

BANQUE COOPÉRATIVE ET LOCALE

RAPPORT TERRITORIAL 2026

BANQUE
POPULAIRE 

la réussite est en vous



L'ÉDITO DE PHILIPPE HOURDAIN
Page 2

BANQUE POPULAIRE EN CHIFFRES
Page 4

**UNE EMPREINTE COOPÉRATIVE
ET SOCIÉTALE
DE PLUS EN PLUS FORTE**
Page 5

**UN MODÈLE COOPÉRATIF
AU SERVICE DES TERRITOIRES**
Page 6

**À L'ÉCOUTE DE
NOS COLLABORATEURS...**
Page 8

... ET DE NOS SOCIÉTAIRES
Page 9

**AU CŒUR DE
L'ÉCONOMIE LOCALE**
Page 10

DONNER LEUR CHANCE À TOUS
Page 13

**ENCOURAGER TOUTES
LES INITIATIVES**
Page 14

ENTREPRENDRE AU FÉMININ
Page 16

**RECRUTER AU PLUS
PRÈS DES TALENTS**
Page 18

**UN SENS DES
RESPONSABILITÉS PARTAGÉ**
Page 20

**REGARD D'EXPERT :
MARIE RACHEDI**
Page 22





LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN ACTES

Page 24

**RÉDUIRE L'IMPACT DE LA BANQUE
SUR L'ENVIRONNEMENT**

Page 27

DEVENIR LA BANQUE DE L'EAU

Page 28

PROTÉGER LE PATRIMOINE NATUREL LOCAL

Page 30

UN COUP DE POUCE AUX CLIENTS

Page 32

FINANCER LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Page 33

**REGARD D'EXPERT :
OLIVIER JOSSOT**

Page 34

AGIR POUR LE VIVRE-ENSEMBLE DANS LES TERRITOIRES

Page 36

SOUTIEN À L'ÉDUCATION

Page 39

RASSEMBLER PAR LE SPORT

Page 40

**LA CULTURE ET LE PATRIMOINE
EN PARTAGE**

Page 41

ACCOMPAGNER LA RÉUSSITE

Page 42

LE SENS DE L'ENGAGEMENT

Page 43

SOIGNER DANS TOUS LES TERRITOIRES

Page 44

**REGARD D'EXPERT :
YANN QUEINNEC**

Page 46

À LA LOUPE

Page 48

« Agir collectivement, au plus près des territoires, pour un avenir plus durable, plus solidaire et plus prospère »

Philippe Hourdain, président de la Fédération Nationale des Banques Populaires et président de la Banque Populaire du Nord.

J'ai le plaisir et la fierté de vous présenter le deuxième rapport territorial des Banques Populaires. Nous restons la seule banque en France à rendre compte en détail de notre impact local, au-delà des traditionnels rapports financiers ou rapports d'activité.

Que ce soit sur les sujets de l'eau, de la culture, de l'éducation, de l'entrepreneuriat ou de la santé, les Banques Populaires apportent des réponses adaptées, grâce à leur compréhension fine des enjeux et des besoins des territoires. L'ancrage local de notre réseau forge notre connaissance des territoires, de leurs attentes et des réalités du quotidien.

Nous sommes aussi, en tant qu'employeur, l'un des ferments de la vitalité économique et sociale locale, en étant également très attentifs au bien-être de nos collaborateurs.

En 2025, et au-delà de notre activité de banquier, nous avons mené plus de 7500 actions au bénéfice de la société, dans tous les territoires et dans tous les domaines. La valeur de ces initiatives représente 11,5% de notre résultat courant, ce qui est considérable. Il s'agit d'actions territoriales ou de projets locaux. Ces contributions à l'intérêt général s'inscrivent pleinement dans notre

rôle de banquier coopératif et local. Nous mesurons, traçons et valorisons en euros ces actions, en toute transparence, et cela depuis près de quinze ans.

Bien sûr, nous créons de la valeur économique et des emplois en accompagnant les clients et sociétaires dans leurs projets, mais le rôle d'une banque coopérative et locale, c'est aussi de soutenir des actions en faveur du bien commun, de la vie associative, des grands et des petits projets pour favoriser le vivre-ensemble et protéger l'environnement.

Dans tout le pays, en France métropolitaine et dans les territoires ultramarins, Banque Populaire a maintenu et renforcé son soutien à des milliers d'associations alors qu'elles étaient très nombreuses à faire face à la baisse des subventions publiques. J'y vois la preuve éclatante d'un engagement de toutes les équipes. Un engagement sans faille, enthousiaste et généreux. Ce rapport consacre justement plusieurs pages à l'implication formidable de nos sociétaires mais aussi de nos collaborateurs.

Face au réchauffement climatique, Banque Populaire a initié un programme majeur d'entretien et de préservation d'une ressource vitale : l'eau. Ce combat porte ses premiers fruits. Alors que notre pays subit de plein fouet les effets du réchauffement climatique, les projets soutenus localement permettent de renouveler de manière durable les nappes, les écosystèmes,

l'accès à l'eau mais aussi, et surtout, d'aider les entrepreneurs à « Agir pour l'eau » dans leur entreprise... C'est une priorité collective qui nous oblige.

Autre motif de fierté, en tant que première banque des entreprises, Banque Populaire accompagne les entrepreneurs sur tous les territoires, avec une attention particulière portée à l'entrepreneuriat féminin et à la création d'entreprise. Cet enjeu n'est pas seulement un sujet d'attractivité ou de dynamisme économique. Promouvoir la création d'entreprises par les femmes, c'est agir pour une société plus juste où chacune et chacun est à sa place légitime et peut assumer ses ambitions.

Tous ces résultats consacrent un engagement sociétal inscrit dans notre ADN coopératif et local. J'ose dire que ce n'est qu'un début. En continuant d'agir collectivement, au plus près des besoins de chacun, nous bâtissons un avenir plus durable, plus solidaire et plus prospère.



« L'ancrage local
de notre réseau forge
notre connaissance
des territoires, de leurs
besoins et des réalités
du quotidien. »





BANQUE POPULAIRE EN CHIFFRES

CHAQUE JOUR, LES BANQUES POPULAIRES ACCOMPAGNENT DES MILLIONS DE CLIENTS, D'ENTREPRENEURS ET D'ASSOCIATIONS... PARTOUT EN FRANCE. CES CHIFFRES ILLUSTRONT LA FORCE DE LEUR MODÈLE COOPÉRATIF ET DE LEUR ANCRAGE TERRITORIAL.

9 millions

de **clients**, dont
5,2 millions de **sociétaires**.

273,2 Mds€

d'encours de **crédits**.

344,3 Mds€

d'encours d'**épargne**.

6,8 Mds€

de **produit net bancaire** (PNB).

1^{re}

banque des entreprises depuis
16 années consécutives⁽¹⁾.

27690

collaborateurs répartis
partout en France.

Chiffres à fin 2025.

(1) Étude Kantar BP – PME-PMI 2025.

UNE EMPREINTE COOPÉRATIVE ET SOCIÉTALE DE PLUS EN PLUS FORTE

COHÉSION SOCIALE ET TERRITORIALE, PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT, SOUTIEN AUX PLUS VULNÉRABLES, BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS, SOUTIEN À L'ENTREPRENEURIAT... BANQUE POPULAIRE, COOPÉRATIVE ET LOCALE, AGIT POUR LA VIE EN SOCIÉTÉ, EN ALLANT AU-DELÀ DES OBLIGATIONS RÉGLEMENTAIRES ET DES OBJECTIFS COMMERCIAUX.

7500

initiatives en faveur de la société (+6% vs 2024), dont 79% dans la philanthropie ou le mécénat.

206,4 M€

d'empreinte coopérative et sociétale, soit **565 000 euros engagés par jour**.

2,9%

du PNB et 11,5% du résultat courant avant impôt, soit **un doublement en 5 ans**.

UNE MÉTHODE DE MESURE UNIQUE

Les actions de responsabilité sociétale et environnementale (RSE) des Banques Populaires contribuent à répondre aux enjeux du développement durable et de la solidarité. L'empreinte coopérative et sociétale (ECS) recense toutes les initiatives non réglementaires et non commerciales. C'est un outil fondé sur la norme ISO 26000 (norme internationale en matière de RSE), qui référence, mesure et valorise en euros chaque année l'ensemble des actions réalisées par les 14 Banques Populaires. Les initiatives sont classées selon les 7 chapitres de la norme ISO 26000 : engagement sociétal, environnement, gouvernance du modèle coopératif, relations et conditions de travail, relation aux consommateurs, droits des personnes et éthique des affaires.

UNE PREUVE DU « PLUS COOPÉRATIF »

L'ECS mesure les moyens mobilisés par les Banques Populaires en faveur de leurs principales parties prenantes (clients, sociétaires, collaborateurs, fournisseurs, associations, acteurs du territoire), qu'ils soient financiers, physiques (local mis à disposition, par exemple), humains (temps passé par les collaborateurs des banques)

ou qu'ils correspondent à un bonus dédié (une réduction de taux d'intérêt sur un prêt, par exemple). L'ECS illustre les choix des Banques Populaires en termes d'engagement au service de la société et des territoires. Sa mesure donne un sens à une grande partie de la performance extra-financière de la banque. C'est une véritable preuve de sa raison d'être, un élément différenciateur sur le marché, le reflet d'une identité unique. En d'autres termes, c'est la démonstration du « plus coopératif » des Banques Populaires.

UN ENGAGEMENT COLLECTIF

La mesure et la traçabilité des actions répertoriées dans l'ECS sont portées par plus de 700 contributeurs, répartis dans les différents services composant les Banques Populaires (les services risques climatiques, la RSE, la communication, les achats, le développement, les partenariats, les ressources humaines, la comptabilité, la logistique, etc.). C'est un véritable travail collaboratif et transverse, au service de la raison d'être et de l'engagement extra-financier de la banque.



UN MODÈLE COOPÉRATIF AU SERVICE DES TERRITOIRES

EN TANT QUE BANQUE COOPÉRATIVE ET LOCALE, BANQUE POPULAIRE RESPECTE LES GRANDS CRITÈRES QUI DÉFINISSENT LE MODÈLE COOPÉRATIF. APPARTENANT À SES CLIENTS SOCIÉTAIRES, ELLE PARTAGE AVEC EUX UNE MÊME AMBITION : FAIRE GRANDIR LES PROJETS QUI FONT VIVRE LES TERRITOIRES.

SEPT PRINCIPES UNIVERSELS

Banque Populaire, en tant que banque coopérative, applique les sept principes universels de l'Alliance coopérative internationale (ACI), détaillés ci-contre. Fondée en 1895, l'ACI est l'une des plus anciennes organisations non gouvernementales. Elle ne représente pas moins d'un milliard de membres de coopératives à l'échelle du globe. Les sept principes qui définissent le modèle coopératif sont l'adhésion ouverte et volontaire, le pouvoir démocratique exercé par les membres, la participation économique des membres, l'autonomie et l'indépendance, l'éducation (y compris la formation et l'information), la coopération entre les coopératives et l'engagement envers la communauté.

1. Adhésion volontaire et ouverte à tous

5,2 M

de sociétaires au sein des 14 Banques Populaires, dont 281 556 nouveaux sociétaires en 2025.

17 €

Valeur moyenne d'une part sociale.

2. Pouvoir démocratique exercé par les membres

Vote des sociétaires

20,83 %

des sociétaires ont voté lors des assemblées générales ordinaires ou mixtes.

Représentation des sociétaires

241

administrateurs (administrateurs et censeurs). 50% de femmes présidentes de conseil d'administration.

3. Participation économique des membres

56,75 %

des clients des Banques Populaires sont sociétaires.

4. Autonomie et indépendance

100 %

du capital des Banques Populaires est détenu par les sociétaires.

5. Éducation, formation et information

6,3 M€

consacrés à la vie coopérative et à la communication aux sociétaires.

380

réunions de sociétaires partout en France.

75 %

des nouveaux collaborateurs formés au modèle coopératif des Banques Populaires.

86 %

des administrateurs formés par la Fédération Nationale des Banques Populaires et leur banque.

6. Coopération entre les coopératives

Le réseau des Banques Populaires est membre fondateur de la Confédération internationale des Banques Populaires (CIBP), qui regroupe des banques coopératives dans le monde, membre de Coop FR et du Conseil supérieur de la coopération.

7. Engagement envers la communauté

38,2 M€

consacrés à l'engagement sociétal (en mécénat direct, via des fondations ou à travers des partenariats non commerciaux).

DES SOCIÉTAIRES ENGAGÉS

Les 5,2 millions de sociétaires sont pleinement acteurs de leur banque et de leurs territoires. 380 réunions (hors assemblées générales) se sont tenues en 2025, portant sur de nombreuses thématiques : mécénat, eau, IA, fonction publique... Leur engagement est le socle du modèle de gouvernance, il garantit le caractère local et coopératif du système. Les conseils d'administration de chacune des Banques Populaires sont composés d'administrateurs élus par les sociétaires, qui font entendre la voix de leurs quartiers, villes et villages dans les choix et les orientations de la banque. 241 d'entre eux ont participé en 2025 à 122 comités spécifiques (audit, risques, rémunération, nomination, sociétariat et RSE). Au total, Banque Populaire a consacré 16,2 millions d'euros à la gouvernance du modèle coopératif (réunions de sociétaires, formation des administrateurs, programme de fidélité des sociétaires...).



