

POUR RÉVÉLER
LA QUALITÉ
D'UNE MARQUE,
IL Y A UN SIGNE
QUI NE TROMPE PAS.



LA SÉRÉNITÉ CERTIFIÉE

JANVIER 2015
LANCEMENT
D'UNE
NOUVELLE
CAMPAGNE

NF REPREND LA PAROLE

Dans un contexte où la profusion de repères d'achats entraîne la confusion des consommateurs, NF reste un gage de qualité et de fiabilité.

Le logo NF est une marque au service des Marques valorisant leur engagement et leur

performance. C'est pourquoi la certification NF - produits, services et environnement - décide de porter à la connaissance du plus grand nombre les valeurs de sa certification et reprend la parole.



AVEC UN DOUBLE OBJECTIF DE COMMUNICATION

SENSIBILISER
LES CONSOMMATEURS...

Faire de NF une évidence en matière d'achats :

- **Réactiver sa notoriété** auprès du grand public
- En faire **une garantie incontestable** de fiabilité et de sécurité.

... POUR MIEUX MOBILISER LES PROFESSIONNELS

Faire de NF un outil de compétitivité économique :

- **Créer un « réflexe certification »** et augmenter le nombre de produits et de services certifiés
- **Soutenir l'activité** des partenaires et des organismes mandatés
- **Accompagner et valoriser les professionnels** dans leur démarche de certification.

GRÂCE À UN NOUVEAU TERRITOIRE ET UNE SIGNATURE

Plus qu'une simple campagne, c'est tout un territoire graphique qui a été développé afin de permettre une nouvelle mise en scène des logos NF. Une étiquette qui fait bénéficier d'un plus grand impact sur tous les supports et dans toutes les situations.

La signature est là pour faire connaître le métier de certification et se concentre sur un bénéfice unique : la sérénité.



Ce territoire représente une opportunité de déploiement et donc de visibilité plus large via les Marques certifiées et les distributeurs.

EXEMPLES :

Cosignature dans les campagnes de communication



Stop rayon dans les magasins de distribution



Visibilité produit



UN FILM TV HUMORISTIQUE ET DÉCALÉ

AVEC UN MESSAGE SIMPLE POUR
FAIRE DE LA CERTIFICATION NF,
LA RÉFÉRENCE ÉVIDENTE :

“

Tous les jours, nous avons besoin de gages de confiance
dans nos achats, autant faire le choix de produits
et services certifiés NF et ainsi être serein.

”



AVEC UN PLAN MÉDIA PUISSANT

EN TV, + DE 135 MILLIONS DE CONTACTS À PARTIR
DU 25 JANVIER ET PENDANT 3 SEMAINES

- 691 passages sur 8 grandes chaînes nationales
- 80 % des 25/59 ans touchés par la campagne, 5 fois en moyenne
- plus de 60 % de passages après 19 h



>> 1^{er} passage : dimanche 25 janvier sur TF1 à 20h40 avant la météo.

EN VIDÉO EN LIGNE, POUR COMPLÉTER LE DISPOSITIF :

La campagne sera diffusée auprès des dirigeants d'entreprises, décideurs économiques et artisans commerçants en achat d'audience via une liste large de sites, parmi lesquels :



>> Au total, près de 4 millions de contacts.

DES ANNONCES PRESSE

Elles sont là pour réaffirmer le rôle de révélateur de qualité de la certification NF pour toutes les Marques qui ont fait le choix de promouvoir la performance et la qualité de leurs produits et services. Générique dans son expression première, elle sera déclinable par produits et services certifiés NF.



QUOTIDIENS

LesEchos

26/01, 28/01,
29/01 et 30/01

LE FIGARO

26/01 et 28/01

HEBDOMADAIRES

Challenge

29/01 et 5/02

**L'USINE
NOUVELLE**

29/01 et 5/02

LE MONITEUR

30/01

MENSUEL

**Enjeux
LesEchos**

février 2015

ET UN CHAMP DIGITAL REMIS AU GOÛT DU JOUR

- Un **site internet** marque NF simplifié pour les consommateurs et les professionnels
- La création d'un **compte Twitter** @marquenf pour renforcer le lien avec les consommateurs et les professionnels.

www.marque-nf.com



LA FORCE D'UN RÉSEAU

Parce qu'on ne certifie pas une prise de courant comme un canapé, ou les services d'un déménageur comme de la peinture, il n'y a pas 1 mais **13 organismes de certification qui délivrent NF**. Déjà plus de **30 000 produits et services** affichent le logo NF.

C'est ensemble que nous porterons haut et fort les valeurs de la certification NF.

