IDENTITÉ VISUELLE

Calyon s'offre un nouveau nom et le concours de Sean Connery

Depuis le 6 février, Calyon est devenu Crédit Agricole Corporate & Investment Bank. C'est l'occasion pour l'entité nouvellement rebaptisée de mettre en avant ses quatre métiers stratégiques :

– *coverage* et banque d'investissement ;
– activités de marché ;
– financements structurés ;
– courtage.

Ce changement de nom est appuyé par une campagne de presse qui rappelle ses fondements : tournée vers les besoins de ses clients, au service de l'économie réelle et de l'utilité sociale. Sean Connery prête sa voix et son image pour l'ensemble de la communication internationale du groupe sur la marque Crédit Agricole. Cette vague de publicités est doublée d'une campagne sur les métiers stratégiques de Crédit Agricole Corporate and Investment Bank. Elle a démarré à l'international, notamment dans le *Wall Street Journal* et le *Financial Times*. En France, le relais dans la presse spécialisée hebdomadaire se fera pendant quatre semaines à partir de début mars 2010. Cette campagne a pour but, selon Anne Robert, responsable de la communication externe, de « *nourrir les métiers de Crédit Agricole Corporate & Investment Bank et d'en affirmer les valeurs* ».