LE SAVIEZ-VOUS ?

Le 24 janvier 1878, 40 habitants de la région angevine se sont réunis pour la première fois à Angers, à l'externat Sainte-Maurille. Ce sont les premiers sociétaires de l'histoire de la Banque Populaire : ils ont su mettre en commun leurs économies pour financer des projets collectifs.



ET DANS LES RÉGIONS

Paris

La Banque Populaire Rives de Paris réunit régulièrement les sociétaires lors des Rencontres coopératives, des événements fédérateurs et conviviaux. En 2025, plus de 1 000 sociétaires sont venus à la rencontre des collaborateurs, y compris les dirigeants et les administrateurs. Ce fut l'occasion de partager leurs préoccupations, de s'informer des actualités de leur banque et de renforcer les liens en créant des souvenirs communs.

Aquitaine Centre Atlantique

La Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique a sensibilisé 250 clients sociétaires aux gestes qui sauvent, en partenariat avec de nombreuses casernes de pompiers de Nouvelle-Aquitaine. Cette sensibilisation est renouvelée en 2026 avec 400 sociétaires.

Occitanie

La Banque Populaire Occitane rassemble, en dehors des assemblées générales, les sociétaires lors d'événements et de rencontres réparties

dans toute la région. En 2025, 2 849 sociétaires ont été réunis lors de 30 événements et rencontres dédiées.

Auvergne-Rhône-Alpes

La Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes a mis en place 8 conseils territoriaux coopératifs pour couvrir son vaste territoire. Ces conseils rassemblent 94 conseillers territoriaux – clients sociétaires et personnalités locales issues de divers secteurs – qui ont un double rôle : promouvoir les valeurs coopératives de la banque auprès des sociétaires et des parties prenantes, et faire remonter leurs retours et remarques à la direction.

À la CASDEN

Un réseau militant composé de 249 délégués et 10 115 correspondants promeut le modèle coopératif au quotidien dans les établissements publics. Ce sont des sociétaires, agents de la fonction publique en activité ou à la retraite, particulièrement engagés auprès de leur banque coopérative, qui partagent ses valeurs et contribuent à son rayonnement.





À L'ÉCOUTE DE NOS COLLABORATEURS...

ÉCOUTER NOS 27 700 COLLABORATEURS, COMPRENDRE LEURS ATTENTES
ET VALORISER LEURS IDÉES : UNE DÉMARCHE ESSENTIELLE POUR
RENFORCER LE MODÈLE COOPÉRATIF ET LE FAIRE VIVRE AU QUOTIDIEN.

UNE MOBILISATION CROISSANTE

Depuis 2023, les 14 Banques Populaires associent l'ensemble de leurs collaborateurs à une grande enquête de perception des valeurs coopératives : « Engag'Coop », pour mieux connaître leur compréhension du modèle coopératif et local et leur attachement à celui-ci et permettre d'adapter des plans d'action. L'enquête de 2025, la seconde du genre, a vu le taux de participation augmenter à 39 % (11 485 répondants), contre 28 % deux ans auparavant. Cet enthousiasme, comme le nombre de verbatim et d'idées soumises par les collaborateurs à cette occasion, témoigne de leur engagement. Nouveauté 2025, la possibilité de demander un rendez-vous avec son conseiller pour échanger a été une option choisie par près de 600 collaborateurs sur le modèle coopératif et l'acquisition de parts sociales.

UN MODÈLE COOPÉRATIF PLÉBISCITÉ ET MIEUX COMPRIS

Parmi les principaux résultats de l'enquête, 91 % des collaborateurs se sentent attachés au modèle coopératif de leur banque et fiers de celui-ci. Le sentiment d'appartenance, à un niveau très haut, est partagé par 87 % d'entre eux. L'adhésion à un modèle ayant un impact local économique et social atteint 81 % (+ 5 points vs 2023). Pour 72 % des collaborateurs, Banque Populaire témoigne d'un plus fort engagement sociétal (social, RSE, environnemental...), valorisant les actions menées en faveur de la vitalité de chaque territoire – ce dont témoigne l'empreinte coopérative et sociétale, depuis près de quinze ans. Autre enseignement, les collaborateurs expriment des avancées significatives en matière de sensibilisation et de formation au modèle coopératif : la connaissance du modèle progresse nettement (37 % vs 13 % en 2023).

72%

des collaborateurs sont
sociétaires (hors Bred, Casden
et Crédit Coopératif).

10 900

collaborateurs ont été formés
en 2025 pour mieux connaître et
incarner le modèle coopératif.

5 M€

ont été investis en 2025
pour former les collaborateurs
au sociétariat et à la RSE.

... ET DE NOS SOCIÉTAIRES

GRÂCE AU LAB COOPÉRATIF BANQUE POPULAIRE, SA PLATEFORME D'ÉCOUTE ET DE PARTICIPATION, LES SOCIÉTAIRES PARTAGENT LEURS IDÉES, VOTENT ET FONT ENTENDRE LEUR VOIX. DEPUIS SON LANCEMENT EN 2018, LE LAB'BANQUE POPULAIRE A RECUEILLI PRÈS DE 6 000 CONTRIBUTIONS ET SUSCITÉ L'ENGAGEMENT DE 18 000 PARTICIPANTS À TRAVERS 80 000 SONDAGES. LES VERBATIM CI-DESSOUS SONT ISSUS D'UNE CONSULTATION CONSACRÉE AUX ATTENTES DES JEUNES ENVERS LEUR BANQUE COOPÉRATIVE.



« Avoir un accompagnement pour monter en compétences sur la gestion de ses finances personnelles et la préparation de ses futures grandes décisions ayant un impact sur ses finances (logement, études, couple, enfants, entreprise, retraite, investissement...). »

Ève

« Accompagner les plus jeunes sociétaires, les nouveaux majeurs, qui ont la chance d'être sociétaires, dans leur éducation financière, la bonne gestion de leurs fonds et leur présenter des projets pour l'avenir, les accompagner dans l'entrepreneuriat, par exemple. »

Fabien

« Accueillir des jeunes dans vos agences et vos sièges pour des stages, des formations ou des portes ouvertes, pour donner du sens et concrétiser la promesse de la coopération, rencontrer les équipes et les élus. »

Marie

« C'est au détour d'un appel de ma conseillère que j'ai eu l'opportunité de devenir sociétaire. Je trouve qu'un des éléments centraux dans le fait d'être sociétaire, c'est le fait d'avoir voix au chapitre. »

Antoine

« L'idée de participer à la vie d'une banque coopérative, de soutenir un modèle fondé sur la proximité et l'intérêt collectif, ainsi que la possibilité d'un suivi plus personnalisé. »

Thomas





AU CŒUR DE L'ÉCONOMIE LOCALE



Au-delà de leur métier de banquier, les Banques Populaires ont engagé plus de 17 millions d'euros en 2025 pour promouvoir et soutenir la culture entrepreneuriale dans toute la France. Plus de 1 500 structures entrepreneuriales ont été accompagnées et plus de 1 800 initiatives ont vu le jour, avec une attention particulière portée au développement de l'entrepreneuriat féminin. Banque Populaire, en tant que marque employeur ancrée dans les territoires, a accentué son impact local.

PREMIÈRE BANQUE DES ENTREPRISES

Fidèle à son modèle coopératif, Banque Populaire construit une relation de proximité durable avec tous ceux qui entreprennent et font vivre les territoires. Fondée il y a près de cent cinquante ans par des entrepreneurs, pour des entrepreneurs, elle continue d'investir aux côtés de celles et ceux qui souhaitent développer leurs projets et générer un impact positif. Son engagement va au-delà du financement : le réseau soutient la création d'entreprise à chaque étape de son évolution. Consciente que le parcours entrepreneurial peut être semé de difficultés, elle propose des dispositifs spécifiques pour accompagner les entrepreneurs en situation délicate. Présente dans toutes les régions, Banque Populaire est ainsi reconnue comme la première banque des entreprises pour la seizième année consécutive⁽¹⁾.

ENCOURAGER L'ENTREPRENEURIAT POUR TOUS

Banque Populaire appuie de nombreuses structures dédiées à l'accompagnement et au conseil des créateurs d'entreprise. Cet engagement se traduit par des actions concrètes : la promotion de l'entrepreneuriat auprès des jeunes et des femmes, le soutien aux pépinières, incubateurs et plateformes spécialisées, ainsi que la formation et l'accompagnement des entrepreneurs. Par ailleurs, elle mène des initiatives favorisant l'inclusion économique via l'entrepreneuriat, en particulier pour les publics les plus vulnérables. Enfin, elle encourage l'esprit d'initiative à tous les âges.

(1) Source : étude Kantar – PME-PMI 2025.



220

créations d'entreprise soutenues
chaque jour partout en France.



2,9 M€

(523 initiatives) pour
l'accompagnement et la
formation des entrepreneurs
et porteurs de projet.



3 M€

(445 initiatives) en faveur
des pépinières, incubateurs et
plateformes d'entrepreneuriat.



44,2 M€

de lignes de refinancement
mises à la disposition
de l'Adie en 2025.



DONNER LEUR CHANCE À TOUS

DANS UNE DÉMARCHE SOLIDAIRE ET COOPÉRATIVE, BANQUE POPULAIRE VIENT EN APPUI AUX PORTEURS DE PROJET SANS DIPLÔME OU SANS APPORT À TRAVERS L'ADIE. LE RÉSEAU ACCOMPAGNE ÉGALEMENT LES ENTREPRISES QUI TRAVERSENT UNE PÉRIODE DIFFICILE.

Le premier partenaire financier de l'Adie

Réaliser son projet, trouver ses clients, se développer... Pour Banque Populaire, les bonnes idées ne doivent pas échouer faute d'avoir suffisamment de diplômes ou d'économies. Même sans ressources financières, même sans formation, un porteur de projet doit pouvoir devenir entrepreneur avec un accès au crédit et un accompagnement personnalisé. C'est pourquoi, depuis 1997, les 14 Banques Populaires soutiennent l'Adie, l'Association pour le droit à l'initiative économique, spécialiste du microcrédit et reconnue d'utilité publique. Le réseau des Banques Populaires est le premier partenaire financier de l'association, permettant de financer 8853 microcrédits qui contribuent au maintien ou à la création de 8268 emplois indépendants ou salariés.

Un soutien local majeur

Le partenariat avec l'Adie permet chaque année à plus de 26 000 femmes et hommes de se lancer dans l'entrepreneuriat ou de rebondir. Il contribue à la dynamique économique dans tous les territoires, notamment dans les communes rurales, les outre-mer et les quartiers prioritaires de la politique de la ville. Ce partenariat prend vie dans chacune des banques en impliquant en interne les collaborateurs ainsi que les dirigeants. Et même les retraités, qui sont nombreux à devenir bénévoles de l'Adie. Aux côtés de l'association, le réseau des Banques Populaires soutient particulièrement les jeunes entrepreneurs, en contribuant à l'ensemble de l'offre d'accompagnement de l'Adie destinée aux moins de 30 ans : programme de formation « Je Deviens Entrepreneur », fonds de prêts d'honneur dédié aux jeunes et prix CréAdie Jeunes – Banque Populaire.

Aux côtés des professionnels vulnérables

En parallèle de l'accueil réservé aux publics fragiles, Banque Populaire a mis en place plusieurs initiatives à destination des clients professionnels les plus vulnérables. Une enveloppe totale de 6,8 millions d'euros est ainsi consacrée au soutien des TPE, professionnels et particuliers qui traversent une passe financière difficile. Neuf Banques Populaires accompagnent spécifiquement les TPE et PME en difficulté, via des structures formalisées. Les Banques Populaires du Sud, Bourgogne Franche-Comté, Grand Ouest et Méditerranée disposent d'agences d'accompagnement dédiées.



ENCOURAGER TOUTES LES INITIATIVES

EN 2025, LES BANQUES POPULAIRES INTENSIFIENT LEUR ENGAGEMENT AUPRÈS DES ENTREPRENEURS. UN ACCOMPAGNEMENT RENFORCÉ ET UN SOUTIEN DÉCISIF POUR FAIRE RÉUSSIR CHAQUE PROJET.

Partager les conseils et bonnes pratiques

À côté du financement direct de la création d'entreprise, le réseau des Banques Populaires apporte un soutien majeur aux structures d'accompagnement et de conseil, indispensables au développement et à la réussite des projets. Pépinières, incubateurs et plateformes d'entrepreneuriat figurent parmi les dispositifs aidés au premier plan, ainsi que les réseaux d'accompagnement et de formation des entrepreneurs et porteurs de projet. Il s'agit également, dans ce cadre, de promouvoir l'entrepreneuriat auprès des jeunes et des femmes (voir pages suivantes). Concrètement, cet engagement prend la forme d'un soutien aux réseaux qui interviennent à tous les stades de la création : réseaux d'entreprises, réseaux fédératifs professionnels, telles les chambres de commerce et d'industrie, les chambres de métiers et les chambres d'agriculture, ou bien réseaux liés à des projets ou des plateformes, comme le Réseau Entreprendre ou Initiative France.

