Facturation électronique : Indy dédramatise la réforme avec sa première campagne d'affichage nationale

Lyon le 17 juin 2026 - Indy lance sa première campagne d'affichage nationale et choisit l'humour pour préparer les indépendants à la facturation électronique, obligatoire dès le 1er septembre prochain. Une prise de parole rose , déployée dans cinq métropoles, qui transforme une contrainte réglementaire en message léger, et rappelle qu'avec Indy, le passage est simple et gratuit.

Depuis le 15 juin, Indy s'affiche pour la première fois dans l'espace public. Le dispositif, déployé avec JCDecaux à Lyon, Bordeaux, Nantes et Marseille ainsi que dans le métro parisien, marque une étape pour la marque qui accompagne les indépendants et les entreprises dans leurs obligations administratives et comptables.

L'enjeu : la facturation électronique devient obligatoire à partir du 1er septembre. Une échéance encore mal identifiée par beaucoup d'entreprises, et spontanément associée à la complexité. Indy a fait le choix inverse, la dédramatiser.

Une campagne qui se décline en métro et abribus dans 5 villes

Le parti pris créatif assume le décalage. Sur fond rose franc et identifiable, dans une direction artistique punchy, les accroches dialoguent avec leur propre support. Sur un abribus : *"Le ticket de bus est obligatoire, la facturation électronique aussi. Devinez lequel est gratuit ?"* Sur un quai de métro : *"Votre métro arrive dans 3 min ? Pile le temps de passer à la facturation électronique."*





Derrière le clin d'œil, un message stratégique : un sujet réglementaire perçu comme contraignant peut être abordé simplement, et la solution d'Indy, elle, est simple et gratuite. Une manière de casser les codes austères habituellement associés à la conformité.

Un timing choisi : anticiper avant les congés

Le calendrier n'est pas un hasard. En misant sur le début de l'été, Indy invite les indépendants à prendre les devants avant les vacances, pour aborder la rentrée, et la réforme, l'esprit serein, plutôt que dans l'urgence de septembre.

La campagne illustre la plateforme de marque d'Indy : être aux côtés des entreprises pour simplifier ce qui est perçu comme technique ou anxiogène. Une réforme obligatoire ne doit pas rimer avec stress dès lors qu'elle est anticipée et bien accompagnée.

Fait notable pour une campagne de cette ampleur : l'ensemble des créations a été conçu en interne par les équipes d'Indy, qui assument une approche de branding intégrée, de la stratégie à l'exécution.

> *"On peut parler d'un sujet réglementaire avec le sourire à condition de le maîtriser parfaitement en coulisses. Derrière l'humour de la campagne, il y a une vraie exigence : accompagner chaque entreprise dans une transition qui, elle, n'a rien d'anecdotique."* Côme Fouques, CEO chez Indy

A propos d'Indy

Créée en 2016, Indy permet aux indépendants de gérer en autonomie les démarches administratives et comptables liées à leur activité. Pour cela Indy combine le meilleur de la technologie et de l'humain : un produit intuitif avec un haut niveau d'automatisation ainsi qu'un accompagnement ultra réactif et des conseils personnalisés.
Indy accompagne les indépendants pour créer leur structure, pour la gérer au quotidien avec une offre gratuite incluant facturation, compte pro et pré-comptabilité et pour réaliser toutes leurs déclarations sociales et fiscales (TVA, bilan, CFE, URSSAF, paie, etc.) grâce à des abonnements à partir de 12€/mois.
Indy accompagne déjà plus de 300 000 indépendants, compte 300 collaborateurs basés à Lyon et Paris et a levé 86 M€ auprès d'investisseurs prestigieux (BlackFin, Singular, Alven, Kerala Ventures).

Contacts presse - Agence Hello SunRise pour Indy

Marie Poinsinet - marie@hellosunrisepr.com - 07 76 60 88 75
Patricia Attar - patricia@hellosunrisepr.com - 06 25 79 27 95