

Paris, le 18 octobre 2019

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Communication responsable : BNP Paribas Personal Finance donne une nouvelle vie à ses bâches publicitaires

- Les bâches ayant servi à annoncer le lancement de l'offre CPay de BNP Paribas Personal Finance ont été transformées en objets du quotidien à destination de ses collaborateurs.
- 250 pièces ont ainsi été créées à l'effigie de sa campagne imitateurs et de sa mascotte Cetelem, dont les profits iront au Fonds Urgence & Développement de BNP Paribas.
- Une action qui s'inscrit dans le cadre du programme FAIRe de l'Union des Marques, visant à limiter l'impact environnemental et social des actions de communication et regagner la confiance des consommateurs.

L'engagement de BNP Paribas Personal Finance, leader français et européen du financement aux particuliers, qui opère notamment sous la marque Cetelem, pionnier du crédit responsable, s'opère aussi dans ses actions de communication.

BNP Paribas Personal Finance a récemment rejoint le [programme FAIRe](#) de l'Union des Marques*, qui soutient l'émergence d'une communication plus responsable. Parmi les différents axes d'engagement, le programme encourage les annonceurs à limiter l'impact environnemental et social de leurs supports de communication.

C'est dans ce contexte que BNP Paribas Personal Finance a pris l'initiative de transformer les 250 toiles de 12m² conçues pour la campagne d'affichage de la carte CPay en objets du quotidien au lieu de les incinérer.

250 pièces — *tote bags*, sacoches pour ordinateur, trousse, pochettes et porte-cartes — ont ainsi été créées à l'effigie de la campagne et de la mascotte Cetelem, populaire auprès des Français. Des objets qui seront vendus aux collaborateurs, et dont les recettes iront alimenter le [Fonds Urgence & Développement](#) de BNP Paribas, dont BNP Paribas Personal Finance est co-fondateur.

BNP Paribas Personal Finance a fait appel à la société Bilium, maison de création française fondée en 2005 qui redonne vie de manière éco-responsable à des matières récupérées, en faisant intervenir dans sa chaîne de production le personnel d'une entreprise d'insertion sociale et des blanchisseries professionnelles ÉSAT (Établissement et service d'aide par le travail, accueillant des personnes handicapées). Bilium collabore avec 7 ateliers situés en France, majoritairement en région parisienne, dont quatre sont des ÉSAT et des EA (Établissement et service d'aide par le travail et Entreprise adaptée).

« L'engagement et la responsabilité font partie de l'ADN de BNP Paribas Personal Finance » souligne Isabelle Vaisques, directrice du marketing France. « Cette initiative originale de redonner vie aux supports de communication de notre nouvelle offre CPay l'illustre bien et reçoit le soutien de tous nos collaborateurs. »

*aux côtés de labels bien connus des Français tels que *Citroën, Coca-Cola, Danone, EDF, Ferrero, Galeries Lafayette, Lesieur, L'Oréal, Mars, Michelin, Nespresso, Nestlé, Opel, Orange, Orangina, Pernod Ricard, Peugeot, PMU, Procter & Gamble, Renault, SNCF, Société Générale, Unilever, Yves Rocher etc.*

À propos de BNP Paribas Personal Finance

BNP Paribas Personal Finance est n°1 du financement aux particuliers en France et en Europe au travers de ses activités de crédit à la consommation et de crédit immobilier. Filiale à 100 % du groupe BNP Paribas, BNP Paribas Personal Finance compte plus de 20 000 collaborateurs et opère dans une trentaine de pays. Avec des marques comme Cetelem, Findomestic, Crédit Moderne ou encore AlphaCredit, l'entreprise propose une gamme complète de crédits aux particuliers disponibles en magasin, en concession automobile ou directement auprès des clients via ses centres de relation client et sur Internet. BNP Paribas Personal Finance a complété son offre avec des produits d'assurance et d'épargne pour ses clients en Allemagne, Bulgarie, France, Italie. BNP Paribas Personal Finance a développé une stratégie active de partenariat avec les enseignes de distribution, les constructeurs et les distributeurs automobiles, les webmarchands, et d'autres institutions financières (banque et assurance) fondée sur son expérience du marché du crédit et sa capacité à proposer des services intégrés adaptés à l'activité et la stratégie commerciale de ses partenaires. Il est aussi un acteur de référence en matière de crédit responsable® et d'éducation budgétaire.

Pour plus d'informations :

www.bnpparibas-pf.com @bnpp_pf [company/bnp-paribas-personal-finance](https://company.bnpparibas-pf.com)

Contact Presse

Arthur Vandekerckhove, agence Rumeur Publique — 06 24 35 21 38 — arthur@rumeurpublique.fr

À propos du Fonds Urgence & Développement

Créé en 2012 par le Groupe BNP Paribas et quatre de ses filiales, BNP Paribas Fortis, BNP Paribas Cardif, BNP Paribas Personal Finance et BNP Paribas Suisse (SA), le Fonds Urgence et Développement est un outil fédérateur et pionnier en matière de solidarité.

Ouvert à l'ensemble des collaborateurs du Groupe dans le monde, le Fonds permet une mobilisation rapide des salariés en cas d'urgence humanitaire.

Chaque don reçu est doublé par BNP Paribas, avant d'être reversé aux trois ONG partenaires : CARE, Croix-Rouge française et Médecins Sans Frontières.

Découvrez notre reportage sur le Fonds Urgence & Développement : [Activons vos histoires](#)