Stimuler l'envie d'entreprendre

Les Banques Populaires sensibilisent à la culture entrepreneuriale avec Entreprendre pour Apprendre (EPA), association loi 1901 qui a pour objectif de sensibiliser à la création d'entreprise des jeunes de 8 à 25 ans dans le cadre scolaire. Le fonds de dotation des Banques Populaires est ainsi mécène du programme national Mini-Entreprises®, où des jeunes, scolaires ou étudiants, accompagnés par des enseignants et des entrepreneurs, construisent et gèrent une mini-entreprise sur une période donnée. Un championnat national des Mini-Entreprises® vient compléter ce programme, valoriser les projets participants et encourager l'excellence.

9,2 M€
ENGAGÉS EN PARTENARIAT
ET MÉCÉNAT EN FAVEUR DE
L'ENTREPRENEURIAT,
POUR 1514 INITIATIVES



Une expérience incroyable

Les témoignages de jeunes participant au programme Mini-Entreprises® d'EPA – Banque Populaire sont enthousiastes.

« Ce fut une expérience incroyable : j'ai occupé le rôle de chef d'équipe, et je me suis vraiment senti à l'aise pour guider mon groupe et bénéficier de leur confiance. »

Paul

« Nous sommes très fiers de ce que nous avons accompli cette année. Nous avons construit le projet de A à Z, acquis de nouvelles compétences et remporté un prix à la fin de l'année (Coup de cœur de la Marne) : c'est une véritable source de fierté. »

Vadim

« Au départ, je n'en attendais pas grand-chose, mais finalement nous avons réussi à très bien travailler ensemble. J'ai adoré pouvoir partager mes idées et réfléchir à un parc où les habitants du quartier pourraient se rencontrer, s'amuser et passer du temps ensemble. »

Rose

« Un dispositif dynamique et intéressant personnellement et professionnellement. »

Toscane



ET DANS LES RÉGIONS

Paris

La Banque Populaire Rives de Paris soutient CY Fondation (CY Cergy Paris Université) qui encourage l'entrepreneuriat étudiant. Elle accorde des prix à des étudiants méritants et à des projets de création d'entreprise menés par des étudiants. Elle est également partenaire d'Artisans d'Avenir, un réseau d'accompagnement qui favorise l'insertion et le développement des artisans d'art pour garantir la viabilité économique des ateliers et la transmission des savoir-faire.

Bourgogne Franche-Comté

La Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté est partenaire du réseau Initiative France, premier réseau associatif de financement et d'accompagnement de la création d'entreprise en France. Elle permet aux créateurs ou repreneurs de concrétiser financièrement leur projet, grâce à l'octroi notamment d'un prêt d'honneur. Elle contribue également à pérenniser leurs activités grâce à un accompagnement professionnel et au parrainage par un bénévole.

Val de France

Ketsia Lemba est lauréate du prix CréAdie Jeunes 2025, remis par le fonds de dotation de la Fédération Nationale des Banques Populaires en partenariat avec l'Adie, l'Association pour le droit à l'initiative économique. Elle a fondé Jeams, une entreprise qui permet aux étudiants en recherche d'alternance de trouver un employeur, avec une attention particulière pour l'inclusion, la diversité et le handicap.

Méditerranée

La Banque Populaire Méditerranée est partenaire de risingSUD, l'agence d'attractivité et de développement économique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur qui accompagne les entreprises, les investisseurs et les talents de la région dans leurs projets d'implantation et de développement. Cette association met en lumière les atouts de la région en faveur de la croissance et de l'innovation.

Sud

La Banque Populaire du Sud soutient Créalia Occitanie aux côtés des entrepreneurs et start-up de la région. Plateforme du réseau Initiative France, Créalia accorde aux porteurs de projets innovants un prêt d'honneur à taux zéro, sans garantie, qui renforce leurs fonds propres.

Sud

La Banque Populaire du Sud soutient activement l'entrepreneuriat sur son territoire et s'engage aux côtés de structures d'accompagnement telles que France Active Airdie-Occitanie et le Réseau Entreprendre, contribuant à sécuriser les parcours de création et à maximiser les chances de réussite.



ENTREPRENDRE AU FÉMININ

BANQUE POPULAIRE SOUTIENT DES INITIATIVES LOCALES ET NATIONALES POUR L'ENTREPRENEURIAT FÉMININ. EN DÉCERNANT DES PRIX AUX CHEFFES D'ENTREPRISE, ELLE VALORISE LEUR RÉUSSITE POUR SUSCITER LES VOCATIONS ET LEVER LES BARRIÈRES.

Révéler la force des créatrices d'entreprise

Parce que l'entrepreneuriat au féminin est un vecteur d'égalité économique et sociétale, Banque Populaire appuie des incubateurs, réseaux et plateformes entrepreneuriales qui soutiennent les créatrices d'entreprise et qui mettent en œuvre un accès égalitaire aux accompagnements. Ainsi, 31 associations sont aidées par les Banques Populaires pour favoriser l'entrepreneuriat féminin (25 en région, 6 nationales) et le réseau est partenaire de multiples actions, par exemple, le concours des Femmes entrepreneures du Cnam Incubateur. En outre, Banque Populaire récompense l'audace et l'innovation au féminin à travers de nombreux prix, misant sur des modèles de femmes talentueuses.

Des agricultrices remarquables

Au-delà de son engagement auprès des femmes agricultrices à travers les prix Dynamique Agricole, Banque Populaire est partenaire de VoxDemeter, une association qui promeut la mixité et l'égalité femmes-hommes dans le monde agricole. En 2025, VoxDemeter s'est particulièrement distinguée en multipliant les interventions publiques, notamment lors du Salon international de l'agriculture. À cette occasion, Banque Populaire et VoxDemeter ont remis pour la première fois le prix « Femmes Agricultures Territoires » sur le stand Banque Populaire. La lauréate, Anne-Cécile Suzanne, est éleveuse de bovins en Normandie.

Des rendez-vous qui comptent

Attentive aux conditions de vie des femmes qui entreprennent, Banque Populaire a été partenaire de l'Amphi « Femmes et santé » en 2025. Le réseau des Banques Populaires a par ailleurs célébré les 80 ans de Femmes Chefs d'Entreprises France, le 9 octobre 2025. Il est aussi partenaire depuis 2019 de « Reconversion en franchise pour les femmes », dont l'objet est d'ouvrir la voie de l'entrepreneuriat en franchise aux femmes qui souhaitent devenir indépendantes.



ET DANS LES RÉGIONS

Sud

Chaque année, le réseau « Les Elles du Sud » de la Banque Populaire du Sud organise le prix Sud Exceptionn'Elles pour célébrer les femmes entrepreneures. Pour son édition 2025, ce prix a mis à l'honneur cinq lauréates dans le cadre du thème « Les entreprises à impact positif », couvrant des domaines tels que la transmission, le local, la diversité, l'égalité, l'inclusion, l'environnement et la biodiversité.

Paris

La Banque Populaire Rives de Paris est partenaire de Force Femmes, une structure qui soutient l'entrepreneuriat des femmes de plus de 45 ans.

Occitanie

La Banque Populaire Occitane soutient Drôles de dames en 47 (Lot-et-Garonne), qui fédère et valorise l'entrepreneuriat au féminin.

Banque Populaire soutient celles qui osent et entreprennent dans les territoires



**AUDREY
BOUYER**

Audrey Bouyer, fondatrice de **Wounded Women**, est lauréate du Marathon Pitch Go Entrepreneurs 2025. La jeune pousse développe une lingerie adaptée aux douleurs postopératoires, elle est soutenue par la Banque Populaire Val de France et la Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique. Elle a également reçu le prix Santé Entrepreneurs et Audrey est Femme Forbes 2025, et Femme de santé 2024.



**JULIE
MEUNIER**

À Nice, Julie Meunier, cliente de la Banque Populaire Méditerranée, a lancé **Les Franjynes**, une start-up qui propose une alternative aux perruques aux patientes soignées pour un cancer. Il s'agit de prothèses capillaires partielles avec deux systèmes brevetés. Cette solution permet d'aider les personnes souffrant de problèmes capillaires à se réapproprier leur identité et à se sentir mieux.



**CHARLOTTE
DESMOUSSEAUX**

À Nantes, Charlotte Desmousseaux a créé la librairie **La vie devant soi** en 2015. Cette librairie de quartier est un lieu culturel, d'animation et d'accompagnement des clients dans leur parcours de lecteur. Atteinte d'un handicap visuel depuis sa naissance, Charlotte est lauréate de la Fondation Nationale Banque Populaire et cliente de la Banque Populaire Grand Ouest.



**NATHALIE
MABILEAU**

En 2025, Nathalie Mabileau, **viticultrice** à Saint-Nicolas-de-Bourgueil (Indre-et-Loire) et cliente de la Banque Populaire Val de France, est lauréate du trophée Transitions agricoles, l'un des prix Dynamique Agricole organisés en région avec les chambres d'agriculture. Après le décès de son mari, elle conserve et développe l'exploitation en compagnie de ses deux fils. Une histoire familiale qui témoigne d'une résilience et d'un engagement marqué en faveur de la transition agricole.



**CHRISTA
SEMPERTEGUI**

Christa Sempertegui, cofondatrice d'**InFocus Therapeutics**, est lauréate 2025 du prix HealthTech, l'un des trophées Next Innov remis par la Banque Populaire Rives de Paris et Maddyness qui récompensent les jeunes entreprises mettant en œuvre des progrès technologiques et scientifiques. InFocus Therapeutics est la première biotech à exploiter la chimie générative et l'IA pour découvrir de nouvelles molécules capables de cibler l'ARN.



RECRUTER AU PLUS PRÈS DES TALENTS

EN TANT QU'EMPLOYEUR, BANQUE POPULAIRE EST UN ACTEUR CLÉ DE LA VITALITÉ DES TERRITOIRES. LES BANQUES RÉGIONALES ONT MASSIVEMENT RECRUTÉ L'AN DERNIER. ELLES ONT INTÉGRÉ DE NOMBREUX JEUNES EN ALTERNANCE.



27690

collaborateurs répartis partout en France.



6098

personnes recrutées en 2025 localement.



1224

alternants en 2025.

Moteur de l'emploi local

Pour pourvoir à ses besoins de recrutement, Banque Populaire est attentive au lien entre les candidates et candidats à l'embauche et la région d'implantation de ses agences. En moyenne, chaque banque régionale a intégré 200 nouveaux collaborateurs et collaboratrices en 2025, participant au dynamisme économique et social de son territoire. Par ailleurs, Banque Populaire est un employeur qui promeut activement l'égalité des chances : 8 banques régionales comptent plus de 6% de collaborateurs en situation de handicap.

Une main tendue aux jeunes

Les Banques Populaires continuent de faire de l'insertion des jeunes une priorité stratégique, en ayant largement recours aux dispositifs existants. Le budget consacré à l'alternance a augmenté de 55% en 2025, compensant la baisse des dotations publiques. Les Banques Populaires nouent des partenariats avec les établissements d'enseignement supérieur, afin d'offrir des stages aux futurs diplômés, de sécuriser leur début de carrière et d'anticiper la transformation des métiers.



