

## La CASDEN renforce son développement auprès des personnels de la Fonction publique avec le lancement d'un territoire de marque résolument affinitaire

La CASDEN Banque Populaire, banque coopérative de la Fonction publique, engage une nouvelle étape dans son développement avec le lancement d'un territoire de marque résolument affinitaire et un plan media renforcé. La campagne, à découvrir dès le 17 octobre, s'appuie sur l'humain, la proximité et le témoignage. Elle place au cœur de son discours l'offre originale de la CASDEN : l'offre à Points.

Son objectif : devenir la banque préférée de toute la Fonction publique.

### Une vraie affinité avec ses Sociétaires

Avec son nouveau territoire de marque créé par l'agence de communication Insign, la CASDEN a choisi de mettre en lumière les personnels de la Fonction publique, et de leur laisser la parole afin qu'ils témoignent de leur relation avec leur banque.

Les portraits illustrant la campagne sont tous de vrais fonctionnaires, photographiés dans leur environnement personnel et identifiés par leur prénom et leur profession. Gregory, Isabelle, Ophélie, Gilles, Céline, Isa, Thomas, Jenny, Fatoumata, Florian sont issus des différentes Fonctions publiques (Fonction publique d'Etat, territoriale, ou hospitalière).

Si leurs métiers sont différents, leur **point commun** est qu'ils sont tous fonctionnaires au service du collectif. Leur **point commun** est qu'ils partagent des valeurs communes. Leur **point commun** est qu'ils se retrouvent dans une banque qui leur ressemble, les rassemble et les aide au quotidien à réaliser leurs projets personnels, à des conditions préférentielles. #notrepointcommun



### L'offre à Points, au cœur du modèle CASDEN

#notrepointcommun c'est aussi un clin d'œil au Point, qui est au cœur de l'offre de la CASDEN.

Le Point, c'est le lien entre l'épargne et le financement. Il illustre le modèle original et totalement inédit de la CASDEN : « j'épargne, je cumule des Points et mes Points font baisser mon taux d'emprunt ».

C'est ce qui fait de la CASDEN, une banque différente qui traite équitablement tous ses clients sociétaires, une banque solidaire qui utilise l'épargne non rémunérée de ceux-ci pour financer aux meilleures conditions les projets de leurs pairs, une banque responsable qui prône une approche raisonnée de l'argent avec le principe de l'épargne préalable.

## Devenir la banque de référence de toute la Fonction publique

A l'origine dédiée aux enseignants, la CASDEN Banque Populaire a réussi, depuis son ouverture à l'ensemble de la Fonction publique fin 2015, à rassembler plus de 400 000 nouveaux Sociétaires. Banque d'un enseignant sur 4, **elle ambitionne, avec le soutien de son partenaire, Banque Populaire, de convaincre 1 fonctionnaire sur 4.**

Pour atteindre ces objectifs de développement, elle s'appuie sur son offre différenciante, sur sa démarche affinitaire et sur l'engagement militant. Ces trois qualités illustrent sa spécificité et marquent sa différence dans le monde bancaire en France.

Son offre d'épargne, de crédits et de caution est disponible dans toutes les agences Banque Populaire dont elle est partenaire depuis plus de 40 ans. Ses Sociétaires ont ainsi accès à une offre bancaire complète et de proximité, additionnant les avantages de la CASDEN et de la Banque Populaire qui leurs sont dédiés.

## Renforcer la proximité avec ses Sociétaires et futurs Sociétaires

Une banque coopérative, créée par et pour des fonctionnaires, entretient une vraie proximité avec ses Sociétaires. La CASDEN est **partenaire de nombreuses organisations de la Fonction publique** (mutuelles, associations, ministères...). Elle soutient des initiatives visant à faciliter le quotidien des personnels.

Cette proximité s'exprime également au travers de son réseau de militants, Délégués et Correspondants CASDEN, tous personnels de la Fonction publique, présents dans les établissements de la Fonction publique.

## Un plan média renforcé



Le nouveau territoire de marque de la CASDEN Banque Populaire sera déployé à partir du 17 octobre 2018 :

- Plan d'affichage national (du 17 au 24 octobre)
- Presse quotidienne (Le Monde, 20 minutes), hebdomadaire (Télérama, l'Obs, M le Monde), mensuelle (Géo et Psychologies) (octobre à décembre)
- Digital : display (octobre à décembre)
- TV : sur BFM Business et BFM TV (du 12 au 30 novembre)

La CASDEN a toujours tenu à valoriser l'engagement de ses Sociétaires au service du collectif. Le programme court « Parlons Passion » diffusé sur les chaînes de France Télévision (depuis 2012) permet de découvrir les vocations des personnels de la Fonction publique, au travers des actions qu'ils mènent tous les jours dans le cadre de leur métier. Une nouvelle version de ce programme sera développée en 2019.

Agence de communication : Insign

Photographe de la campagne : Roman Jehanno

Agence Médias : Climat Media Agency

**A propos de la CASDEN :**

Banque coopérative de la Fonction publique, la CASDEN fait partie du Groupe BPCE, deuxième groupe bancaire en France dont elle détient 2.86 % du capital. A fin 2017, la CASDEN comptait près d'un 1,7 million de Sociétaires, 8 500 Correspondants dans les établissements de la Fonction publique, 240 Délégués CASDEN et 600 collaborateurs. La CASDEN dispose d'un réseau de 110 Délégations Départementales en France métropolitaine et dans les DOM.

[www.casden.fr](http://www.casden.fr)

**Contacts presse :**

CASDEN - Stéphanie Guillas  
01 64 80 34 62 / 06 71 19 13 14  
[presse@casden.banquepopulaire.fr](mailto:presse@casden.banquepopulaire.fr)  
@Casden\_BP

Agence AUVRAY & ASSOCIES – Teninsy Savane  
01 58 22 21 15  
[t.savane@auvray-associes.com](mailto:t.savane@auvray-associes.com)

*Visuels disponibles sur demande*