



# Culture Coop

LE MAGAZINE DONT VOUS ÊTES LE PRINCIPE ACTIF

NUMÉRO  
14  
ÉTÉ  
2026

**DOSSIER**

**"LES FRANÇAIS  
ET LEUR  
TERRITOIRE"**



**100 %  
régionales**

**INTERVIEW**

**ÉLISABETH LAVILLE :  
L'ENTREPRISE HYPER-LOCALE**

CIRCUIT COURT

EMPLOI

ANCRAGE LOCAL

ÉCONOMIE SOCIALE  
ET SOLIDAIRE

 **flamme  
coopérative**



**Fédération Nationale  
CAISSE D'ÉPARGNE**

**Dans une  
banque  
coopérative  
régionale,  
votre épargne  
rapporte aussi  
à votre  
région.**

Votre épargne finance le développement  
de projets près de chez vous.



**CAISSE  
D'ÉPARGNE**

*Vous être utile.*

**INTERVIEW**  
Elisabeth Laville,  
fondatrice de l'agence  
Utopies

10

**LE DOSSIER**  
Quel rapport les Français  
entretiennent-ils avec  
leur territoire ?



**Les Français  
et leur territoire**

**ENJEUX**  
Mécénat et  
biodiversité : agir, ici  
et maintenant

30

**TOUT LE MONDE  
EN PARLE**  
Le modèle  
coopératif Caisse  
d'Epargne sur le  
devant de la scène

34

**Arrêt sur images/  
L'actu vue par/Replay/En clair/  
l'interview engagée/... ➔**

24

l'actu vue par



26

Replay



28

En clair



38

L'interview engagée

**05 L'édito**

par Alain Di Crescenzo.  
« Proches de vous,  
utiles aux territoires. »

**06 Arrêt sur images**

Les actualités des Caisses d'Épargne  
et du Groupe BPCE.

**10 L'interview**

« L'ancrage territorial renforce  
la légitimité et l'attractivité  
de l'entreprise auprès des clients  
comme des salariés. »  
Élisabeth Laville, autrice et fondatrice  
de l'agence Utopies.

**12 Le Dossier**

Les Français et leur territoire.

**24 L'actu vue par**

José Bardaji, directeur des Études  
et Prospective du Groupe BPCE  
*L'économie française : entre inquiétudes  
et bonnes surprises, une opportunité.*

**26 Replay**

120 terrains qui redessinent  
l'espace public.

**28 En clair**

De Monnet à l'euro : les coulisses  
de la transformation économique  
de la France.

**30 Enjeux**

Mécénat et biodiversité :  
agir, ici et maintenant.

**34 Tout le monde en parle**

Le modèle Caisse d'Épargne  
sur le devant de la scène.

**38 L'interview engagée**

Isabelle Baranger, administratrice  
engagée à Orléans en Caisse d'Épargne  
Loire-Centre  
« Mon engagement pour une cause  
à la fois familiale et sociétale  
m'a paru une évidence. »

FNCE

LE MAGAZINE DONT VOUS ÊTES LE PRINCIPE ACTIF

NUMÉRO 14 - ÉTÉ 2026

● Directeur de la publication :  
Pierre Macé

● Directeur de la rédaction :  
Cédric Turini

● Rédacteur en chef :  
Frankie Fourques

● Coordination :  
Clémence Peyron

● Rédaction :  
Guénaëlle Bezault  
Laure de Llamby  
Clémence Peyron

● Conception & iconographie :  
Vincent Ferliccoq

● Fabrication :  
Edep Conseil

● Illustration de couverture :  
Julien Grataloup

● Crédits photos & illustrations :  
Altmann+Partners, Assemblée  
nationale, CELC, CEHDF, Vincent  
Ferliccoq, Isabelle Le Gal, Jacob  
Khrist, Claire Nicol, Juliette  
Pavy-Plan Infra, Fabrice Vallon-  
BPCE, Philippe Zamora, D.R.  
Adobe Stock : Art\_You, barmalini,  
Drobot Dean, Krakenimages.com,  
kues1, luismoliner, New Africa,  
Prostock-studio, Reezky, Shrikant/  
peopleimages.com, Ljupco  
Smokovski, Stock 4 You,  
studioloco, ViDi Studio.  
Photononstop : Stuart Kinlough/  
Ikon Images, Patrick George/  
Ikon Images, Danièle Schneider,  
Stefan Ernst/Picture Press  
Illustration.