ET DANS LES RÉGIONS

Bourgogne Franche-Comté

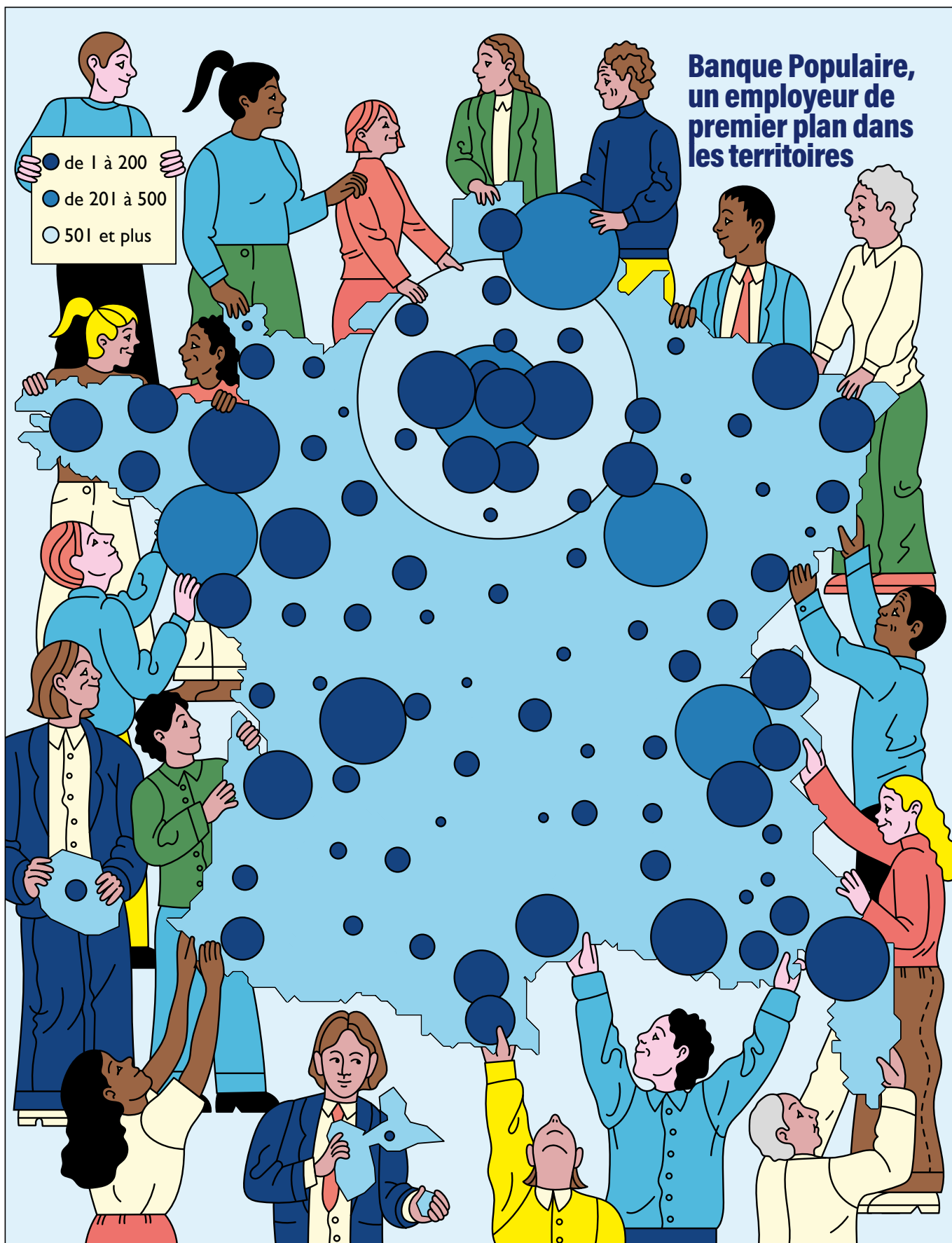
La Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté mène des opérations de sensibilisation aux risques psychosociaux et au handicap à destination des managers, en réalisant des exercices de simulation avec des casques de réalité virtuelle.

Alsace Lorraine Champagne et Occitanie

La Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne et la Banque Populaire Occitane ont accueilli 35 stagiaires de seconde.

Val de France

La Banque Populaire Val de France a organisé pas moins de 114 parcours d'intégration à l'embauche. Les recrues ont commencé par le siège social, puis elles ont passé deux semaines découverte en agence, avant de rejoindre leur agence d'affectation.

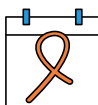


Collaboratrices et collaborateurs recrutés au sein du réseau des Banques Populaires (CDI, CDD, alternants, auxiliaires...)



UN SENS DES RESPONSABILITÉS PARTAGÉ

DEPUIS SA CRÉATION, BANQUE POPULAIRE A CONSTRUIT UN CADRE DE TRAVAIL QUI FAVORISE LE BIEN-ÊTRE DES COLLABORATEURS ET QUI FAVORISE LEUR ENGAGEMENT. LA « MARQUE EMPLOYEUR » SE DÉCLINE EN UNE MULTITUDE D'INITIATIVES LOCALES.



13

Banques Populaires sont labellisées Cancer@Work.



12,8 M€

sont dépensés au travers d'activités bien-être, sérénité et sport au travail.



2836 h

d'engagement de 500 collaborateurs sur leur temps de travail.

Une démarche de qualité de vie au travail

En tant qu'employeur, Banque Populaire veille à la qualité de vie de ses collaboratrices et collaborateurs en mettant en œuvre des dispositions qui allègent les charges du quotidien et facilitent l'articulation entre vie privée et vie professionnelle.

Ainsi, près de 7 millions d'euros ont été consacrés en 2025 à la garde d'enfant, plus de 5 millions d'euros ont été distribués en titres-restaurants et le budget d'aide aux transports, visant à rapprocher le domicile du lieu de travail, s'est élevé à près de 2 millions d'euros. Quatre banques régionales (Méditerranée, Aquitaine Centre Atlantique, Rives de Paris et Nord) disposent d'une conciergerie. Plusieurs Banques Populaires régionales se distinguent par l'obtention ou le renouvellement de certifications, telles que Great Place To Work, Top Employer ou HappyTrainees

pour les alternants. Celles-ci s'ajoutent à l'ensemble des labels et certifications décernés en 2025 aux différentes banques (par exemple, le label Afnor Diversité et Égalité professionnelle et le label Afnor Égalité femmes/hommes), reconnaissant l'intérêt et la valeur des 600 actions dédiées à la qualité de vie au travail à l'échelle nationale.

19,8 M€
SONT CONSACRÉS À LA
QUALITÉ DE VIE
AU TRAVAIL

Aider les aidants

En solidarité avec les collaboratrices et collaborateurs qui accompagnent un proche malade ou en situation de dépendance, la plupart des Banques Populaires régionales proposent des dons de jours aidants, qui permettent de dégager du temps supplémentaire. Trois d'entre elles (Nord, Bourgogne Franche-Comté et Aquitaine Centre Atlantique) ont mis en place le dispositif « Prev&Care », formation recommandée par Malakoff Humanis. Banque Populaire a reçu le label Cap Handéo salariés aidants. Par ailleurs, 13 Banques Populaires sont labellisées Cancer@Work, une association qui soutient l'insertion, le maintien dans l'emploi et la qualité de vie professionnelle des personnes touchées par le cancer. Plusieurs banques complètent leur soutien par des opérations de micro-don sur la plateforme Microdon.



Tous solidaires !

Les collaboratrices et collaborateurs des Banques Populaires peuvent participer bénévolement et spontanément, tout au long de l'année, à de multiples initiatives solidaires, concrétisant les valeurs de la banque, en donnant de leur temps et de leur argent. Cet engagement se déploie dans des domaines variés : soutien aux plus fragiles, accompagnement des jeunes, actions en faveur de l'environnement, etc. Il prend, par exemple, la forme de journées solidaires ou de journées d'engagement consacrées à une mission spécifique (collecte alimentaire, de vêtements, ramassage de déchets...). Banque Populaire a le label Enseigne responsable. Le programme d'engagement SoPOP propose un dispositif de mécénat de compétences qui a engagé, en 2025, 900 collaborateurs. Ils ont réalisé trois mille heures de bénévolat au profit de plus de 50 associations. Sur leur temps de travail, les collaborateurs ont pu soutenir les actions du World Cleanup Day ou les journées des banques alimentaires. Par ailleurs, le don de jours se développe, au bénéfice de nombreuses structures publiques ou associatives. On trouve ainsi des salariés des Banques Populaires réservistes à la gendarmerie, chez les pompiers (label Employeur partenaire des sapeurs-pompiers). Autre exemple, certaines banques offrent deux jours de RTT à celles et ceux qui interviennent comme formateurs dans les grandes écoles.



ET DANS LES RÉGIONS

Occitanie

La Banque Populaire Occitane met à disposition un collaborateur à mi-temps auprès de l'association Hôpital Sourire, créée en 1995 aux côtés du CHU de Toulouse.

ont participé à des vendanges, sur leur temps de travail, au domaine du Mas d'Espanet à Saint-Mamert-du-Gard, pour découvrir le quotidien d'un client viticulteur.

Grand Ouest

La Banque Populaire Grand Ouest soutient United Heroes, un programme annuel sportif et solidaire engagé dans l'organisation de challenges et d'actions sportives au profit d'associations du territoire.

Le Crédit Coopératif

a conduit en janvier 2026 l'opération « 31 jours pour s'engager » qui a valorisé chaque jour du mois une action aux objectifs durables et solidaires (ramassage de déchets, économies d'eau, achat en seconde main, don du sang, etc.).

Sud

La Banque Populaire du Sud a organisé la journée Great Place to Vendanges : le 16 septembre 2025, 50 collaborateurs

« Rendre visibles les entrepreneuses au sein de la société »

Marie Rachedi, directrice de la communication du Réseau Entreprendre®, nous éclaire sur l'importance de soutenir et d'encourager les femmes qui entreprennent.

Est-il plus difficile de créer une entreprise lorsqu'on est une femme ?

M.R. : La réponse à cette question peut surprendre mais rien ne démontre formellement qu'il serait plus difficile de créer ou de reprendre une entreprise quand on est une femme. Aucune statistique officielle ne permet de le dire. Par exemple, l'accès au financement est le même, les parcours sont comparables, de l'idée jusqu'au lancement. On trouve aujourd'hui des cheffes d'entreprise dans tous les secteurs, y compris l'industrie, qui est souvent perçue comme un domaine très masculin. Et il existe des aides spécifiques, des accompagnements dédiés aux femmes. Cependant, on constate que les femmes sont globalement moins nombreuses que les hommes à diriger une entreprise. Chez Réseau Entreprendre®, nous avons « seulement » 30% d'entrepreneuses-lauréates.

Quels sont les freins ?

M.R. : Ce sont ceux que l'on observe dans tous les domaines. Elles manquent de confiance en elles, elles osent moins se mettre en avant. Elles se posent davantage de questions que les hommes, notamment sur l'équilibre entre leur vie privée et leur travail. Elles sont encore victimes de stéréotypes pesants de la société et de l'entourage.

Comment cela se traduit-il au moment de créer une entreprise ?

M.R. : Nous avons mené une enquête en 2024 avec Grenoble École de management. Cette étude a fait apparaître que les entrepreneuses disposent, au moment de fonder leur société, d'un

montant de capital souvent inférieur à celui des hommes. Il est de 15000 euros en moyenne. Cela s'explique par leur prudence. Elles ne sollicitent pas autant de fonds que les hommes. Par manque de confiance et du fait d'une gestion « en bonne mère de famille », elles affichent des ambitions moins élevées que les hommes.

Les performances sont-elles différentes, au bout du compte ?

M.R. : Oui, dans le bon sens. Il arrive que les femmes enregistrent des résultats supérieurs à ceux prévus dans leur business plan parce qu'elles ont sous-estimé leurs capacités de réussite. Les hommes, eux, vont montrer davantage d'ambitions mais ils peuvent obtenir des résultats moins performants. J'aime bien dire qu'elles gèrent leur entreprise « en bonne mère de famille ». Par ailleurs, elles n'entretiennent pas les mêmes relations avec leurs équipes. Les femmes sont davantage à l'écoute et dans le dialogue, quand les hommes pilotent plutôt seuls. Elles embarquent les salariés différemment, dans une ambiance et avec un engagement plus inclusifs. On perçoit aussi ce phénomène chez les jeunes entrepreneurs, hommes ou femmes. Les nouvelles générations sont très ouvertes aux entreprises à mission, prêtes à donner du sens et à embrasser un modèle plus coopératif. Les choses évoluent.

Comment aider, encourager et soutenir les femmes qui entreprennent ?

M.R. : L'enjeu est de leur faire prendre conscience de leurs capacités, quand elles ne se sentent pas légitimes à diriger. J'insiste, le poids des stéréotypes et des préjugés reste fort, on les renvoie souvent à la question des enfants... Mais quand on a vingt ans d'expérience dans un secteur et que l'on veut créer sa boîte, on est légitime. Lorsqu'on fait des bilans avec les porteuses de projet, elles réalisent qu'elles ont un fort potentiel de réussite. Ensuite,

il faut créer un environnement favorable, pour qu'elles se sentent à l'aise avec l'accompagnement.

Quelles sont les actions mises en œuvre par les structures comme la vôtre ?

M.R. : On peut mener des actions de sensibilisation afin que toutes les parties prenantes soient conscientes des enjeux. En 2017, nous avons créé le module d'expertise Wom'Energy, avec un kit qui évoque les stéréotypes et invite à les combattre avec pour objectif de sensibiliser nos membres. En outre, nous pouvons demander aux porteuses de projet si elles préfèrent être suivies par une femme. Le dispositif ne devrait pas être genré, dans un monde idéal, mais nous voulons lever tous les freins. Il s'agit aussi de rendre les entrepreneuses plus visibles au sein de la société.

Parce que les femmes créatrices d'entreprise peuvent représenter des modèles pour les autres.

M.R. : Bien sûr. Nous diffusons des portraits dans lesquels les dirigeantes témoignent de leurs expériences. On leur donne la parole pour inspirer les autres. Elles osent, elles réussissent, elles créent des emplois. Cela doit rassurer celles qui hésitent à se lancer. Je fais un parallèle avec le sport. Tant qu'on ne le voit pas, on ne peut pas se dire « moi aussi, je veux le faire ». Mais les modèles existent et il faut les valoriser au maximum.

Banque Populaire soutient également l'entrepreneuriat féminin en insistant sur la visibilité. Est-ce la bonne voie ?

M.R. : Il y a beaucoup de progrès dans le système bancaire. La mise en lumière des cheffes d'entreprise, notamment à travers les prix, est effectivement une bonne chose. Les banques dans leur ensemble doivent être sensibilisées aux enjeux, et cela se traduira à terme par des investissements en prêts plus élevés.



Marie Rachedi est responsable de Wom'Energy, le programme d'accompagnement du Réseau Entreprendre® adapté aux femmes entrepreneuses, encourageant la création d'entreprises par les femmes.



