

## Communiqué de presse

**Banque Populaire, « La banque qui donne envie d'agir », lance sa première campagne « Jeunes » à la télévision et au cinéma avec Euro RSCG C&O**

Paris, le 4 novembre

**Dans la continuité de sa nouvelle campagne de marque nationale lancée en juin dernier à l'adresse des particuliers et des entreprises, la Banque Populaire dédie son prochain film publicitaire aux jeunes. Diffusé à partir du 6 novembre à la télévision, du 9 novembre au cinéma, et sur les réseaux sociaux et soutenu par un programme d'affichage dans les agences, la campagne « jeunes » capitalise sur l'image historique de la banque qui encourage l'esprit d'initiative et les réalisations personnelles.**

**Dans cette nouvelle campagne signée Euro RSCG C&O, la Banque Populaire confirme sa volonté de « donner envie d'agir » et d'être au plus près des jeunes et de leurs attentes. Elle réaffirme aussi son positionnement de banque conseil de proximité, son identité, son goût pour l'entrepreneuriat et son patrimoine de banques régionales.**

### ***Banque Populaire, une banque connectée à la réalité des jeunes***

Dans un contexte où 55 % des jeunes déclarent être pessimistes pour l'avenir de la France mais où 75 % d'entre eux sont optimistes pour leur avenir personnel\*, la Banque Populaire affirme sa confiance dans les jeunes, leur potentiel et leur capacité à prendre en main leur destin.

En effet, les jeunes ont intégré que la société française est plus âpre, mais devant cette prise de conscience, ils ne se résignent pas et croient en leur capacité d'agir. 66 % des 18-23 ans pensent qu'il faut oser se lancer dans des projets importants, même si le contexte économique et social n'est pas favorable\*. Les jeunes Français valorisent de plus en plus l'esprit d'entreprendre : à la question « auriez-vous envie de vous mettre à votre compte ? », en 2006 ils étaient 64 % à répondre positivement alors qu'en 2011 ils sont 77 % dont 43 % à avoir très envie de créer leur propre entreprise\*.

Capitalisant sur son ADN de banque qui encourage l'entrepreneuriat et l'esprit d'initiative, la Banque Populaire présente un nouveau volet « Jeunes » d'une campagne toujours inscrite dans le mouvement, l'action, refusant le fatalisme et la résignation, montrant son engagement à accompagner les projets de vie de cette clientèle.

\*Etude CSA – Banque Populaire, réalisée en mai 2011.

### **Un univers moderne, créatif, optimiste et métaphorique**

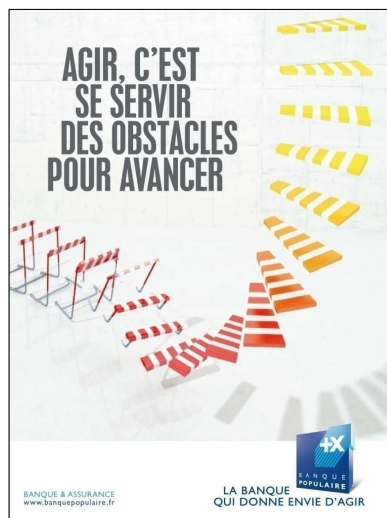
Comme ses prédécesseurs, le nouveau film (30 secondes) - réalisé par le collectif berlinois « Zeitguised » (les ZG) - est une mise en scène d'objets 3D évocateurs, symboliques des grandes étapes d'une vie et plus particulièrement celles d'un jeune qui quitte son foyer. Une voix off énumère les étapes d'une vie de jeunes et la diversité de leurs envies : « des envies, des projets, découvrir, changer de voie, vivre chez soi, besoin d'argent, être soi-même, vivre sa vie... » et la musique « Free » de Stevie Wonder, volontairement loin des registres techno ou rock traditionnellement utilisés, investit l'univers du classique pour s'adresser avec authenticité et simplicité à la cible. Ce film à l'univers créatif, positif et métaphorique est signé « la banque qui donne envie d'agir ».

Le film publicitaire sera soutenu par des bannières web, un relais sur les sites événementiels [www.enviedagir.banquepopulaire.fr](http://www.enviedagir.banquepopulaire.fr), [www.nrjbanquepop.fr](http://www.nrjbanquepop.fr) et sur le site [www.labanquedesetudiants.com](http://www.labanquedesetudiants.com) et par un important programme d'affichage en vitrines dans les 3 301 agences Banque Populaire en France.

