

Le Soir

23.10.2007

Page: 38

Circulation: 116944

83cb0

227

LE SOIR

Publicité / Vidéo comique pour ING et jeux en ligne pour Keytrade

# Les banques, c'est pas toujours du sérieux



CE MINI-SITE ([www.i-needtogo.com](http://www.i-needtogo.com)) permet à l'internaute de satisfaire ses besoins naturels sans quitter son clavier. D.R.

On les croyait engoncées dans leur col blanc. Les banques tendent à prouver qu'elles peuvent elles aussi se saisir de la communication interactive de façon ludique, voire scatologique.

Assez étonnamment, c'est ING, à la communication jusqu'ici plutôt formelle, qui s'y colle en lançant un mini-site ([www.i-needtogo.com](http://www.i-needtogo.com)) sur lequel l'internaute pourra satisfaire ses besoins naturels sans quitter son clavier. Une fois connecté à ce petit endroit, il peut choisir entre les toilettes pour hommes ou pour femmes et pour le type de « commission » qui l'intéresse.

Le petit film, réaliste, au point d'en être drôle et sans sombrer

dans le cloaque, se termine forcément par le passage chez la préposée aux toilettes. Et là, bonne surprise : c'est gratuit. Comme l'est d'ailleurs le compte ING Lion account.

Voilà donc où on voulait en venir. Et pour tenir l'internaute en haleine jusque là, rien de tel que du pipi-caca, ont estimé la banque au lion et l'agence Emakina qui a créé la campagne.

« Dans la vie réelle, il faut payer pour des choses parfois particulièrement énervantes », constate Bruno Brusselmans, responsable du marketing interactif

chez ING.

« Pour garer sa voiture ou

pour aller aux toilettes. Sur l'internet, plein de choses sont gratuites, y compris l'accès aux toilettes et plus sérieusement un compte à vue géré en ligne. »

Par cette communication, ING veut se risquer sur des territoires inexplorés jusqu'ici et toucher de la sorte des consommateurs qui sont plus difficilement accessibles par les campagnes de média classiques en télé ou en cinéma que la banque fait par ailleurs. « On cherche à recruter de nouveaux clients et à exposer un produit qui a été lancé en mai dernier. La seule différence est qu'on le fait par la bande. »

La bande, c'est entre autres la blogosphère, qui sera informée

de l'existence de ce mini-site. Les blogueurs apprécieront (ou pas) cet humour potache. Ils peuvent d'ailleurs placer des toilettes virtuelles sur leur blog et créer ainsi le buzz espéré. Uniquement s'ils en ont envie. ■ ISABELLE DRESSE

