

**CLUB TRANSAT CAFÉ L'OR****PROXIMITÉ
ET LA FIERTÉ
TERRITORIALE
POUR LA BRED**

Partenaire Premium de la Transat Café L'Or, la **BRED Banque Populaire** a profité de cette 17^e édition pour affirmer sa présence territoriale et son engagement collectif. Une aventure humaine, sportive et coopérative à la croisée des valeurs qui l'animent.

En reliant la Normandie à la Martinique, la Transat Café L'Or trace un sillon qui fait naturellement écho à la présence historique de la **BRED** sur ces deux territoires. « Participer à cette transat, c'est bien plus qu'un partenariat de visibilité, c'est un levier de notoriété et de mobilisation territoriale », souligne Anne Simonet, responsable des relations médias et réseaux sociaux de la banque coopérative. L'événement a offert à la **BRED** une occasion unique de fédérer collaborateurs, clients et sociétaires autour d'une aventure commune. L'esprit d'équipe, la proximité et le dépassement de soi - autant de valeurs partagées avec les marins engagés sur la course - ont trouvé une résonance particulière dans cette traversée. « Nous voulons faire vivre l'expérience, pas seulement l'afficher », insiste Anne Simonet. En permettant à plusieurs milliers de visiteurs de s'initier à la voile, la **BRED** a contribué à démocratiser un sport exigeant, souvent perçu comme éloigné du grand public. Cette démarche illustre aussi la volonté de la banque de créer des passerelles entre ses implantations, en valorisant les initiatives locales et les liens humains qui font sa force. Chaque édition de la Transat devient ainsi un prétexte à renforcer ce sentiment d'appartenance et à célébrer l'énergie collective d'un réseau profondément ancré dans son territoire.

**UNE PRÉSENCE ENGAGÉE
ET RESPONSABLE À FORT-DE-FRANCE**

Habitué au sponsoring sportif, la **BRED** sait qu'un partenariat se signe et se vit de bout en bout. En l'occurrence, sur le village d'arrivée, à Fort-de-France, la **BRED** a donné du concret à ses engagements. Grâce à son partenariat avec la Semaine de la voile, elle a favorisé les initiations auprès des clubs locaux, invitant le public à découvrir la mer autrement. Signe fort de sa démarche durable, la banque a également soutenu l'installation de bouées de mouillage écolo-

giques dans le Parc naturel marin de Martinique, en lien avec l'Office français de la biodiversité. Une initiative destinée à protéger les herbiers sous-marins et les récifs fragilisés, témoignant d'une réelle volonté d'agir pour la préservation du patrimoine marin. Côté communication, la **BRED** a déployé un plan de médiatisation à 360°, mêlant presse, affichage, contenus digitaux et relais locaux. L'objectif : « toucher le plus grand nombre avec un message cohérent et accessible, tout en valorisant les acteurs de proximité », explique Anne Simonet. L'opération a aussi permis d'organiser des moments exclusifs, comme des baptêmes de voile, des visites du Maxi Banque Populaire XI ou encore des rencontres avec les athlètes, prolongeant ainsi l'expérience au-delà du simple cadre événementiel. Alors que la course touche à sa fin, le bilan est sans appel : la **BRED** a su transformer ce partenariat en une véritable aventure humaine et collective. « Nous avons permis à chacun de vivre la Transat à nos côtés, de s'initier à la voile ou de participer à des

actions environnementales. C'est cette dimension humaine qui donne tout son sens à notre engagement», conclut Anne Simonet. Une manière pour la **BRED** de rappeler que, sur terre comme en mer, la réussite se construit toujours ensemble.