A photograph of two children walking along a rocky coastline. The child on the left is wearing a dark blue shirt, light blue shorts, and red boots, carrying a green bucket. The child on the right is wearing a white shirt, light blue shorts, a dark cap, and blue boots, carrying a pink net. The background shows the ocean and a blue sky with light clouds. The title 'LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN ACTES' is overlaid in large, bold, white letters.

LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE EN ACTES



Banque Populaire s'engage pleinement dans la transition écologique des territoires, avec une priorité donnée à la gestion de l'eau. Cet engagement se décline à trois niveaux : en appliquant les meilleures pratiques environnementales dans son fonctionnement interne, en finançant les projets à impact positif de ses clients, et en soutenant des initiatives locales par le mécénat, fidèle à son ADN coopératif et territorial.

DES MOYENS POUR LE CLIMAT

En 2025, Banque Populaire a consacré 27 millions d'euros à la préservation de l'environnement, à travers la gestion de son réseau bancaire et de ses collaborateurs, des offres et soutiens spécifiques auprès de ses clients. Au total, près de 500 initiatives ont été soutenues et/ou réalisées. Une forte hausse (+ 17%) est enregistrée s'agissant des actions liées au pilotage des projets. Banque Populaire s'attache à donner l'exemple en tant que réseau coopératif et local, en menant ses propres initiatives : plans de mobilité durable, critères d'intéressement environnementaux... Le réseau poursuit aussi ses engagements et efforts en direction des clients à travers la surrémunération des produits d'épargne à vocation environnementale ou la bonification de prêts. Soit 7,3 millions d'euros en 2025.

DES CONSEILLERS MOBILISÉS

Banque Populaire a l'ambition d'être un acteur de référence de la transition environnementale au niveau local. Pour accompagner les clients, comme les dirigeants de toutes les structures qui peuvent avoir un impact sur le climat, le réseau s'appuie sur ses 4 000 conseillers mobilisés autour des enjeux du développement durable.

PRIORITÉ À L'EAU!

Depuis 2024, les Banques Populaires s'engagent pour la ressource hydrique, plaçant l'eau au cœur de leurs priorités. Elles accompagnent leurs clients, leurs sociétaires et l'ensemble des acteurs impliqués dans la mise en œuvre de projets de gestion durable de cette ressource essentielle.



6,6 M€

investis dans des projets
liés à l'immobilier durable.



4 M€

investis dans des projets
liés à la biodiversité.



4,9 M€

investis dans des projets
liés à la mobilité durable.



1,5 M€

investis dans des actions
de sensibilisation.



RÉDUIRE L'IMPACT DE LA BANQUE SUR L'ENVIRONNEMENT

L'ENSEMBLE DU RÉSEAU EST ENGAGÉ DANS UNE MULTIPLICITÉ
DE DÉMARCHES ENVIRONNEMENTALES. CHAQUE BANQUE POPULAIRE
AU NIVEAU LOCAL DÉPLOIE ÉGALEMENT SES PROPRES PROJETS.

Vers la neutralité carbone en 2050

Avec des établissements et des collaborateurs présents dans toute la France, le réseau des Banques Populaires s'applique à lui-même ce qu'il recommande à ses clients, en visant la neutralité carbone pour l'ensemble de ses activités à l'horizon 2050. D'importantes actions sont menées en faveur d'une banque plus écologique, **dans 4 grands domaines de la transition environnementale : la sensibilisation, la mobilité, l'immobilier et la biodiversité.**

Biodiversité

Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté investit dans les forêts de sa région en partenariat avec France Valley, acteur incontournable de la filière forestière en France. Un engagement de 15 millions d'euros sur cinq ans au profit d'investissements dans les massifs locaux. La convention des délégués de la CASDEN a donné lieu à des versements en faveur du projet de reforestation dans la commune de Bellon en Nouvelle-Aquitaine, à la suite des incendies.

Mobilité durable

Une forte dynamique est à l'œuvre. En 2025, pas moins de 83 nouvelles initiatives en faveur de la mobilité durable ont été comptabilisées au sein du réseau des Banques Populaires dans les régions. En tant qu'employeur, Banque Populaire consacre 4,9 millions d'euros pour développer la mobilité verte de ses collaborateurs. Un accent est mis sur la mobilité électrique, avec la mise à disposition de voitures et de vélos électriques, et l'installation de nouvelles bornes de recharge. Par ailleurs, 10 banques régionales incitent au covoiturage et 12 ont accru leur prise en charge des transports en commun, allant au-delà des obligations légales. S'agissant du vélo, 10 Banques Populaires ont lancé des projets qui lui sont dédiés.

Sensibilisation

En développant des outils de pilotage environnemental, des études d'impact et d'opportunités ainsi que des actions de communication, Banque Populaire participe à la sensibilisation et à l'information sur les conséquences du réchauffement climatique et sur les enjeux de la transition. Dans ce cadre, le Crédit Coopératif a soutenu en 2025 la production et la diffusion du film documentaire *Shimla*, du nom d'une ville au nord de l'Inde, réalisé par Victoria Guillomon et Johan Reboul. Ces deux influenceurs ont relevé le défi d'effectuer leur voyage en Inde sans prendre l'avion, afin de sensibiliser notamment aux enjeux liés à l'eau.

Immobilier

L'ensemble du réseau des Banques Populaires a consacré 6,6 millions d'euros en 2025 à l'immobilier durable. Ces initiatives participent à améliorer l'empreinte carbone du groupe. Elles se matérialisent par des travaux de rénovation énergétique, des investissements en domotique dans les agences ou des démarches d'optimisation de la consommation d'énergie et d'eau.



DEVENIR LA BANQUE DE L'EAU

LES BANQUES POPULAIRES ONT LANCÉ LE MOUVEMENT « AGIR POUR L'EAU » POUR ACCOMPAGNER ET FACILITER LA TRANSITION HYDRIQUE, LA GESTION ET LA PRÉSERVATION DE L'EAU EN FRANCE, POUR LES ENTREPRISES ET LES TERRITOIRES.



3,6 M€

consacrés au financement de 171 initiatives en lien avec l'eau.



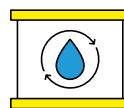
110

associations et chaires de recherche sur la filière de l'eau soutenues.



1,1 M

de sociétaires sollicités dans le cadre de l'enquête Agir pour l'eau.



+ de 9200

collaborateurs formés au sujet d'une gestion plus durable de l'eau.

Le mouvement est lancé

En 2025, les Banques Populaires se sont engagées dans un projet global et ambitieux : accompagner tous les acteurs dans une gestion durable et responsable de l'eau, Agir pour l'eau. Banque Populaire entend devenir la première banque reconnue pour son engagement sociétal en faveur de la ressource hydrique, de sa préservation et de sa bonne gestion. Une première étape a eu lieu les 19 et 20 juin 2025 avec la réunion de plus de 300 administrateurs, pour confirmer ce mouvement et sensibiliser le plus grand nombre.

La voile, vecteur de sensibilisation

L'engagement historique des Banques Populaires pour la voile s'inscrit totalement dans le mouvement Agir pour l'eau. Banque Populaire soutient la voile depuis trente-cinq ans, en tant que partenaire des Fédérations françaises de voile et de surf et de l'Association Éric Tabarly. Elle soutient les clubs du littoral, la voile sportive et les sports nautiques. Cet engagement intègre désormais une sensibilisation aux problématiques de l'eau. S'agissant plus largement des métiers de la mer, Crédit Maritime est leader de la filière pêche et cultures marines.

Des partenaires de haut niveau

Banque Populaire est partenaire de l'Astee, des Voies navigables de France et du réseau Amorce. Astee est l'association technique et scientifique de référence dans le domaine de l'eau et des déchets. Les Banques Populaires et l'Astee ont signé, le 12 mars 2025, une convention de mécénat ayant pour thème « l'eau au cœur des entreprises et des territoires ». Voies navigables de France a créé la Fondation Terres d'eau, dédiée à la protection du patrimoine des fleuves, canaux et rivières, dont Banque Populaire est un des mécènes fondateurs. Avec plus de 1 100 adhérents, Amorce constitue le premier réseau d'information, de partage d'expérience et d'accompagnement des collectivités locales et d'autres acteurs locaux (entreprises, associations, fédérations professionnelles) en matière de transition écologique.



Plus de 1000 idées pour l'eau

Huit banques régionales ont sollicité l'avis de plus de 3000 sociétaires sur les questions liées à l'eau, via le Lab'Banque Populaire, la plateforme coopérative des Banques Populaires. En tête de leurs préoccupations figure la lutte contre la pollution de l'eau (pour 61 % des répondants), suivie par la sauvegarde de l'eau potable (49%) et la préservation des nappes phréatiques (45%). En réponse, près de 1300 propositions concrètes ont été répertoriées. Parmi les suggestions exprimées figurent notamment l'instauration de journées de ramassage des déchets et le nettoyage des rivières.



ET DANS LES RÉGIONS

Grand Ouest

Les Trophées Innovation Océan récompensent des projets innovants en lien avec la croissance bleue et la gestion durable des océans.

La Banque Populaire Grand Ouest et Crédit Maritime, en partenariat avec le secrétariat d'État à la Mer, mettent en lumière les innovations des grandes et petites entreprises, des associations et des collectivités.

Val de France

En 2025, à l'occasion des 10 ans de sa fondation, la Banque Populaire Val de France a annoncé la création d'un fonds de dotation spécifique « Territoires & Transition » dédié aux enjeux de l'eau, dans le but de soutenir des projets qui encouragent une gestion plus durable de la ressource.

Alsace Lorraine Champagne

La Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne soutient le pôle de compétitivité Aqualanova.

Acteur de la lutte contre le changement climatique, le pôle agit pour la transition écologique et constitue un accélérateur d'innovation collaborative sur le sujet de l'eau.

La BRED

BRED Banque Populaire s'est associée à l'Office français de la biodiversité (OFB) dans la première opération de mécénat menée au sein du parc naturel marin de Martinique. Présente depuis plus de trente ans sur l'île, la BRED confirme son ancrage local en soutenant un projet structurant pour le territoire ultramarin, visant à préserver une biodiversité exceptionnelle.

Le Crédit Coopératif

Le Crédit Coopératif est partenaire du Climat Libé Tour lancé par le journal *Libération*. Il s'agit du premier festival itinérant pour penser et agir pour le climat. Par ailleurs, le Crédit Coopératif a participé à plusieurs interventions sur l'eau lors des rencontres

coopératives en 2025, notamment avec l'hydrologue Charlène Descollonges et le maire adjoint de Dijon.

Sud

La Fondation Banque Populaire du Sud a alloué une enveloppe exceptionnelle de 20 000 euros à l'association E.V.A (Ensemble Valorisons le terroir de l'Agly – 66) pour son projet de réhabilitation d'une cuve viticole transformée en une réserve d'eau pluviale à destination de l'agriculture et de la sécurité incendie. Une initiative récompensée pour son utilité environnementale, son ingéniosité et son caractère innovant.

Aquitaine Centre Atlantique

La Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique a participé au Forum de l'eau, organisé à Bordeaux par l'Agence de l'eau, sensibilisant les institutionnels de Nouvelle-Aquitaine aux enjeux de préservation de la ressource hydrique.



PROTÉGER LE PATRIMOINE NATUREL LOCAL

LES BANQUES POPULAIRES ONT ENGAGÉ DES ACTIONS CONCRÈTES
DE PRÉSERVATION DES ÉCOSYSTÈMES AQUATIQUES ET NATURELS.
UN SOUTIEN LOCAL AU CŒUR DES ENJEUX CLIMATIQUES.

Le cycle de l'eau à l'épreuve du climat

Lutte contre les plantes invasives dans les rivières, conservation des fonds marins, préservation des marais et des zones humides, restauration de tourbières... Banque Populaire soutient 23 projets locaux, dans tous les territoires, destinés à rétablir le bon fonctionnement du cycle de l'eau et à agir en faveur de la stabilité du climat. Face au réchauffement global, l'équilibre des écosystèmes naturels liés à l'eau est touché ou menacé dans chacune des régions de France. Ils constituent également des réservoirs exceptionnels de biodiversité. Outre l'enjeu environnemental, c'est un patrimoine naturel commun qui est en danger. Sa préservation est au cœur des valeurs collectives de Banque Populaire. Les projets, lancés l'an dernier, doivent aboutir en 2026.

Agir en conscience, guidé par la science

Les actions de préservation appliquées à chaque site sont encadrées sur le plan national par un comité scientifique. Celui-ci est composé d'experts issus à la fois de la société civile et d'institutions nationales, telles que Voies navigables de France et les conservatoires d'espaces naturels. Ils sont spécialistes des enjeux liés à la biodiversité, à l'eau et à la forêt. Dans le cadre des actions du Groupe BPCE, ce comité évalue la conformité des projets et suit les indicateurs de leur mise en œuvre et de résultats. La gestion, l'exécution et le suivi de chaque projet, selon les exigences du cadre d'impact, sont confiés à des structures techniques et scientifiques locales. Le comité scientifique regroupe six experts et est présidé par Esther Crauser-Delbourg, économiste de l'eau, diplômée de l'Essec et de l'École d'économie de Paris, et docteure de l'École polytechnique.