Culture Coop est une publication  
de la Fédération nationale  
des Caisses d'Épargne,  
5 rue Masseran - 75007 Paris  
[www.federation.caisse-epargne.fr](http://www.federation.caisse-epargne.fr)  
Association régie par la disposition  
des articles L.512-85 à L.512-105  
du Code monétaire et financier,  
par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901 relative  
au contrat d'association.  
SIREN : 429 351 208  
Code APE : 9499Z  
N° ISSN : 2606-8400

Le magazine est imprimé  
sur du papier recyclé répondant aux  
critères de gestion durable des forêts.

Vous avez des suggestions,  
contactez-nous à l'adresse

[fnce@fnce.caisse-epargne.fr](mailto:fnce@fnce.caisse-epargne.fr)

ou par courrier, à l'adresse  
indiquée ci-dessus.



# Culture Coop

LE MAGAZINE DONT VOUS ÊTES LE PRINCIPE ACTIF

Alain Di Crescenzo,  
président de la Fédération nationale  
des Caisses d'Epargne

## Proches de vous, utiles aux territoires

Quelle relation les Français entretiennent-ils avec leur territoire ? C'est la question centrale que nous explorons dans l'étude Caisse d'Epargne 2026, dont j'ai le plaisir de vous partager les grands enseignements.

Réalisée auprès de 5 000 Françaises et Français, cette étude dresse le portrait d'une France dans laquelle le cœur prime sur l'adresse : près de 60 % d'entre nous se sentent avant tout attachés à la terre qui les a vus naître ou grandir plutôt qu'à leur lieu de vie. Cet attachement affectif s'accompagne d'un besoin de commerces et de services de proximité atteignables en moins de 30 minutes avec, comme priorité, l'accès aux services de soin et de santé.

Ce lien affectif à leur territoire est pourtant teinté de pessimisme. Près de 70 % de nos concitoyens jugent que leur territoire ne se développe pas, pire un tiers le considèrent en déclin. Pour aider leur territoire à se développer, ils comptent avant tout sur leurs élus locaux, particulièrement leur maire, seul élu clairement identifié. Lorsqu'on les interroge sur l'utilité des entreprises pour leur territoire, ce sont celles qui produisent et recrutent localement qui sont plébiscitées. Pour l'avenir, les Français rêvent d'un territoire plus écologique mais cette aspiration est percutée par des risques jugés plus urgents, en particulier l'accès au logement et la sécurité.

Cette étude confirme notre vocation de banques coopératives 100 % régionales : soutenir l'emploi local, accompagner les décideurs de terrain et financer les projets qui développent nos régions.

Voilà comment s'incarne, chaque jour, notre promesse d'utilité.

Je vous souhaite une bonne lecture.

Coopérativement vôtre.

# “ Nous entrons depuis des décennies dans une ère irréversible pour notre biodiversité. Il est temps d'agir car nous sommes tous concernés. ”

a souligné **Alain Di Crescenzo**, président de la Fédération nationale des Caisses d'Épargne lors de la soirée dédiée au mécénat et à la biodiversité, le 22 janvier dernier

01

## Agir pour le vivant : ici et maintenant !

Le 22 janvier dernier, à l'occasion d'une soirée dédiée au mécénat et à la biodiversité, le constat était clair : face à l'urgence écologique, les entreprises ont un rôle majeur à jouer en soutenant les acteurs de terrain. Sylvain Boucherand, directeur général de BL évolution, et Yann Queindec, délégué général d'Admical, ont partagé leur expertise sur le rôle essentiel du mécénat dans la préservation du vivant. Ce fut également l'occasion de mettre en lumière des actions concrètes : trois associations ont été récompensées dans le cadre des prix Coups de Cœur Caisse d'Épargne 2025 pour leur implication locale sur les territoires des Caisses d'Épargne Languedoc-Roussillon, CEPAC et Normandie. L'association La Charbonnière CSFS66 a été distinguée pour son centre de soins de la faune sauvage, l'association Mare Vivu pour sa lutte contre la pollution plastique en Méditerranée, et le CPIE Collines normandes pour son projet de restauration du bocage. La dynamique continue : un nouvel appel à projets en faveur de la biodiversité a été lancé le 15 avril. ●



