

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Caisse d'Epargne se mobilise pour Octobre Rose : avec contact et sans contact, on peut lutter contre le cancer du sein

Paris, le 15 octobre 2025

Pour la 10^e année consécutive, Caisse d'Epargne renforce son engagement en tant que mécène de l'association Ruban Rose, en sensibilisant le public face au cancer du sein et en soutenant la recherche. Fidèle à ses valeurs, elle mobilise collaborateurs, athlètes, clients et personnalités autour de cette cause essentielle.



Deux gestes qui peuvent tout changer

« **Avec contact** » rappelle l'importance de l'autopalpation en complément d'une visite chez un professionnel de santé, un geste vital pour détecter la maladie au plus tôt. « **Sans contact** » traduit l'autre geste indispensable : le don à l'association Ruban Rose pour faire avancer la recherche sur le cancer du sein.

En mettant sur le même niveau de lecture "avec contact" et "sans contact", Caisse d'Epargne réaffirme son engagement à sensibiliser et mobiliser le plus grand nombre dans cette lutte.

Un dispositif média innovant déployé par JCDecaux Live pour faciliter les dons



est accessible au public à Issy-les-Moulineaux (place Paul Vaillant Couturier).

L'événement phare de cette mobilisation a été organisé en collaboration avec les équipes de JCDecaux Live pour Caisse d'Epargne. **Pour la première fois en France, Caisse d'Epargne met en place une affiche interactive qui permet, depuis le 8 octobre, de réaliser un don pour la recherche contre le cancer du sein à l'association Ruban Rose, directement via un terminal de paiement sans contact intégré dans le caisson de l'abribus.** Cette installation inédite

Une mobilisation visible partout en France

Pour lancer ce mois en Rose, Caisse d'Epargne a commencé par déployer un Corner Rose avec et sans contact dans 3 gares stratégiques (Paris-Saint-Lazare, Marseille et Lille) et prolongera la diffusion en affichage national ainsi que dans ses agences mobilisées partout en France.

Deux créatrices de contenus engagées pour la cause

Les créatrices de contenus @julie.bourges et @raphaellalamaman sont mobilisées tout au long du mois d'octobre, pour partager avec leurs communautés des messages de prévention et d'appel au don sur Instagram et TikTok.

Une cagnotte solidaire est également mise en place avec @julie.bourges : pour chaque like réalisé sous sa publication, un don d'un euro sera reversé à l'association Ruban Rose (dans la limite de 50 000 euros).



Corner Rose le 1^{er} octobre, Gare Saint-Lazare.

Une mobilisation au cœur des événements sportifs soutenus par Caisse d'Epargne

Cette année encore, les partenaires de Caisse d'Epargne - la Fédération Française de Handball, la Fédération Française de BasketBall accompagnées par la Ligue Féminine de BasketBall (LFB) ainsi que leurs clubs de supporters – s'engagent à ses côtés pour soutenir la cause du cancer du sein et relayer la campagne.

Lancée en avant-première le 27 septembre à Nanterre à l'occasion du Match des Champions de la LFB, cette campagne aux couleurs et au profit de l'Association Ruban Rose se poursuit au cœur des territoires tout au long du mois d'octobre, par 12 rencontres des clubs de la LFB. Ces matchs sont l'opportunité pour les Caisses d'Epargne de sensibiliser le public présent au dépistage de la maladie et à l'autopalpation mais aussi à l'importance du don.

La campagne s'invite le 15 octobre lors d'un match officiel de l'Equipe de France féminine de handball au Parnasse de Nîmes. Tous Hand Bleu, le club officiel des supporters des équipes de France de handball, accompagné de la mascotte Caisse d'Epargne « Didi », invitera les 3 200 spectateurs à lever devant eux un carton rose afin de récolter des fonds pour aider la recherche : 1 panneau levé = 1€ reversé par Caisse d'Epargne pour l'association Ruban Rose.

À propos de Caisse d'Epargne

Depuis ses débuts, Caisse d'Epargne s'est toujours positionnée en faveur de l'émancipation économique des femmes. En 1881, elle a été pionnière en permettant aux femmes d'ouvrir un livret d'épargne sans l'autorisation de leur mari, soit 84 ans avant que la loi ne reconnaisse leur indépendance financière en 1965.

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.

À propos MNSTR

Nous croyons qu'une marque n'a un réel impact que lorsqu'elle s'ancre dans son époque, nourrit la culture et amplifie son influence au-delà de la publicité traditionnelle. MNSTR est une agence hybride pensée pour un monde hyperconnecté, où les marques doivent être aussi agiles que les communautés qu'elles cherchent à engager.

Notre créativité vit à la croisée de la culture, de l'innovation et s'exprime à travers des plateformes de communication & campagnes publicitaires, des expériences événementielles & narratives, ainsi que du contenu social. En combinant ces expertises, nous imaginons des dispositifs de communication intégrés qui connectent les idées, les formats et les audiences pour un impact maximal.

Adidas, Netflix, Heineken, Club Med, Sephora, Mars, Pernod Ricard ou Guerlain, nous accompagnons près de 30 marques qui façonnent la culture d'aujourd'hui.

MNSTR, c'est 60 talents basés à Paris et Londres, réunis par une ambition commune : créer des idées qui déclenchent des conversations, des émotions et de la performance.

mnstr.com

À propos de JCDecaux Live

JCDecaux Live, département créativité et événementiel de JCDecaux, crée de grands rendez-vous fédérateurs parrainés par les marques. Activation terrain, connectivité, résonance web ou encore réseaux sociaux... sont autant de champs d'action pour une émergence exceptionnelle au cœur de la ville. JCDecaux Live propose également aux annonceurs et à leurs agences la réalisation d'opérations sur-mesure tant sur des espaces publics que privés.

Contact presse Groupe BPCE - Caisse d'Epargne Contacts presse MNSTR

Marine Robin : 06 11 66 78 17
marine.robin@bpce.fr groupebpce.com

Juliette Monserrat - j.monserrat@mnstr.com
Alaïs Petit - a.petit-ext@mnstr.com

caisse-epargne.fr