 **23** 
**ÉCOSYSTÈMES
NATURELS LOCAUX**
**SOUTENUS PAR BANQUE POPULAIRE
ET SUIVIS PAR UN
COMITÉ SCIENTIFIQUE**

Banque Populaire agit pour les écosystèmes naturels locaux

14 exemples de projets soutenus

- Lutte contre les plantes invasives
- Restauration
- Préservation
- Conservation



Pour plus de détails sur les actions soutenues par les Banques Populaires (liste non exhaustive), voir page 48.



UN COUP DE POUCE AUX CLIENTS



**SURRÉMUNÉRATION DES PLACEMENTS VERTS OU TAUX PRÉFÉRENTIELS
POUR LES EMPRUNTEURS : DES PREUVES FINANCIÈRES DE L'ENGAGEMENT
DE BANQUE POPULAIRE POUR LA TRANSITION.**

Des produits qui font la différence

En direction tant des épargnants que des emprunteurs, les Banques Populaires déploient une gamme de produits financiers spécifiques avec des taux d'intérêt plus favorables que ceux des produits classiques. S'agissant de l'épargne, le réseau Banque Populaire propose à ses clients de participer à la transition énergétique à travers la gamme « Vair ». Le CODEVair est un livret d'épargne accessible dès 10 euros, dont les fonds servent à financer des projets écologiques régionaux. Même philosophie pour le CATVair, qui est un compte à terme orienté vers les activités durables. La banque réalise un effort significatif en élevant la rémunération de ces placements au-delà des performances du marché, afin d'inciter ses clients à les choisir. S'agissant des prêts aux particuliers, le PREVair est un prêt individuel qui vise à financer les travaux d'économie d'énergie ou de production d'énergie renouvelable dans le logement, avec des conditions tarifaires privilégiées par rapport aux emprunts classiques. Il s'ajoute aux autres formules de prêt à impact environnemental – prêts de la Banque de la Transition Énergétique (BTE), mobilité verte, prêt à taux zéro catastrophes naturelles...

Les rénovations vertes récompensées

Banque Populaire valorise les professionnels de l'immobilier qui s'engagent dans la transition environnementale. Le prix RénoVert est un concours organisé avec l'Unis (Union des syndicats de l'immobilier) qui récompense les chantiers de rénovation durable. Les projets doivent répondre à des critères écologiques, mais ils doivent également améliorer la qualité de vie pour les habitants et témoigner de « qualités sociétales » (lien avec le quartier, démarche RSE...).

7,3 M€
CONSACRÉS À L'EFFORT DE
SURRÉMUNÉRATION DES PRODUITS
EN FAVEUR DE
L'ENVIRONNEMENT



FINANCER LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

AVEC DES FORMULES DE PRÊT DÉDIÉES, LES BANQUES POPULAIRES PERMETTENT AUX ENTREPRISES DE MULTIPLIER LES PROJETS AYANT UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL FAVORABLE.

Pionnière de la finance verte

Depuis les années 1990, Banque Populaire s'impose comme pionnière de la finance verte, devenant le premier réseau bancaire français à proposer des solutions répondant aux enjeux environnementaux. Cet engagement pionnier en faveur de l'écologie s'est traduit par des offres concrètes et innovantes. Aujourd'hui, Banque Populaire poursuit cette dynamique en enrichissant son portefeuille de produits responsables, affirmant son rôle d'acteur majeur de la finance durable. Fidèle à ses valeurs coopératives et à son soutien aux entrepreneurs, elle démontre que l'offre bancaire peut être un levier puissant pour accompagner la transition vers un avenir plus durable.

6,6 M€
CONSACRÉS AUX PROJETS
LIÉS À L'IMMOBILIER
DURABLE

Investir pour demain

Banque Populaire accompagne les entreprises dans leurs projets de transition environnementale. En déployant les outils financiers adéquats, elle soutient les initiatives en s'attachant à couvrir un large champ de projets. Les Banques Populaires financent ainsi des travaux d'amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments, mais aussi des chantiers spécifiques, par exemple ceux liés à l'éclairage, pour en réduire la facture et l'empreinte. Banque Populaire intervient également en appui aux investissements visant à réduire la consommation d'énergie des machines, des outils ou des systèmes de production. Il s'agit aussi d'encourager l'optimisation des ressources et des externalités dans le cadre d'une activité industrielle ou commerciale (système de récupération de chaleur, isolation thermique, traitement de l'eau performant...). S'agissant des énergies renouvelables, Banque Populaire facilite la transition en finançant l'installation d'unités de production (biomasse, biogaz, photovoltaïque, éolien...) ou les investissements dans le stockage de l'énergie non polluante. Enfin, elle finance l'acquisition de véhicules propres et l'installation du matériel de recharge nécessaire pour réduire l'impact environnemental des déplacements.



ET DANS LES RÉGIONS

Val de France

La Banque Populaire Val de France a mis en place un dialogue avec ses clients, en leur proposant notamment de répondre à un questionnaire permettant d'aborder les thèmes liés à la transition.

Grand Ouest

La Banque Populaire Grand Ouest octroie des baisses de tarifs aux entreprises clientes concernées par le prêt à impact lorsqu'elles atteignent des objectifs de performance extra-financière.

« Préparer l'avenir en revisitant les usages de l'eau »

Olivier Jossot nous explique les enjeux liés à la préservation des écosystèmes et leur importance.

Quel est l'état de la ressource en eau en France aujourd'hui ?

O.J. : La situation est préoccupante. À l'horizon 2050-2100, la hausse des températures et la baisse des précipitations dans certaines régions menacent la biodiversité et les usages que nous faisons de l'eau aujourd'hui. D'une part, le dérèglement climatique engendre une baisse de la ressource, conséquence de la baisse de la pluviométrie dans certaines régions, d'autre part, les usages ne sont pas assez sobres pour être compatibles avec la trajectoire de baisse de la ressource. S'agissant de la qualité de l'eau, dont le suivi ne fait pas partie de nos missions, nous observons, dans les nappes et les rivières, la présence de polluants que personne ne sait traiter. En gérant 6700 kilomètres de canaux et cours d'eau à travers la France et en supervisant les volumes prélevés et restitués au milieu naturel, Voies navigables de France mesure quotidiennement l'ampleur de ces défis.

Sur quels leviers agir pour éviter les pénuries ?

O.J. : Selon les projections des experts, l'action nécessaire pour préserver l'équilibre entre les ressources et les besoins, c'est le choix de la sobriété. Le gouvernement en a fait le premier axe du Plan eau, qui vise une baisse de 10% des prélèvements d'ici à 2030. Cette mesure doit toutefois s'accompagner d'un changement de pratiques dans tous les usages des particuliers, des industriels, des agriculteurs, pour garantir ceux qui sont essentiels. À l'échelle domestique, plus on connaît ses postes de consommation, mieux on peut agir. Dans l'industrie, beaucoup d'efforts ont été faits, sachant que les besoins évoluent sans cesse. Dans l'agriculture, cela dépend de l'activité, du choix des cultures, de la manière de

cultiver les sols. Les exploitations qui ont des productions diversifiées avec des cultures adaptées au climat, une protection des sols, des haies favorisant l'infiltration sont plus sobres et plus résilientes que la moyenne. D'autres devront être aidées pour s'adapter.

Quel est le lien avec l'économie des territoires ?

O.J. : Il est direct. Si l'on ne peut plus donner à une entreprise l'autorisation de prélever de l'eau dans un canal, par exemple, alors il faut trouver une alternative. S'il n'y en a pas, l'activité est en péril. En hiver, nous ne sommes globalement pas en risque. La période estivale concentre les difficultés, notamment pour l'agriculture. Il existe aussi un lien direct entre l'état de la ressource et l'économie locale. Si la sécheresse frappe les sols d'une région, plusieurs années de suite, si les incendies détruisent le couvert végétal, si les paysages changent, alors la nature sera durablement modifiée et les conditions de vie humaines, également. Il ne serait pas illogique d'observer des démenagements, des modifications des activités touristiques... C'est pour cela qu'il convient d'agir.

La collaboration entre les acteurs locaux est-elle essentielle ?

O.J. : Les débats sur la gouvernance de l'eau au niveau local sont parfois intenses. Mais nous pouvons nous féliciter d'avoir en France le meilleur modèle d'Europe en la matière, car les discussions ont lieu à hauteur des enjeux et à différents niveaux (local, par bassin-versant, national). Dans le dispositif de concertation en vigueur, tout est pris en compte : les besoins de chaque secteur, les écosystèmes, les consommateurs... En période de crise, ce sont les préfets qui coordonnent avec les services de l'État la gestion de la ressource selon différents niveaux d'alerte, de la vigilance à la crise, et in fine arbitrent l'allocation des ressources. Au niveau national, les actions sont davantage transversales.

Il s'agit d'encourager la sobriété, d'aider les collectivités à améliorer le rendement de leurs réseaux d'eau, d'améliorer la connaissance par l'instrumentation, de proposer de nouveaux modèles à la suite des travaux de recherche appliquée...

Comment les voies navigables de France sont-elles impactées par le dérèglement climatique ? Dans le cadre de la transition, quel est leur rôle ?

O.J. : Le risque est de manquer d'eau, pour les différents services que rendent les canaux (transport d'eau, prélèvement d'eau des tiers, navigation, développement d'activités économiques autour des voies d'eau). Lorsqu'une sécheresse s'annonce, nous l'anticipons grâce à nos suivis et nos outils de prévision. Des mesures sont prises pour limiter les prélèvements : la hauteur d'eau dans les canaux est réduite, on informe les usagers, on regroupe les passages aux écluses, on s'organise avec les services préfectoraux. C'est une bonne illustration de la manière dont l'eau est gérée dans notre pays. En tant qu'opérateur de l'État, nous discutons beaucoup avec les acteurs de l'eau et les usagers. Il s'agit d'être capable de répondre aux crises, en anticipant au maximum les actions possibles, et de préparer l'avenir en modernisant l'infrastructure et en revisitant les usages de l'eau et les méthodes.

Dans ce cadre, comment définissez-vous votre partenariat avec Banque Populaire ?

O.J. : Voies navigables de France a créé, sous l'égide de la Fondation du patrimoine, la Fondation Terres d'eau. C'est la première fondation consacrée à la protection de la biodiversité et du patrimoine des fleuves, canaux et rivières. Les Banques Populaires font partie des mécènes fondateurs. L'intérêt pour nous est de partager les bonnes pratiques et d'avoir un retour d'expérience avec Banque Populaire qui agit au contact des territoires. L'écosystème créé entre les scientifiques, les opérateurs et la banque est très positif.



Olivier Jossot est directeur adjoint de l'infrastructure, de l'eau et de l'environnement chez Voies navigables de France (VNF) et directeur du Programme d'adaptation au changement climatique de VNF. Il est également membre du Comité scientifique BPCE et de la Fondation Terres d'eau de VNF.



**AGIR
POUR LE
VIVRE-ENSEMBLE
DANS LES
TERRITOIRES**



Culture, sport, éducation, santé, inclusion... L'engagement sociétal des Banques Populaires s'exprime par des centaines de projets locaux en faveur de femmes, d'hommes, d'associations et d'autres structures qui renforcent la cohésion. Outils de mécénat, la Fondation Nationale Banque Populaire et Les fondations des banques régionales conjuguent proximité, solidarité et sens de l'initiative.

FAVORISER LA COHÉSION SOCIALE

Soutenir celles et ceux qui font vivre le lien social dans les régions, c'est aussi le rôle de Banque Populaire en tant que banque coopérative et locale. Cela représente plus de 5 880 initiatives différentes soutenues, pour un montant total de 38,3 millions d'euros en 2025. Sport, culture, éducation, solidarité, environnement : les engagements des Banques Populaires s'ancrent dans toutes les dimensions de la vie locale.

POUR LA VITALITÉ ASSOCIATIVE

Partout en France, Banque Populaire accompagne ainsi les associations qui font battre le cœur des territoires. Ce sont près de 5 164 structures associatives différentes qui ont été aidées dans tout le pays, territoires ultramarins compris, dont plus de 30 associations à dimension nationale soutenues par plusieurs Banques Populaires de manière indépendante (Réseau Entreprendre, NQT, Apprentis d'Auteuil, 60 000 rebonds, Adie).

LES RENCONTRES DE L'ENGAGEMENT SOCIÉTAL

En décembre 2025, la Fédération Nationale des Banques Populaires a organisé les Rencontres de l'engagement sociétal, dans l'objectif de favoriser la coopération partenariale, de créer du lien et de multiplier l'impact des engagements. Les représentants de nombreux organismes (Admical, Direction générale de la sécurité civile, Astee, Adie...) ont participé à l'événement. Cette journée a permis de célébrer les 5 ans de SoPOP, programme d'engagement solidaire de Banque Populaire.



4,6 M€

(512 actions) investis pour faire vivre la création, préserver le patrimoine et l'accès à la culture.



3,3 M€

(542 actions) investis en faveur de l'éducation et de la recherche à travers des fondations universitaires et la conception de supports pédagogiques.



1,9 M€

(504 actions) investis en faveur de la santé pour soutenir des structures comme Médecins Solidaires.



1,48 M€

de budget annuel pour la Fondation Nationale Banque Populaire.