02

02

## Place aux Femmes de Talent !

Une énergie palpable, des regards déterminés et des projets qui se dessinent : voilà l'ambiance qui régnait au bootcamp des lauréates du concours « #101FemmesEntrepreneures », le 28 janvier. Orchestré par Bpifrance dans les locaux de BNP Paribas, l'événement a tenu ses promesses : accompagner et surtout, valoriser des femmes de talent venues de toute la France pour faire décoller leur ambition. Fidèles à leur engagement de plus de 10 ans en faveur de l'entrepreneuriat des femmes et en qualité de partenaires



du concours lancé par l'État, les Caisses d'Épargne et la FNCE étaient présentes. Cette journée d'ateliers, de rencontres et de networking, a permis d'écouter les porteuses de projet, répondre à leurs interrogations sur le financement et partager l'expertise d'un réseau qui entre en action pour l'égalité des chances. En valorisant le parcours de ces lauréates, nous voulons inspirer toutes celles qui hésitent encore à se lancer. Hier comme aujourd'hui, les Caisses d'Épargne sont et resteront la banque de toutes les ambitions.. ●



**21 600 entreprises coopératives**  
**1,1 million de salariés (soit 5,2 % de l'emploi salarié privé)**  
**32,5 millions de sociétaires**



03

### L'Année internationale des coopératives se clôture, l'aventure continue

Coop FR, l'organisation représentative des entreprises coopératives françaises, a réuni plus de 300 coopérateurs au Conseil économique social et environnemental (CESE) pour clôturer l'AIC 2025 et inviter l'ensemble des participants à poursuivre les efforts pour rendre plus visible ce modèle d'avenir. Les Caisses d'Épargne, par leur Contrat d'Utilité, déploient au quotidien des initiatives concrètes illustrant la performance du modèle coopératif dans des domaines clés tels que le microcrédit, l'éducation financière, la mobilité durable et la transition environnementale. L'étude Caisse d'Épargne "Les coopératives, un modèle d'avenir" réalisée en 2025, révèle qu'il reste du chemin à parcourir car ce modèle reste largement méconnu, alors même qu'il répond aux aspirations des Français. ●



04

### Vers un impact territorial concret

Lors du World Impact Summit 2026, Déborah Cherruault, membre du directoire, en charge de la BDR à la Caisse d'Épargne Aquitaine Poitou-Charentes, intervenait à une table ronde dédiée à l'accélération des transitions territoriales. Elle a partagé la vision des Caisses d'Épargne en soulignant leur engagement à former leurs équipes aux enjeux ESG, à ancrer les transformations au plus près des réalités locales et à accompagner durablement les acteurs du changement. Partenaire majeur de l'événement, le groupe BPCE a réaffirmé à cette occasion la puissance du modèle coopératif au service d'un impact positif territorial. ●

“Montrer des femmes qui dirigent, qui réussissent, c'est ouvrir le champ des possibles pour toute une génération.”

Cécile Lejeune, présidente de Kantar France

05

### 130 ans, 130 jeunes

Le mythique Trois-mâts de la Fondation Belem Caisse d'Epargne célèbre ses 130 ans d'histoire maritime en invitant 130 jeunes à participer à quatre stages de navigation. Les Caisses d'Epargne, mécènes historiques du navire depuis 1979, encouragent ainsi l'esprit collectif et le dépassement de soi, des valeurs chères à leur modèle coopératif. En plus d'une ouverture à la navigation en haute mer, les participants bénéficient, pendant et après les stages de navigation, d'un accompagnement pédagogique et financier sous la forme d'ateliers dispensés par l'association Finances & Pédagogie. Nous gardons le cap sur l'avenir des jeunes ! ●



