

**LA CAISSE D'ÉPARGNE CEPAC  
PASSE DERRIÈRE LA CAMERA  
POUR SA NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION**

**#cepacstories**

Marseille, le 2 juillet 2018

La Caisse d'Épargne CEPAC réaffirme son statut de banque utile et innovante en devenant réalisatrice d'une campagne intitulée **#cepacstories**. La mise en connexion de ses talents et de ses territoires, en métropole et en outre-mer, s'est imposée comme une idée forte à exploiter dans ces films, afin de faire vivre la promesse de la CEPAC : « Osez votre ambition ».

**Des hommes, des projets, des talents...**

Les #cepacstories sont des histoires vraies, fortes et singulières, incarnées par des femmes et des hommes que la CEPAC a accompagnés, afin de faire rayonner leurs projets. La CEPAC est aujourd'hui un acteur majeur du développement économique régional, engagé dans des actions de mécénat et divers partenariats locaux, que ce soit dans les domaines du sport, de la culture, de l'éducation ou en soutien à de nombreuses associations. Ces films sont un mariage subtil entre les différentes thématiques abordées, les diverses personnalités présentées et l'ensemble de nos territoires, en métropole et en outre-mer.



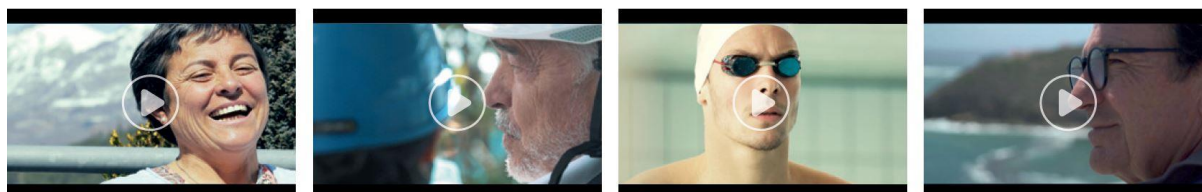
Cette campagne est consacrée aux histoires de pépites ou réussites locales à l'instar de **Théo Bussière** (Nageur de l'équipe élite du Cercle des Nageurs de Marseille), **Marc Pietri** (Président du Groupe Constructa Tour La Marseillaise), **Marie-France Terle** (Présidente de l'association comité handisport 05), **François Tolède** (Directeur organisateur des Voiles de St Barth), **Nicolas et Amélie Gronier** (Fondateurs de Crèche and Go, premier réseau de micro-crèches à La Réunion) ou encore **Arnaud Clément** (Directeur du tournoi de l'Open du Pays d'Aix – Trophée Caisse d'Épargne CEPAC).



La Caisse d'Épargne CEPAC a confié la conception et la production de ces mini-films à l'agence marseillaise Marsatwork. D'une durée de 2 minutes environ, ils s'apparentent à des courts-métrage et plongent les internautes dans des univers réalistes bercés de spontanéité et d'authenticité. Chaque personnage apporte un supplément d'âme en devenant le narrateur de son histoire avec sa propre voix, ses mots à lui. Le cadrage des plans est serré, très intimiste, afin de placer l'humain au cœur de ces #cepacstories, renforçant ainsi le rôle symbolique de connecteur de liens, de révélateur de talents et de catalyseur de positivité de la CEPAC.

Chaque mois, jusqu'en décembre 2018, une nouvelle histoire sera lancée sur les réseaux sociaux. Le lancement des 6 premières #cepacstories a d'ores et déjà totalisé **plus de 3 millions de vues**.

**Cliquez ici** pour découvrir l'intégralité des [#cepacstories](#) sur [caissedepargne-cepac.fr](https://caissedepargne-cepac.fr) et sur les réseaux sociaux de la Caisse d'Épargne CEPAC



#### Contacts :

Aline Moreau – Directrice de la communication  
04 91 57 20 10 – 06 64 02 16 49  
aline.moreau@cepac.caisse-epargne.fr

Emilie Spagnolo-Bardin – Responsable du pôle image et marque  
04 91 57 67 90 – 06 84 77 98 92  
emilie.spagnolo-bardin@cepac.caisse-epargne.fr

Gwendoline Karolewski – Chef de projets communication  
04 91 57 21 97 – 07 60 21 50 77  
gwendoline.karolewski@cepac.caisse-epargne.fr

**| A propos de la Caisse d'Épargne CEPAC :**

*La Caisse d'Épargne CEPAC, acteur bancaire de référence de l'arc méditerranéen et de l'outre-mer, est une banque coopérative, membre du Groupe BPCE.*

*Elle mobilise plus de 3 300 collaborateurs, 320 000 sociétaires, 280 agences au service de près de 2 millions de clients et 10 centres d'affaires dédiés aux entreprises, aux collectivités locales, à l'économie sociale, aux organismes de logements sociaux, aux SEM et aux professionnels de l'immobilier. La Caisse d'Épargne CEPAC présente également une large palette de métiers spécialisés : financements structurés, capital investissement, et investissement immobilier. Banque de la diversité, la Caisse d'Épargne CEPAC est ancrée sur un vaste territoire qui comprend 10 départements (les Bouches du Rhône, le Vaucluse, les Alpes de Haute Provence, les Hautes Alpes, la Corse, la Réunion, la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane et Mayotte) et 3 collectivités d'Outre-Mer (Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy et Saint-Martin). Elle opère sur 3 continents et 8 fuseaux horaires, facilitant ainsi sa disponibilité pour les clients. 30 % de son activité est désormais en Outre-Mer.*

*Elle s'investit chaque année dans de nouvelles actions de mécénat et partenariat, qui s'articulent autour de 3 axes : le sport, la culture et l'éducation.*