1,46 M€

(91 actions) de soutien aux jeunes artistes et à leur professionnalisation.



SOUTIEN À L'ÉDUCATION

DE LA MATERNELLE JUSQU'À L'UNIVERSITÉ, LES BANQUES POPULAIRES APPORTENT LEUR SOUTIEN AUX ÉLÈVES, À LEURS FAMILLES ET À TOUTE LA COMMUNAUTÉ ÉDUCATIVE À TRAVERS DES AIDES ET DES STRUCTURES DÉDIÉES. POUR LA RÉUSSITE DE TOUTES ET TOUS, EN LUTTANT NOTAMMENT CONTRE LE DÉCROCHAGE SCOLAIRE.



1,3 M€

Soutien aux fondations universitaires, écoles, centres de formation et autres réseaux éducatifs (180 actions).



317 K€

Actions éducatives en faveur des publics fragilisés ou exclus (37 actions).



613 K€

Création ou soutien de programmes d'enseignement ou de recherche (53 actions).

Partenaire de la réussite éducative

Le réseau des Banques Populaires s'engage pour permettre à chacun de construire son avenir par la réussite scolaire et pour contribuer à la cohésion sociale par la citoyenneté. En 2025, ce sont ainsi 3,3 millions d'euros qui ont été consacrés à 542 actions locales et nationales, soit une hausse de 11 %.

Aux côtés des profs et des élèves

La CASDEN Banque Populaire soutient le système scolaire, de la maternelle jusqu'à l'enseignement supérieur et la recherche. Ainsi, parmi ses multiples initiatives, la banque coorganise le concours national « Nous Autres – éducation contre le racisme » ainsi que des actions pédagogiques autour de la citoyenneté et de l'histoire (Fondation pour la mémoire de l'esclavage, Prix de l'initiative laïque...). Par ailleurs, elle accompagne la recherche à travers le concours « Ma thèse en 180 secondes » organisé par le CNRS.



ET DANS LES RÉGIONS

Alsace Lorraine Champagne

La Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne soutient l'opération « Moi aussi j'ai école! » de l'AEIM, en faveur de l'inclusion des enfants en situation de handicap. Lors de ce rendez-vous, la parole a été donnée aux jeunes qui ont interpellé les acteurs de l'Éducation nationale et les différents partenaires institutionnels et politiques, locaux et nationaux.

La BRED

La BRED Banque Populaire, partenaire d'HEC Paris et de la Fondation HEC depuis 2014, agit en faveur de la diversité et de l'égalité des chances afin de faciliter l'accès des talents aux filières d'excellence. Cet engagement se traduit notamment par le soutien aux étudiants boursiers d'HEC Paris et par le mécénat du programme HEC Stand Up, formation gratuite destinée aux femmes souhaitant développer un projet entrepreneurial, en particulier dans les territoires d'outre-mer.

Bourgogne Franche-Comté

La Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté est partenaire de l'association Magna Vox, qui a créé un jeu pédagogique en ligne destiné aux 12-18 ans pour prévenir les risques de radicalisation. À travers une narration immersive (messageries, réseaux sociaux), les jeunes mesurent les risques des mécanismes d'endoctrinement et ils développent leur esprit critique.

Méditerranée

La Banque Populaire Méditerranée est engagée aux côtés de Pure Ocean, un fonds de dotation établi à Marseille qui soutient des projets de recherche contribuant à la protection des écosystèmes marins fragiles et à celle de la biodiversité.



RASSEMBLER PAR LE SPORT

PARCE QUE LE SPORT EST UN PUISSANT VECTEUR DE LIEN SOCIAL, LES BANQUES POPULAIRES ENCOURAGENT LES CLUBS ET LES SPORTIFS, AMATEURS OU PROFESSIONNELS, DANS TOUS LES TERRITOIRES.



8,4 M€
soit 1079 actions.



2,3 M€
Sponsoring sportif
à vocation solidaire.



5,5 M€
dédiés au sport amateur
(plus de 50 disciplines)
au travers de 780 actions.



179 K€
investis dans
le handisport.

Sur tous les terrains

L'engagement sociétal des Banques Populaires en faveur du sport s'élève à 8,4 millions d'euros répartis sur 1 079 actions en 2025. L'appui apporté aux clubs amateurs et aux structures sportives sur le territoire est majeur. Les Banques Populaires soutiennent de nombreuses disciplines sportives. Elles ont notamment un partenariat avec l'Association nationale des étudiants en sciences et techniques des activités physiques et sportives (Anestaps), l'unique association représentative des 300 000 jeunes investis dans le champ du sport et de l'animation.

Un partenariat historique

Armateur de voiliers de course et aussi partenaire majeur de la Fédération française de voile depuis 2000 et de la Fédération française de surf depuis 2020, Banque Populaire soutient 1 100 clubs de voile et leurs 400 écoles, ainsi que 200 clubs de surf dans toute la France. Ce soutien leur permet d'acquérir du matériel adapté à toutes les pratiques.



ET DANS LES RÉGIONS

Bourgogne Franche-Comté

La Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté soutient le Saône Tennis Club, un club de tennis inclusif proposant des cours collectifs, des cours de tennis-santé, du cécitenis pour les personnes malvoyantes et non-voyantes, du tennis fauteuil et du tennis adapté pour les personnes en déficience psychique et intellectuelle.

Grand Ouest

La Banque Populaire Grand Ouest est aux côtés de la Maison Sport Santé de Bellevue, à Nantes, avec le comité régional Sports pour tous des Pays de la Loire. Il s'agit de permettre à davantage de personnes en situation de précarité financière, dans le quartier prioritaire de Bellevue, d'intégrer un programme d'activité physique et sportive.

Sud

La Banque Populaire du Sud, à travers sa fondation, a fait du sport-santé un des domaines de son appel à projets 2025.

Nord

La Banque Populaire du Nord soutient le plan Savoir nager, qui propose gratuitement des stages de natation et d'aisance aquatique, notamment dans des bassins mobiles.

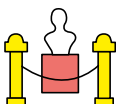
Aquitaine Centre Atlantique

La Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique sensibilise ses collaborateurs à la prévention du cancer et d'autres maladies, en les encourageant à participer aux courses solidaires organisées sur le territoire à l'occasion d'Octobre rose. En 2025, 240 coureurs de la banque ont participé à 9 courses. En direction de sa clientèle, la Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique a mis 33 agences de son territoire aux couleurs d'Octobre rose, en partenariat avec les comités départementaux de la Ligue contre le cancer.



LA CULTURE ET LE PATRIMOINE EN PARTAGE

SOUTENANT PRÈS DE 600 ACTIONS CULTURELLES ET PATRIMONIALES
DANS TOUTE LA FRANCE, LES BANQUES POPULAIRES CONTRIBUENT AU PARTAGE
DES ÉMOTIONS COLLECTIVES ET D'UN VÉCU COMMUN.



940 K€

Soutien aux musées,
expositions, événements
(121 actions).



1 M€

Soutien à des festivals
de musique ou d'arts vivants
(173 actions).



493 K€

Accès à la culture
des publics fragilisés
(39 actions).



993 K€

Rénovation, protection,
événement autour
du patrimoine architectural
ou naturel (75 actions).

Tous en scène

Les Banques Populaires agissent partout en France pour la culture et le patrimoine, au cœur des émotions collectives, de la mémoire et du lien social. Le soutien philanthropique dans ces domaines s'élève à 4,6 millions d'euros en 2025, soit 12% du montant total de l'engagement sociétal. Plus de 600 projets locaux ont ainsi été soutenus en 2025. De multiples événements ou organismes culturels ont reçu l'appui des Banques Populaires, dans toutes les régions : l'Orchestre national de Bretagne, Paris Musées, la Cité internationale de la gastronomie et du vin, le Festival d'Avignon, l'Institut Lumière, le festival Jazz in Marciac, le musée des Confluences, la Cité de l'espace, etc.



ET DANS LES RÉGIONS

Paris

La Banque Populaire Rives de Paris soutient l'association Culture pour l'enfance, engagée pour l'inclusion sociale par la culture, qui est un « coup de cœur » des sociétaires.

Val de France

La Banque Populaire Val de France est partenaire du Campus de Versailles, un lieu d'apprentissage et d'échange dédié aux métiers du patrimoine et de l'artisanat d'excellence.

Alsace Lorraine Champagne

La Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne est engagée pour le festival de Pâques de Colmar, qui a pour mission de rendre accessible la musique classique.

Auvergne Rhône Alpes

La Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes est partenaire du festival des Nuits de Fourvière.

Bourgogne

La Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté est mécène des Climats du vignoble de Bourgogne. Pour célébrer le 10^e anniversaire de leur inscription sur la Liste du patrimoine mondial de l'Unesco, les Climats ont lancé en 2025 un programme destiné aux élèves de l'école primaire et du collège, qui permet aux jeunes de découvrir et de s'immerger dans la culture et le patrimoine viticoles de la région.



ACCOMPAGNER LA RÉUSSITE

LA FONDATION NATIONALE BANQUE POPULAIRE EST L'INSTRUMENT DE MÉCÉNAT LE PLUS IMPORTANT EN MONTANT DES 14 BANQUES POPULAIRES ET DE LEURS SOCIÉTAIRES. CRÉÉE EN 1992, ELLE A POUR OBJECTIF DE FAVORISER L'INITIATIVE INDIVIDUELLE ET ACCOMPAGNE DANS LA DURÉE DES PROJETS DE VIE DANS TROIS DOMAINES : LA MUSIQUE, LE HANDICAP ET L'ARTISANAT D'ART.



1062

projets soutenus par la
Fondation Nationale
Banque Populaire (à fin 2025).



325

musiciens instrumentistes
et 45 compositeurs.



568

personnes en situation
de handicap.



124

artisans d'art.

Soutenir les talents de demain

Dans toute la France, la Fondation Nationale Banque Populaire soutient des projets de vie de personnes créatives, talentueuses, ayant l'esprit d'entreprendre et le goût pour l'innovation dans trois domaines : la musique, le handicap et l'artisanat d'art. Elle s'appuie sur trois jurys d'experts composés de personnalités reconnues dans leur domaine d'intervention. D'une durée d'un à trois ans, ce soutien à la fois financier et humain permet d'établir une vraie relation de confiance et de faire profiter les lauréats des conseils avisés de l'équipe et du large réseau de la Fondation. En 2025 s'est tenue la 17^e édition des Musicales de Bagatelle, un festival de musique classique et baroque au cœur du parc de Bagatelle à Paris, ouvrant la scène à des jeunes lauréats comme à des musiciens plus reconnus... Une tournée en région prolonge le festival.

Un ancrage local fort à travers le mécénat régional

En complément des actions de mécénat de la Fondation Nationale, les Banques Populaires régionales soutiennent également des associations sur leurs territoires, dans des domaines qu'elles ont choisis, à travers leur propre structure de mécénat. Elles expriment ainsi les valeurs de proximité et de solidarité sur leurs territoires. Par exemple, la Fondation Banque Populaire Grand Ouest et Crédit Maritime s'est donné quatre axes d'intervention : l'inclusion, la culture, l'environnement et la recherche. La Fondation BP Rives de Paris, elle, récompense et accompagne des projets dans les domaines de l'éducation, l'entrepreneuriat, la santé et l'eau. La Fondation BP Méditerranée se consacre de son côté à deux grandes thématiques : la solidarité et la cohésion sociale d'une part, l'environnement et le développement durable d'autre part.



« Pour les sociétaires, les clients comme pour les collaborateurs, les lauréats incarnent l'engagement coopératif et sociétal des Banques Populaires en portant leurs valeurs : solidarité, esprit d'entreprendre et intérêt pour l'innovation. »

Martine Tremblay, directrice de
la Fondation Nationale Banque Populaire



LE SENS DE L'ENGAGEMENT

S'ENGAGER, C'EST ÊTRE LÀ AUX CÔTÉS DE CEUX QUI EN ONT LE PLUS BESOIN.
BANQUE POPULAIRE ACCOMPAGNE LES PERSONNES VULNÉRABLES, FIDÈLE
À SES VALEURS DE PROXIMITÉ ET DE SOLIDARITÉ.

Aux côtés des victimes de violences familiales

En 2025, trois banques régionales (Alsace Lorraine Champagne, Méditerranée et Sud) ont mis en place des offres spécifiques en faveur des victimes de violences intrafamiliales ou conjugales. L'ouverture d'un compte est simplifiée. La tenue du compte, la carte bancaire et l'assurance des moyens de paiement sont gratuites pendant deux ans et un espace personnel discret en ligne est mis à disposition.

Des banques accessibles !

Onze Banques Populaires régionales facilitent l'usage des services bancaires aux personnes en situation de handicap, en permettant notamment aux clients déficients auditifs de contacter leur agence, en installant des accès PMR ou en fournissant des relevés de compte en braille, en dédiant une agence aux clients malentendants, etc.

10,2 M€
DÉDIÉS AUX PERSONNES
VULNÉRABLES
À TRAVERS 436 ACTIONS



ET DANS LES RÉGIONS

La CASDEN

est partenaire de la Société de secours mutuel qui vient en aide aux veuves, veufs et aux orphelins des officiers de gendarmerie.

