

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

GÉMO choisit Saatchi & Saatchi France pour porter sa communication dès la rentrée 2024 !



Paris, le 20 août 2024

Au terme de plusieurs semaines de compétition, Gémo fait confiance à Saatchi & Saatchi France pour concevoir sa **nouvelle signature** et lancer sa **nouvelle campagne de marque**.

Né en 1991 au sein du Groupe Eram, Gémo habille 1 français sur 6 depuis plus de 30 ans ! Le nom de l'enseigne vient de l'association des prénoms des parents du fondateur de l'enseigne Xavier Biotteau « **G**érard et **S**imone » et clame dès lors son ADN fort « on n'a pas fini de vous simplifier la vie ». Fort des valeurs de simplicité, de responsabilité et d'ouverture d'esprit, Gémo a pour ambition de devenir l'enseigne préférée des familles. Aujourd'hui, Gémo est le seul one-stop-shop, qui regroupe sous le même toit chaussures et textile, et qui habille et chausse toute la famille. Le maillage national avec 400 magasins offre proximité et accessibilité et permet de faciliter la vie de toutes les familles.

La nouvelle signature lancée à la rentrée 2024 permet de faire évoluer la promesse vers une vision plus « client centric ». Gémo évolue vers un rôle de facilitateur, de complice, une posture d'enseigne qui a les épaules pour devenir l'allié des familles au quotidien. Un point de vue différenciant, plus singulier et propriétaire, qui met en avant une vie de famille plutôt rock'n'roll, parfois éprouvante, totalement dans la vraie vie mais toujours avec bienveillance et légèreté. Ce territoire est on ne peut plus justifié par l'Observatoire des familles qui permet à l'enseigne d'écouter, de comprendre et d'adapter son offre aux besoins des familles. En résultent pour preuve la naissance de « produits malins » offre co-construite entre Gémo et les familles.

SAATCHI & SAATCHI

Saatchi & Saatchi France a proposé une signature porteuse de sens « **Gémo, taillé pour la vie de famille** » mise en scène à travers une campagne, véritable ode à la Vie de Famille, la vraie et qui collectionne les moments universels, captés avec subtilité, humour et tendresse par Gémo.

Cette campagne on et off, identitaire, identifiable et différenciante, apporte un regard neuf sur Gémo : elle renforce la fierté d'appartenance des clientes fidèles et devrait également séduire les mamans trentenaires. Cette prise de parole prend vie... dans la vraie vie, et s'affichera dans les magasins, sur le site gemo.fr, sur les réseaux sociaux, en media, etc.

A propos de Saatchi & Saatchi France

Chez Saatchi&Saatchi France, nous sommes persuadés que de meilleures conditions de travail permettent de faire du meilleur travail. Nous y croyons tellement que nous avons décidé d'en faire notre positionnement : **Greater work comes from great place to work.**

Et c'est aussi pour ça que de grands clients tels que SFR, Playstation, Matmut, Burger King, VISA ou P&G nous font confiance depuis de nombreuses années.

Gémo travaillait déjà avec Publicis France via Epsilon dans le cadre de son nouveau programme de fidélité ancré dans le local.

Linkedin : <https://www.linkedin.com/company/saatchi-saatchi-france>

Twitter : <https://twitter.com/saatchifrance>

Facebook : https://www.facebook.com/saatchifrance/?ref=page_internal

Contact Presse

Nadja MASSINOT

Head of Communications – Awards Manager

Nadja.massinot@saatchi.fr

Tél. : 0673281850

