

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Coopératif et régional : le modèle utile de Caisse d'Épargne avec Altmann+Partners

Paris, le 15 avril 2026

Caisse d'Épargne reprend la parole à partir du 19 avril avec une nouvelle campagne dédiée à son modèle coopératif régional, un modèle plus que jamais en phase avec les attentes des Français.

Particulièrement pertinent et rassurant dans un monde qui se cherche, le modèle coopératif séduit de plus en plus les Français. C'est ce que révèle l'étude menée en 2025 par la Fédération nationale des Caisses d'Épargne. A la question « quelles sont les valeurs qui vous sembleraient nécessaires pour un monde meilleur », les Français citent parmi les plus importantes (25% et au-delà) des valeurs qui définissent le statut de coopérative, à savoir : l'égalité, l'entraide et la solidarité, la démocratie, l'équité et la justice sociale.

Fort d'un modèle coopératif et régional, Caisse d'Épargne a ainsi décidé, pour la première fois, de lancer une campagne d'ampleur valorisant ce modèle singulier. Être client de Caisse d'Épargne, c'est en effet bénéficier d'un modèle unique : les 15 Caisses d'Épargne agissent au plus près des besoins de leur client à leur profit et à celui de la vie de leurs régions. Six atouts expriment les singularités du modèle coopératif et régional :

- des clients investis dans la vie de leur banque, ce qui garantit la prise en compte de leurs intérêts ;
- des clients sociétaires co-proprétaires de leur banque, et l'absence d'actionnariat à rémunérer ;
- des décisions prises localement ;
- des engagements coopératifs très concrets regroupés dans le Contrat d'Utilité ;
- une épargne collectée qui est réinvestie pour financer des projets dans la région ;
- et enfin un engagement des sociétaires récompensé grâce au Club des Sociétaires Caisse d'Épargne.

En un mot, le modèle coopératif et régional nourrit en profondeur la promesse de marque Caisse d'Épargne « Vous être utile ». Une conviction portée par la campagne qui se résume ainsi : **quand on est une banque coopérative et régionale, on est forcément plus utile.**

Une campagne propriétaire et de grande ampleur

Conçue par l'agence Altmann+ Partners, la campagne se compose d'un film TV, format 40 secondes, et ses déclinaisons en 20 secondes, de l'affichage urbain et de la presse avec un Manifesto reprenant l'ensemble des atouts du modèle Caisse d'Épargne. Ce dispositif publicitaire est complété par un volet réseaux sociaux et par des opérations institutionnelles tout au long de l'année.

Pour incarner créativement, de façon simple et interpellante, cette promesse propre à Caisse d'Épargne, « quand on est une banque coopérative et régionale, on est forcément plus utile », la campagne mise sur le territoire d'exécution de la marque -l'imagination des enfants- et y ajoute une idée centrale créatrice d'impact, d'attribution et de sympathie : c'est le logo Caisse d'Épargne qui déclenche l'imagination particulièrement fertile et espiègle de l'enfant. La campagne convoque l'emblème historique de la marque, l'écureuil, pour rendre complètement propriétaire cette première prise de parole sur son modèle. On découvre ainsi des écureuils qui coopèrent, échangent, participent aux

décisions, inaugurent des projets utiles à la région. Le film a été confié à Adrien Armanet (Henry) pour un résultat surprenant et joyeux, à l'image de Caisse d'Epargne.

Le film sera diffusé à partir du 19 avril en TV et VOL

Lien vers le film : [\[Film TV\] Caisse d'Epargne, banques coopératives et régionales.](#)

CRÉDITS

Annonceur : Caisse d'Epargne – Laurent Buffard, Astrid Perrotin, Sebastien de Cagny, Jessica Talbi, Charlotte Duteil

Altmann + Partners

Directeur de création : Olivier Altmann

Directeur artistique : Fabien Nunez

Concepteur rédacteur : Emmanuel De Dieuleveult

Responsables agence : Aurore Duhamel, Anna Sageloly, Romane Ceriani

Planning stratégique : Céline Chouéri

TV prod : Jessica Piergiovanni

Productrice print : Christine Demay

Réalisateur : Adrien Armanet (Henry)

Production : Henry

Production son : Studio Cardinal

ANNEXES

À propos de Caisse d'Epargne

Les 15 Caisses d'Epargne sont des banques coopératives au service de leur région. Avec 16,9 millions de clients (dont 4,4 millions de sociétaires), elles accompagnent toutes les clientèles: particuliers, professionnels, entreprises, acteurs de l'économie sociale, institutions et collectivités locales. Elles privilégient le meilleur niveau de service dans tous les domaines : collecte et gestion de l'épargne, versement des crédits, équipements en moyens de paiement, gestion de patrimoine, projets immobiliers, assurances. Les Caisses d'Epargne font partie du Groupe BPCE, 2^e groupe bancaire en France et 4^e de la zone euro par les fonds propres.

Contact presse Groupe BPCE - Caisse d'Epargne

Mélissa Bourguignon : 06 17 56 95 37

melissa.bourguignon@bpce.fr - groupebpce.com

caisse-epargne.fr