06

### L'étude Caisse d'Epargne 2026 au Sénat

Le 7 avril, la FNCE a présenté au Sénat les conclusions de son étude 2026, « Les Français et leur territoire » (à retrouver dans notre dossier). Elle souligne que 70 % des Français perçoivent un manque de développement, tandis que 94 % exigent un accès rapide aux services essentiels. Les aspirations écologiques (35 %) se confrontent aux priorités de sécurité (36 %) et d'emploi (31 %). Un débat réunissant élus et acteurs économiques a souligné la recomposition du territoire, où la proximité renforce la confiance et où ces acteurs ont un rôle clé à jouer. ●



07

### Un sommet pour "revenir à l'essentiel"

Le 13 avril, le Conseil économique, social et environnemental (CESE) a accueilli la 4<sup>e</sup> édition du Sommet de la Mesure d'Impact, organisé par l'Impact Tank. Cet événement, soutenu par les Caisses d'Epargne, depuis l'origine, se fixe pour objectif de faire de la mesure de l'impact une véritable boussole pour les organisations. L'ambition de ce sommet, soutenu par divers acteurs de l'ESS, de la recherche et du monde public, est de créer un langage commun grâce à la mesure d'impact et de réorienter les actions vers l'essentiel. À cette occasion la FNCE a rappelé l'ancrage régional des 15 Caisses d'Epargne et partagé les résultats de l'étude Caisse 2026, « Les Français et leur territoire ». ●





**KANTAR**

Fédération Nationale  
CAISSE D'ÉPARGNE

## Mais où s'arrêtera l'invisibilisation des femmes cheffes d'entreprise ?

Dévoilé à l'occasion de la Journée Internationale des Droits des Femmes du 8 mars 2026, le 3e Baromètre Femmes cheffes d'entreprise (FNCE / Kantar) révèle un paradoxe alarmant. Malgré un soutien massif à l'entrepreneuriat des femmes, jugé essentiel par 88 % des Français, les dirigeantes demeurent invisibles dans l'imaginaire collectif. Le constat est frappant : 7 Français sur 10 ne peuvent nommer aucune femme cheffe d'entreprise. Alors que 90 % des sondés connaissent un dirigeant homme, ils ne

sont que 39 % à pouvoir citer une dirigeante. Les freins structurels persistent : discriminations de genre (60 %), contraintes familiales et charge mentale (59 %), ainsi que les difficultés d'accès au financement (48 %). La perception de la charge mentale est particulièrement clivée : elle est vue comme un frein par 70 % des femmes, contre seulement 47 % des hommes. Parallèlement, l'élan entrepreneurial est fort, notamment chez les 25-34 ans où 22 % souhaitent créer leur entreprise (contre 18 % pour l'ensemble des Français). Ce dynamisme souligne l'urgence d'encourager et d'accompagner les vocations féminines dès le plus jeune âge pour bâtir des perspectives concrètes. Pour consulter le baromètre complet, flashez ce QR-code :



## Femmes cheffes d'entreprise : une invisibilité persistante

Une invisibilité qui étouffe les vocations et perpétue le plafond de verre entrepreneurial

Une réalité qui se confirme depuis 3 ans dans cette enquête...

Un mur de reconnaissance toujours infranchissable pour les femmes.

**90 %** des répondants déclarent connaître au moins un des 8 hommes chefs d'entreprise\*



CONTRE

seulement **39 %** déclarent connaître au moins une des 8 femmes



L'entrepreneuriat des femmes, un consensus très fort

**88 %** des Français soutiennent le développement de l'entrepreneuriat féminin

(soutien plus marqué chez les femmes : 92 %, contre 84 % chez les hommes)



Les freins structurels, la discrimination de genre en tête

Sont considérés comme des freins « importants ou majeurs » :

Discriminations de genre  
**60 %**

Charge domestique/familiale  
**59 %**

Difficulté d'accès aux garanties et financements  
**48 %**

Auto-censure des femmes, manque de confiance  
**46 %**



« Baromètre Fédération nationale Caisse d'Epargne / Kantar Insights ».

Méthodologie : Enquête Kantar Insights France menée du 26/01/2026 au 29/01/2026, auprès de 1 010 personnes issues de son panel Metaskope, âgées de 18 ans ou plus et vivant en France, constituant un panel national représentatif.

