

Paris, le 30 mars 2017  
Communiqué de presse

**Indigo joue la carte de la connivence pour rappeler les fondamentaux de ses parkings : accueil, propreté, assistance et sécurité.**  
**La nouvelle campagne imaginée par Aristophane se décline autour de 4 affiches, déployées dans plus de 500 parkings Indigo en France et à l'international.**

Indigo, leader mondial du stationnement et de la mobilité urbaine joue la carte de l'humour et de la complicité avec ses clients dans une campagne d'affichage valorisant le travail de ses équipes sur les thématiques de la propreté, de l'accueil, de l'assistance et de la sécurité. Signée par l'agence Aristophane, elle met en scène avec humour et bienveillance nos comportements du quotidien en voiture pour montrer l'attention portée aux clients utilisateurs des parcs de stationnement. Quatre créations ont été réalisées et seront affichées dans plus de 500 parkings Indigo en France et à l'international dès la fin du mois de mars 2017.

### Valoriser le travail des équipes de terrain

L'excellence opérationnelle est un enjeu clef pour Indigo et la satisfaction client au cœur des préoccupations de l'entreprise. Proposer le meilleur service en termes d'accueil, de propreté, de maintenance et de sécurité pour un parcours client agréable et sans couture est le souci des équipes de terrain au quotidien. Cette campagne a pour objectif de valoriser leur travail et montrer qu'Indigo est là pour ses clients.

#### La propreté



#### L'accueil



## L'assistance



## La sécurité



## Une campagne en connivence avec ses clients

Personnes seules, couples ou familles, nos clients ont mille visages mais beaucoup peuvent se retrouver dans certains comportements en voiture. Qui n'a jamais chanté son morceau préféré au volant ? Qui n'a jamais fait un trajet avec son enfant qui boude à l'arrière du véhicule ? Qui n'ait jamais resté dans sa voiture, garé au parking pour faire une déclaration d'amour... ?

« Pour parler d'excellence opérationnelle, il nous a semblé naturel de centrer cette campagne sur nos clients, de montrer que nous les comprenons et que nous agissons pour améliorer leur expérience client. C'est sous cet angle de connivence et d'affinité, en montrant des situations du quotidien avec humour que nous avons souhaité rappeler l'essentiel : vous n'êtes pas seuls, nos équipes INDIGO sont là pour votre confort et votre sécurité au quotidien. » Benjamin Voron, Directeur de la Communication

## Une diffusion grand public

La campagne sera déployée dans plus de 500 parcs de stationnement Indigo en France et à l'international à la fin du mois de mars 2017. Des relais seront prévus sur le digital, sur les sites officiels de la marque ainsi que sur twitter.

**Contacts Presse****Indigo**

Claire-Lise Bearenault 01 49 03 12 79

[Claire-lise.bearenault@parkindigo.com](mailto:Claire-lise.bearenault@parkindigo.com)

**Rumeur Publique**

Audrey Noël – Aurore Dupuy

01 55 74 52 03 | [Indigo@rumeurpublique.fr](mailto:Indigo@rumeurpublique.fr)

**A propos d'Indigo :**

Indigo est un Groupe français, leader mondial du stationnement et de la mobilité individuelle, qui emploie 18000 personnes dans 17 pays et plus de 500 villes. Il est le seul opérateur du secteur à être présent sur trois continents et sur tous les types de stationnement : voirie, parcs en ouvrages, parcs privés mutualisés. Indigo exploite plus de 4600 parkings dans le monde, avec plus de 2.3 millions de places de stationnement, et plus de 2500 km de voirie. Indigo accompagne les collectivités et les acteurs privés (hôpitaux, centres commerciaux, gares, aéroports...), et développe des offres de stationnement personnalisées pour les utilisateurs, tout en rendant la ville plus agréable et plus fluide. Dans un marché de la mobilité en plein essor, estimé à 100 Mds€ en 2025, Indigo est un acteur clé de la mobilité du futur. INDIGO. Place au futur. [www.parkindigo.com](http://www.parkindigo.com)

**A propos d'Aristophane :**

Aristophane est une agence de communication éditoriale, narrative et créative.

La marque est un récit et tous les jours nous cherchons à le révéler. Notre raison d'être est de retrouver de la nouveauté et de la singularité à chaque projet. Car c'est avec une (bonne) histoire que toute (bonne) communication commence.

[www.aristophane.com](http://www.aristophane.com)

LinkedIn - YouTube - Twitter

Prix Stratégies 2016, 2015, 2013, 2012, 2011, 2010

TopCom Corporate 2015, 2014, 2011

Prix Communication & Entreprise 2016, 2014, 2013, 2012