

O2 lance une nouvelle campagne de notoriété valorisant son engagement envers le mieux-vivre à domicile pour tous

Cette campagne ambitieuse met en avant son engagement pour le mieux-vivre tant de ses clients que de ses collaborateurs. En mettant en lumière les valeurs humaines et l'expertise de la marque, cette initiative reflète l'attention constante qu'O2 porte à faire "respirer" le quotidien de chacun.

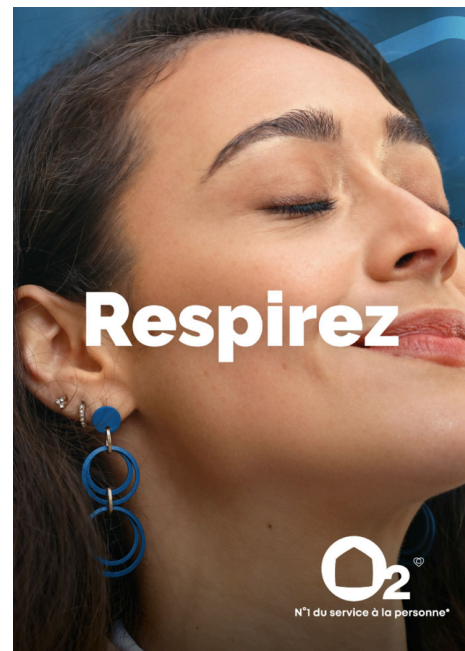
Depuis sa création en 1996, O2 est devenu le leader du service à la personne en France.¹ Grâce à **près de 600 agences** et de 16 000 professionnels dévoués, O2 soulage le quotidien de 95 000 familles en offrant des services variés tels que le ménage, le repassage, la garde d'enfants, l'aide aux seniors, l'accompagnement des personnes en situation de handicap, le jardinage, le bricolage, le soutien scolaire, ou encore des travaux.

Respirez, O2 est là !

Consciente des évolutions sociétales, O2 continue d'innover en ancrant sa nouvelle campagne dans le quotidien de ses clients. Le but ? **Valoriser tant ses « experts » que les bénéfices concrets des prestations.** Cette campagne incarne la position d'une marque **universelle, inclusive et pertinente** au quotidien.

La signature de marque "*Respirez, O2 est là*" est au cœur du message. Cette signature historique de la marque reflète la mission fondatrice d'O2 et symbolise sa posture de partenaire du quotidien pour toutes les vies : celles des célibataires ou des familles, des parents, des grands-parents, des citadins ou des ruraux, et bien sûr, des experts O2.

Pour incarner ce message de mieux-vivre et de bien-être, O2 a retravaillé son identité graphique et son identité sonore. Les visuels, empreints de sourire et de sérénité, incarnent les bienfaits de son offre multi-expertise qui soulage le quotidien des familles tout en garantissant à ses collaborateurs un emploi stable qui a du sens. Les plans métiers, filmés de haut, symbolisent la légèreté et la perspective gagnées par les clients grâce à l'intervention d'O2.



¹ Baromètre de marque – étude Occurrence janvier 2024

Un volet essentiel de cette campagne est dédié au recrutement des 3 500 experts recherchés par la marque. Ce volet met en avant les nombreux avantages offerts aux collaborateurs : horaires adaptés, formations, évolutions possibles, et la satisfaction de s'engager dans un métier porteur de sens, dédié au soin des autres.

Pour maximiser l'impact de cette campagne et toucher un large public, O2 mise sur un dispositif multicanal à l'échelle nationale, combinant télévision, radio, affichage en gares et annonces en ligne.

Charlotte Fessou, Directrice de la communication du groupe Oui Care et de la marque O2 : *“Cette campagne marque notre singularité et elle s'inscrit dans la continuité des actions et de nos messages. Nous souhaitons dire aux familles que les agences O2 sont là pour soutenir leur foyer, pour les libérer des tâches du quotidien et de leur charge mentale. Nous souhaitons aussi continuer à mettre en avant nos collaborateurs qui portent une attention particulière à chacune des familles que nous accompagnons.”*

Avec cette nouvelle campagne, O2 réaffirme son engagement envers ses clients et collaborateurs, en soulignant les valeurs humaines et l'expertise qui font sa force. En investissant dans une stratégie de communication multicanal, la marque s'assure une visibilité optimale pour toucher le plus grand nombre et attirer de nouveaux talents.

Contacts presse O2 / Groupe Oui Care :

Apolline Riblier : 06 63 07 57 70 / apolline.riblier@ouicare.com
Hugo Pichot : 07 89 28 96 99 / h.pichot@agence-influences.fr

À propos d'O2 :

Créée en 1996, O2 est aujourd'hui le leader des services à domicile en France et se distingue comme une entreprise à mission. Multispécialiste et tiers de confiance des familles, O2 propose des services sur mesure au domicile des particuliers : entretien du domicile, entretien du linge, préparation des repas, garde d'enfant, soutien scolaire, jardinage, bricolage, accompagnement des seniors et des personnes en situation de handicap. O2 propose également des services de ménage aux professionnels. Avec un réseau d'environ 600 agences et plus de 16 000 collaborateurs, O2 a réalisé un chiffre d'affaires de 297 millions d'euros en 2023. Grâce à une stratégie reposant sur le professionnalisme des intervenants et la qualité des prestations, l'enseigne est devenue en 25 ans l'oxygène du quotidien de près de 95 000 familles. O2 est une marque du groupe Oui Care, et s'engage chaque jour à améliorer la qualité de vie de ses clients et de ses collaborateurs, en plaçant l'humain au cœur de son action.