### **Le film « Jeunes » en avant première à découvrir sur :**

<http://www.facebook.com/#!/banquepopulaire>

### **Les annonces presse**



### **Banque Populaire et les jeunes**

La Banque Populaire accompagne chaque jour les jeunes dans les étapes clés de leur parcours d'études et de leur vie avec des offres dédiées à chaque mode de vie et de préoccupation. Le réseau des Banques Populaires propose, par exemple, aux jeunes une « avance rentrée » de 1 000 euros sans frais, des prêts étudiants sans avoir besoin de la caution parentale ou d'un tiers, ou encore une offre de caution locative garantissant au propriétaire des paiements de loyers. Pour mettre le pied à l'étrier aux apprentis – les artisans de demain – la banque a mis en place une offre de bienvenue spécifique et des financements réservés. La Banque Populaire souhaite, ainsi, répondre présent lors des rendez-vous qui jalonnent le démarrage dans la vie.

### **A propos des Banques Populaires :**

*Le réseau des Banques Populaires est constitué de 18 Banques Populaires en région du Crédit Coopératif et de la CASDEN Banque Populaire. Autonomes, ces banques exercent tous les métiers de la banque commerciale et de l'assurance dans une relation de proximité avec leurs clientèles. La Banque Populaire, avec 7,8 millions de clients (dont 3,8 millions de sociétaires) et 3 301 agences, fait partie du 2<sup>e</sup> groupe bancaire en France : le Groupe BPCE.*

### **A propos d'Euro RSCG C&O :**

*Nommée « Agence de communication intégrée de l'année 2010 » par le XXXI<sup>ème</sup> Grand Prix des Agences, Euro RSCG C&O compte parmi les premières agences du marché français. Présidée par Laurent Habib, également Directeur Général du Groupe Havas en France et pilotée par une direction générale coordonnée par Agathe Bousquet, Euro RSCG C&O met au service des entreprises et des marques toutes les disciplines de la communication renforçant leur capital-clients, leur capital-talents et leur capital-influence. Rassemblant 420 collaborateurs, l'agence intègre une communauté de savoir-faire et de talents autour du conseil stratégique, de la création et des contenus pour élaborer des stratégies de moyens intégrées et innovantes au service des entreprises et des institutions. En son cœur, la plateforme créative « le hub » réunit en un seul lieu 80 créatifs de toutes les disciplines - publicité, design, digital, édition, marketing services, communication financière et rh - à même d'imaginer, de fédérer et de faire vivre en cohérence tous les signes d'expression de la marque.*

### **Contacts presse BPCE – Banque Populaire**

Oriane Bauduin : 33 (0)1 58 40 73 95

Christine Françoise : 33 (0)1 58 40 46 57

[presse@bpce.fr](mailto:presse@bpce.fr) - [www.bpce.fr](http://www.bpce.fr)

## **FICHE TECHNIQUE**

### Campagne « JEUNES» BANQUE POPULAIRE 2011

Diffusion : TV et print et web

- Annonceur : Banque Populaire
- Responsables Communication annonceur :
  - Olivier Klein – Directeur Général du Groupe BPCE
  - Michel Roux – Directeur du Développement
  - Chantal Petrachi - Directrice de la communication
  - Fabienne Ranjard - Responsable Marque et Publicité
- Agence EURO RSCG C&O :
  - Responsables Agence : Laurent Habib, Bénédicte Vignon, Agathe de Cordoue
  - Directeurs Artistiques : Nathalie Winkelmann et Julien Saurin
  - Concepteurs-Rédacteurs : Jean Desportes et Nicolas Gadesaude
  - Assistant DA : Ludovic Trebalag
  - Production TV : Virginie Meldener et Marie Valentine Girbal
  - Maison de production : Stink & Zeitguised
  - Production : Anna Toussaint
  - Illustrateurs 3D : Zeitguised
  - Achat d'art : Isabelle Chevillon
    - Dispositif Digital
      - Responsables Agence : Aurélien Pecoul & Clarisse Dezerable
      - Directeur de création Digital : Samuel Kadz
    - Dispositif Identité Visuelle
      - Responsable Agence : Juliette Muttel
      - Directeur Artistique : Melissa Moisson
      - Production : Florine Guillot
    - Dispositif Marketing Services
      - Responsable Agence : Valérie Sainflou
      - Directeur de création : Dorothée Monnet
      - Directeur artistique : Mathilde Corbisier
      - Production : Anna Toussaint
- Conseil et achat média : Zenith Optimedia