelieu est la marque sous laquelle communique la Compagnie Financière Richelieu, holding française née le 9 juillet dernier, détenue à 100% par la SGBL, Société Générale de Banque au Liban, acteur de référence dans le monde bancaire depuis 1953. Cette nouvelle plateforme de banque privée et de gestion d'actifs est composée de Banque Richelieu France, Banque Richelieu Monaco et Richelieu Gestion. Plus d'informations : banquerichelieu.com

Contact presse :

Agence Hopscotch Capital

Valérie Sicard

Tel : +33 (0) 1 58 65 00 72

vsicard@hopscotchcapital.fr

Banque Richelieu

Claire Luzinier

Directrice Communication & Marketing

Tél : +33 (0)1 42 89 79 31

claire.luzinier@banquerichelieu.com