\*Sur la base d'une liste de 16 cheffes d'entreprise présentée aux répondants :

Femmes : Delphine Ernotte Cunci, Catherine MacGregor, Anne Rigail, Christel Heydemann, Mary Barra, Indra Nooyi, Mercedes Erra, Leena Nair, Hommes : Bernard Arnault, Michel-Edouard Leclerc, Vincent Bolloré, Xavier Niel, Elon Musk, Mark Zuckerberg, Tim Cook, Jeff Bezos

## Élisabeth Laville, autrice et fondatrice d'Utopies



*Cet ouvrage explore le retour au local à travers 30 modèles et 90 études de cas dans le monde.*

# “L’ancrage territorial renforce la légitimité et l’attractivité de l’entreprise auprès des clients comme des salariés.”

Co-autrice de « L'entreprise hyper-locale - Réinventer les modèles économiques à partir des territoires » (éditions Pearson, oct. 2023), Élisabeth Laville décrypte ce modèle d'avenir. Pour elle, le territoire n'est plus un simple lieu d'implantation mais une source de résilience et d'innovation. Une approche novatrice qui transforme la relation de l'entreprise à son écosystème.

BIO

Élisabeth Laville est fondatrice de l'agence Utopies, pionnière du conseil en développement durable en France depuis plus de trois décennies. Également à l'origine du lancement du mouvement B Corp en France en 2013, elle accompagne entreprises et institutions dans la transformation de leurs modèles économiques et le développement de stratégies d'impact et d'ancrage territorial.

“ Ce qui distingue l'entreprise hyper-locale des approches territoriales classiques, c'est la réciprocité : il ne s'agit pas seulement de “rendre” au territoire, mais de comprendre qu'il est aussi une source d'innovation, de ressources et de compétitivité. ”

### **FNCE** Comment définiriez-vous le concept d'entreprise hyper-locale, et en quoi se distingue-t-il des autres modèles économiques centrés sur le territoire ?

**ELISABETH LAVILLE** : Une entreprise hyper-locale ne considère plus le territoire comme un simple lieu d'implantation, mais comme un écosystème vivant de relations, de ressources et d'opportunités. Comme le suggérait Bruno Latour, le local n'est pas seulement une échelle géographique : c'est aussi le proche au sens de la relation, un réseau de dépendances et de coopérations vertueuses. Ce qui distingue l'entreprise hyper-locale des approches territoriales classiques, c'est la réciprocité : il ne s'agit pas seulement de “rendre” au territoire, mais de comprendre qu'il est aussi une source d'innovation, de ressources et de compétitivité. L'enjeu est donc de coévoluer avec lui.

### **FNCE** Quels sont les principaux avantages pour une entreprise d'adopter un modèle hyper-local ?

**ELISABETH LAVILLE** : Le premier avantage est la résilience : en s'appuyant sur des partenaires, filières ou ressources de proximité, l'entreprise réduit certaines fragilités liées aux chaînes de valeur mondialisées. Le deuxième est l'innovation : le territoire est souvent un laboratoire, où le dialogue avec des collectivités, associations, producteurs, chercheurs ou citoyens fait émerger de nouveaux besoins et de nouvelles solutions. Enfin, l'ancrage territorial renforce la légitimité et l'attractivité de l'entreprise auprès des

clients comme des salariés. Sans compter le “capital territorial”, c'est-à-dire la valeur économique que le territoire apporte via les compétences, les savoir-faire, les synergies locales, les coûts logistiques réduits ou la capacité à trouver des solutions en cas de crise. Nos travaux montrent que, dans l'industrie, cette contribution représente souvent 15 à 30 % de la création de valeur, et peut dépasser 50 % dans certains cas.

