

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 29 septembre 2025

BRED Banque Populaire dévoile son nouveau territoire de marque.

A travers cette identité renouvelée, BRED Banque Populaire affirme sa singularité. Une grande campagne de notoriété est lancée dès le 29 septembre.

BRED Banque Populaire aligne sa marque sur ses ambitions stratégiques avec un territoire d'expression et une signature « **et vos projets se réalisent** » reflétant la proximité avec ses publics.

Une identité renouvelée et rajeunie

Ce nouveau territoire de marque traduit le positionnement de BRED Banque Populaire tout en renforçant la cohérence avec le Groupe Banque Populaire : être la banque qui agit pour que les projets se concrétisent et ne restent pas à l'état d'idées. Sa nouvelle signature « **et vos projets se réalisent** » fait écho à la signature du Groupe Banque Populaire « **la réussite est en vous** » et reflète l'ADN de BRED Banque Populaire : une banque proche et résolument tournée vers la réalisation des projets de ses clients et sociétaires. Le logo BRED Banque Populaire a été recalibré sur toute la hauteur du symbole afin de renforcer son équilibre et sa visibilité.

« Ce nouveau territoire d'expression modernise notre univers et valorise notre métier en profondeur. Il traduit notre conviction qu'au-delà des idées, le plus difficile est de réaliser les projets. C'est pourquoi notre positionnement est assumé : être la banque qui agit pour qu'un projet ne le reste pas. Notre nouvelle signature, « BRED Banque Populaire, et vos projets se réalisent », met l'accent sur le passage à l'action et l'accompagnement concret » souligne Leïla Salimi, directrice de la communication.

Une campagne média inédite

A partir du 29 septembre, BRED Banque Populaire déploie sa campagne de notoriété sur l'ensemble de ses territoires, en France hexagonale et en outre-mer avec deux dispositifs d'affichages inédits à l'aéroport de La Réunion du 13 octobre au 12 novembre pendant la diagonale des fous et à la rotonde de Saint-Lazare du 19 novembre au 2 décembre. C'est également une campagne digitale (display, TV connectée) et médias.

À propos de la BRED Banque Populaire

La BRED Banque Populaire est une banque populaire coopérative, membre du Groupe BPCE, forte de plus de 200 000 sociétaires, de 7,1 milliards d'euros de capitaux propres et de 7300 collaborateurs – dont 40 % hors de France et dans les COM. Elle opère en Île-de-France, en Normandie et dans les territoires d'outre-mer, ainsi qu'au travers de ses filiales de banque commerciale en Asie du Sud-Est, dans le Pacifique Sud, en Afrique, en Suisse.

Banque de proximité engagée sur ses territoires, elle déploie en France et à l'international un réseau de 481 implantations. Elle entretient une relation de long terme avec 1,6 million de clients.

BRED Banque Populaire regroupe des activités diversifiées – banque de détail, banque de grandes entreprises et Institutionnels, banque de gestion privée, banques à l'international, salle des marchés, société de gestion d'actifs, compagnie d'assurances, banque de financement du négoce international.

En 2024, la BRED Banque Populaire a réalisé un PNB consolidé de 1,47 milliard d'euros et son résultat net s'établit à 391 millions d'euros.

Contacts Presse

Leïla Salimi, Directrice de la communication
leila.salimi@bred.fr – 06 98 61 98 78

Anne Simonet, Responsable des relations médias et des réseaux sociaux
anne.simonet@bred.fr – 07 77 86 15 51