



*Communiqué de presse*

24 octobre 2024

## **Cdiscount déploie une campagne média pour installer sa nouvelle identité de marque**

**Bordeaux, le 24 octobre 2024 – Après avoir révélé sa nouvelle identité de marque en juin dernier, Cdiscount a franchi une nouvelle étape en lançant une vaste campagne média le 20 octobre 2024. Cette campagne vient ancrer la nouvelle image de l'enseigne auprès des Français ainsi que sa signature « Des prix bas qui ont de la voix », tout en mettant en avant les engagements de l'entreprise en faveur du pouvoir d'achat et d'une consommation plus responsable.**

La nouvelle campagne de Cdiscount a été élaborée en partenariat avec l'agence Havas Paris, qui a conçu les films publicitaires et leur déclinaison sur les autres supports visuels. C'est une campagne qui, par ses codants et sa tonalité, incarne la nouvelle plateforme de marque et réaffirme la personnalité de Cdiscount. Celle d'un e-commerçant français qui, avec son approche militante et optimiste, donne accès aux consommateurs à un large choix de produits à prix bas, de qualité, ainsi qu'à des produits plus responsables – plus économes en énergie, reconditionnés, plus réparables ou encore fabriqués en France.

Depuis le 20 octobre, les Français peuvent découvrir les nouvelles publicités Cdiscount diffusées sur les chaînes de télévision, notamment sur TF1 et M6. Elles sont aussi relayées sur des plateformes de vidéos en ligne et sur les réseaux sociaux. En plus de ce dispositif, des actions d'affichage et des spots radio viendront renforcer la visibilité de la marque à des moments-clés, notamment autour des offres spéciales de fin d'année.

***« Porte-voix de notre refonte de marque, l'objectif global de la campagne est d'accroître notre notoriété et de renforcer le réflexe Cdiscount, d'abord auprès de notre cœur de cible, principalement les familles, tout en boostant notre visibilité auprès des étudiants et des jeunes actifs. Cdiscount c'est moins cher, malin et engagé ; nous avons à cœur de le faire entendre aux consommateurs français. »*** déclare Marine Hummel, Directrice de la marque chez Cdiscount. ***« Notre stratégie média marque à ce titre une étape clé dans la reprise de notre narratif, en valorisant nos atouts dans un contexte toujours marqué par l'inflation et les problématiques environnementales ».***

Avec cette stratégie, l'enseigne réaffirme ses valeurs et son positionnement d'alternative française crédible face aux géants internationaux du e-commerce, tout en restant fidèle à son engagement d'offrir des prix compétitifs et accessibles.

Vous trouverez ci-après un lien de visionnage pour prendre connaissance du spot publicitaire : <https://www.youtube.com/watch?v=PX1m7ycu4Ug>

**A propos de Cdiscount :**

*Cdiscount.com est une filiale du groupe Casino. Leader français de e-commerce, expert de la tech et de l'IA et pionnier du numérique responsable, l'entreprise basée à Bordeaux compte à ce jour plus de 2300 collaborateurs. Engagé depuis 2021 dans une transition de modèle hybride – vente en propre et vente en marketplace – Cdiscount compte plus de 14 000 commerçants partenaires au soutien de son catalogue large de 80 millions de produits. Pionnier du e-commerce responsable, Cdiscount s'engage au service de tous pour redonner aux consommateurs le pouvoir de choisir en proposant une offre large et de qualité tout en les accompagnant à mieux consommer.*

**CONTACTS PRESSE**

Vae Solis Communications - [cdiscout@vae-solis.com](mailto:cdiscout@vae-solis.com) – 06 60 90 69 72

**Direction de la communication**

Elody RUSTARUCCI – [elody.rustarucci@cdiscout.com](mailto:elody.rustarucci@cdiscout.com) – 06 18 33 17 86

Tatiana KONDÉ – [tatiana.konde@cdiscout.com](mailto:tatiana.konde@cdiscout.com) – 06 31 18 26 94

**Suivez notre activité institutionnelle**