Outre-mer

BRED Banque Populaire soutient la Fondation du service militaire adapté qui accompagne les jeunes ultramarins, intégrés au sein des régiments ou bien anciens de l'institution, dans la concrétisation de leurs projets professionnels. Elle contribue à créer un cadre propice à leur épanouissement personnel et professionnel, tout en participant au dynamisme économique des territoires d'outre-mer.

Sud

La Banque Populaire du Sud, avec le réseau Les Elles du Sud, déploie un dispositif d'accompagnement à la fois privilégié et confidentiel, destiné à favoriser l'indépendance financière des victimes de violences conjugales, qu'elles soient femmes ou hommes.

Aquitaine Centre Atlantique

La Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique soutient l'association Les Liens du cœur et le réseau France Active Nouvelle-Aquitaine à travers un mécénat de compétences de long terme.



SOIGNER DANS TOUS LES TERRITOIRES

BANQUE POPULAIRE AGIT POUR LES PROGRÈS DE LA MÉDECINE ET POUR UN MEILLEUR ACCÈS AUX SOINS. EN TANT QUE DEUXIÈME BANQUE DU SECTEUR, ELLE S'ENGAGE AUPRÈS DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ DANS LEURS PROJETS D'INSTALLATION, PARTOUT EN FRANCE.



119

structures de santé, hôpitaux et centres de soins soutenus.



350 K€

Soutien à la recherche médicale.



100 K€

Médecine préventive et qualité de vie en milieu hospitalier.



137

associations du secteur de la santé soutenues.

Un appui à 360 degrés

Soutien aux CHU dans les territoires, aux instituts de santé, aux patients – notamment les jeunes – et à la recherche... À travers le mécénat, les Banques Populaires agissent pour une meilleure prise en charge des patients, pour une diffusion large des progrès de la médecine et pour un meilleur accès aux soins. Par ailleurs, deuxième banque des professionnels de santé, Banque Populaire déploie des solutions destinées à faciliter leur installation dans tout le pays, y compris loin des agglomérations : prêt à taux zéro pour des projets d'installation, fléché vers les territoires en tension, accompagnement dans les territoires identifiés comme déserts médicaux en Languedoc-Roussillon, en Bretagne, dans les Pays de la Loire, en Provence, dans les Hauts-de-France, etc. Au total, une enveloppe de 150 millions d'euros de prêts à taux bonifié est consacrée aux soignants, permettant le financement de leur installation ou le développement de leur activité.

Agir pour la santé mentale

Attentive aux enjeux de santé mentale, très préoccupants chez les jeunes, Banque Populaire multiplie les initiatives pour soutenir les réponses adaptées et bien orienter les patients. Le réseau encourage à solliciter « Mon soutien psy », dispositif mis en place par l'Assurance maladie, ou un psychologue partenaire au sein de la Sécurité sociale. Par ailleurs, il soutient Dalia, un outil numérique développé par une start-up qui permet de mesurer l'état mental et psychologique des entrepreneurs ou de leurs salariés. À destination des étudiants, Banque Populaire organise des webinaires avec Nightline, une association qui gère un service d'écoute nocturne qui s'adresse spécifiquement à eux. Pour ses clients, la complémentaire Assur-BP Santé offre notamment la prise en charge de cinq consultations par téléphone et trois consultations en face à face avec un psychologue clinicien et la prise en charge complémentaire du dispositif « Mon soutien psy ».



ET DANS LES RÉGIONS

La CASDEN

est partenaire de la Fondation des hôpitaux pour le Défi des pas Kiplin.

Occitanie

La Banque Populaire Occitane finance l'association Hôpital Sourire, qui offre notamment des baptêmes en Ferrari durant le Salon de l'automobile.

Sud

La Banque Populaire du Sud est, depuis 2021, mécène des fondations des hôpitaux de Perpignan et Montpellier. Elle soutient notamment les étudiants infirmiers et aides-soignants en participant à l'achat de leur première tenue professionnelle.

14 exemples de projets soutenus

14 exemples de projets soutenus



« Le mécénat, un levier de réconciliation sociétale »

Yann Queinnec, délégué général d'Admical, nous parle du rôle essentiel des mécènes dans la vitalité des territoires.

Qu'est-ce qui motive généralement les entreprises à s'engager dans une démarche de mécénat ?

Y. Q. : Nous interrogeons régulièrement les entreprises pour savoir pourquoi elles se sont lancées dans le mécénat. Elles formulent deux réponses. D'une part, c'est un engagement qui leur permet d'exprimer et d'incarner leurs propres valeurs. Ce type d'objectif arrive toujours en tête des motivations, bien que son poids ait baissé dans la période récente. D'autre part, elles entendent démontrer leur ancrage territorial. Cet item, lui, est en forte hausse. Il s'agit pour les entreprises mécènes de participer au rayonnement, à l'attractivité et à la cohésion du territoire en soutenant des acteurs agissant pour l'intérêt général. Il faut savoir que 88 % du mécénat d'entreprise s'exerce à l'échelle régionale. Typiquement, le mécénat est une manière très appréciable d'entretenir des relations avec toutes les parties prenantes au niveau local. Quelle que soit la taille de la société qui s'engage, elle va rencontrer le monde associatif et les élus locaux. Cela constitue un trio gagnant qui partage, pour un même lieu, les mêmes objectifs de prospérité.

Comment se répartissent les actions de mécénat en France selon les différents domaines d'intervention ?

Y. Q. : La première cause soutenue est toujours la culture, suivie par l'insertion sociale et par l'éducation. Ce classement est figé mais il a connu une exception notable en 2024, quand le sport est passé en tête : c'était un effet des Jeux Olympiques de Paris. Pour le reste, les domaines d'intérêt général sont extraordinairement divers.

Cela va de l'environnement à l'éducation, en passant par la santé ou le sport... Impossible de les citer tous. S'agissant des modalités d'intervention, il en existe trois grands types. D'abord, le mécénat financier, via des dons aux associations. Le montant de don moyen pour une TPE est de 1 000 euros par an, quand une PME verse 5 000 euros par an et une ETI, 50 000 euros par an. Ensuite, il existe un mécénat en nature qui consiste, par exemple, à mettre à disposition des locaux ou à donner un véhicule. Enfin, le mécénat de compétences permet à des associations de bénéficier de l'aide ponctuelle de salariés de l'entreprise mécène, qui vont consacrer une partie de leur temps de travail à une cause d'intérêt général. Aujourd'hui, seules 16 % des entreprises mécènes proposent cette modalité. Cette relative faiblesse s'explique par une part de méconnaissance et une forme d'appréhension technique ou juridique. Chez Admical, nous nous attachons à lever ces freins.

Quel rôle le mécénat joue-t-il dans la création de lien social ?

Y. Q. : En soutenant un club sportif où les gens partagent leur passion, en finançant un festival où le public ressent les mêmes émotions, en permettant la mise en place de solutions de transport pour des personnes âgées isolées, les entreprises mécènes solidifient la cohésion sociale au niveau local. De cette manière, en France, le mécénat d'entreprise s'inscrit profondément dans l'histoire et les valeurs du pays, où la solidarité n'est pas un vain mot. Le montant consacré au mécénat par les entreprises approche un total de 4 milliards d'euros par an et le montant des dons des particuliers à des organismes d'intérêt général représente, lui, 5 milliards d'euros. C'est une singularité nationale, encouragée par un dispositif juridique et fiscal approprié.

Dans les autres pays, c'est surtout la générosité des particuliers qui soutient le monde associatif.

Les entreprises comme les Banques Populaires, implantées partout en France, jouent-elles un rôle dans la vitalité des territoires ?

Y. Q. : Chacune des Banques Populaires régionales contribue à sa manière à créer du lien social et de la cohésion dans les territoires, selon des axes de mécénat qu'elle a choisis. Je relève qu'au niveau national, la stratégie de mécénat des Banques Populaires compte parmi les plus poussées et les plus innovantes. Elles parviennent à soutenir des domaines peu couverts comme l'artisanat d'art, tout en articulant celui-ci avec les enjeux liés au handicap. C'est un travail très élaboré. Il correspond à une tendance de fond du mécénat : imbriquer les causes avec la culture. Dénominateur commun, la culture permet de toucher tous les sujets d'intérêt général.

Quelles sont les grandes réussites du mécénat en France ?

Y. Q. : En France, seules 9 % des entreprises font du mécénat, soit, tout de même, plus de 200 000 sociétés engagées. 97 % d'entre elles sont des PME et TPE. Mais quand elles commencent à s'investir dans la démarche, on ne les arrête plus ! Elles y sont et y restent, car leur engagement suscite une immense fierté dans les équipes, à travers un sentiment de partage, d'utilité et d'appartenance très fort. Et les entreprises mécènes mobilisent de plus en plus souvent leurs salariés, voire leurs clients, pour coconstruire la stratégie de mécénat, pour choisir les associations bénéficiaires... Quand les impacts sont mesurables, visibles et concrets à l'échelle locale, c'est une immense satisfaction collective.



Quatuor Elmore (cordes) et
Jodyline Gallavardin au piano.
Octobre Rose à l'Opéra
de Limoges.

Yann Queinnec est délégué
général d'Admical, l'association
pour le développement du mécénat
qui accompagne les entreprises
mécènes et porteuses de projet,
parmi lesquelles figure la Fondation
Nationale Banque Populaire.



Mélanie Faucher, vitrailiste,
lauréate du prix de la Fondation
nationale Banque Populaire
catégorie Artisanat d'art.



Banque Populaire agit pour les écosystèmes naturels locaux

BP ALSACE LORRAINE CHAMPAGNE :
préservation de la biodiversité et de l'écosystème
de la forêt du Defay en Haute-Marne

BP AQUITAINE CENTRE ATLANTIQUE :
restauration des landes humides d'Hostens

BP AUVERGNE RHÔNE ALPES :
restauration de la tourbière du Cout

BP BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ :
préservation de la forêt de Nesle

BP DU NORD : lutte contre les plantes invasives sur la Sambre

BP DU SUD : renaturation et protection de deux zones humides sur l'Aubrac lozérien

BP GRAND OUEST : restauration du marais du Vergon dans le grand site de la baie du Mont-Saint-Michel

BP MÉDITERRANÉE : restauration des forêts marines en Méditerranée

BP OCCITANE : restauration de la voûte arborée des voies du canal du Midi

BP RIVES DE PARIS : restauration de mares de platières à Milly-la-Forêt

BP VAL DE FRANCE : restauration de zones humides dans les prairies de la Cléry

BRED BP : conservation des herbiers du parc naturel marin de la Martinique

CASDEN BP : restauration des habitats tourbeux sur le camp militaire de Montmorillon

CRÉDIT COOPÉRATIF : préservation de la prairie du Petit Gué à Mouy-sur-Seine



Banque Populaire soutient les acteurs de la santé

BP ALSACE LORRAINE CHAMPAGNE :
financement de l'équipement du camion « Mo'Bilan Santé »
en matériel de prévention, en équipements de sécurité
pour l'accueil et en dispositifs d'auscultation

BP AQUITAINE CENTRE ATLANTIQUE :
soutien au programme Cancer Innovation Aquitaine (CIA)
depuis 2014

BP AUVERGNE RHÔNE ALPES : participation au financement de l'ouverture d'un centre de santé dans les Alpes-de-Haute-Provence, pour lutter contre les déserts médicaux

BP BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ :
partenariat avec Sport pour la vie pour faire du sport
un outil de prévention contre le cancer

BP DU NORD : soutien à l'Institut pour la recherche sur le cancer de Lille

BP DU SUD : mécène du Fonds Guilhem, fonds de dotation du CHU de Montpellier

BP GRAND OUEST : collecte pour l'association
Ma Parenthèse qui facilite l'accès aux soins des femmes
atteintes de cancer du sein

BP MÉDITERRANÉE : soutien, via l'association
Guérir en mer, au personnel soignant au travers de la voile

BP OCCITANE : membre fondateur de l'association
Hôpital Sourire

BP RIVES DE PARIS : soutien à l'association Hop We Care qui développe des initiatives artistiques et culturelles au cœur des établissements de santé

BP VAL DE FRANCE : microdons des collaborateurs pour 4 associations de santé

BRED BP : soutien à la fondation du CHU de Caen

CASDEN BP : soutien à la campagne nationale de la Fédération hospitalière de France (FHF) sur la santé mentale

CRÉDIT COOPÉRATIF : soutien à la santé des collaborateurs via l'application United Heroes

Ne pas jeter sur la voie publique.



Fédération Nationale des Banques Populaires – 20, rue Rubens, 75013 Paris – SIRET 521 948 059 00055 – Code NAF 9499Z

Conception et réalisation : **HAVAS** Paris.

Illustrations : p. 19, 31 et 45 © Laura Edelbacher.

Crédits photo : p. 17 © Ilan Dehe; Louise Lorthé; Wlad Simitch; p. 22 © Guilhem Canal Laclik; p. 42 © Grégory Picout;
Jean-Baptiste Millot; p. 47 © Aurélie Aumond; Guillaume Villegier; Getty Images; Adobe Stock; FNBP ; DR.

Impression : DEJA LINK.



la réussite est en vous

BANQUE COOPÉRATIVE ET LOCALE