### **FNCE** Pouvez-vous donner des exemples d'entreprises qui ont réussi grâce à une stratégie hyper-locale ?

**ELISABETH LAVILLE** : Zingerman's, aux États-Unis, en est un bon exemple : ce groupe alimentaire s'est développé en restant dans une seule ville, Ann Arbor, selon une logique de croissance “verticale” plutôt qu’“horizontale”, en développant une dizaine d'activités locales plutôt qu'en se dispersant géographiquement. En France, 1083 ou Tuffery illustrent cette logique à travers la relocalisation de la filière jean. Il existe aussi des exemples de coopération territoriale entre entreprises, comme Venetis en Bretagne pour le temps partagé, ou le GIE Chargeurs Pointe de Bretagne, qui mutualise des transports agroalimentaires et évite de nombreux trajets à vide. Dans tous ces cas, l'entreprise ne se contente pas d'être locale : elle active les ressources du territoire et contribue en retour à son dynamisme.

### **FNCE** Quelles sont les principales difficultés auxquelles ces entreprises peuvent être confrontées ?

**ELISABETH LAVILLE** : La première est culturelle : beaucoup d'entreprises restent organisées selon une logique globale ou

sectorielle et voient mal les opportunités territoriales. La seconde est la complexité de la coopération : acteurs publics, privés et associatifs n'ont ni les mêmes objectifs ni les mêmes temporalités. Pour avancer, les entreprises doivent d'abord cartographier leurs dépendances et leurs ressources territoriales, puis construire des partenariats progressifs et expérimenter.

### **FNCE** Comment les institutions financières peuvent-elles soutenir ces modèles ?

**ELISABETH LAVILLE** : Les institutions financières ont un rôle stratégique – et c'est tout particulièrement le cas des banques coopératives. Elles peuvent financer des filières locales (voir par exemple la Nautibanque des Caisses d'Épargne Normandie et Côte d'Azur), soutenir des projets de bioéconomie ou de relocalisation répondant à des besoins locaux, et jouer un rôle de facilitateur en faisant émerger des projets collectifs de mutualisation ou de circularité.

Elles peuvent aussi intégrer dans leurs critères d'analyse un “local score” fondé sur la résilience des filières, l'emploi local durable ou la contribution aux communs territoriaux. Pour des banques à forte dimension territoriale comme les Caisses d'Épargne, ce “local score” pourrait aussi s'appliquer à leurs propres produits et services, afin de rendre plus visible leur utilité territoriale et de montrer à leurs clients comment leur épargne, leur crédit ou leur assurance peuvent soutenir la vitalité et la résilience locales. Ainsi, les banques contribueraient à faire émerger un modèle économique plus coopératif, plus robuste et plus enraciné. ●





# Les Français et leur territoire

**Quelle relation les Français entretiennent-ils avec leur territoire ?**

Pour répondre à cette question, la Fédération nationale des Caisses d'Épargne a consacré sa quatrième étude prospective annuelle au sujet des territoires. Pour près d'un habitant sur deux, le territoire se définit moins par ses frontières que par son histoire et sa culture partagés. Pour les 5 000 Françaises et Français interrogés, c'est un espace d'attachement profond, porteur d'attentes, de tensions, d'espoir et de défis à relever.

# Les grands enseignements



## Le territoire, une affaire de cœur pas d'adresse

59 % des Français sont attachés au territoire sur lequel ils sont nés ou ont grandi plutôt qu'à leur lieu de vie. S'ils se sentent « chez eux » aussi bien à l'échelon de leur quartier, leur village qu'à celui de leur pays, ils sont seulement 2 % à considérer l'Europe comme leur territoire



## L'essentiel à 30 minutes

La demi-heure s'impose comme le temps de trajet maximal pour accéder aux commerces et services essentiels, avec comme priorité n°1 : l'accès au soin. Ils réclament avant tout une pharmacie !



## Produire, recruter et décider localement, c'est ça être UTILE

Le maire est le seul décideur qui émerge du paysage institutionnel. Côté entreprises, leur utilité pour leur territoire est jugée avant tout sur leur capacité à produire et à recruter localement.



## Le territoire se rêve en vert mais...

Les Français veulent un territoire « écologique » avant un territoire « connecté » ou « innovant ». Ils font de la biodiversité leur priorité locale numéro 1 en matière de transition environnementale. Mais cet idéal se heurte à des préoccupations et des risques jugés plus urgents en tête desquels le logement et l'insécurité.



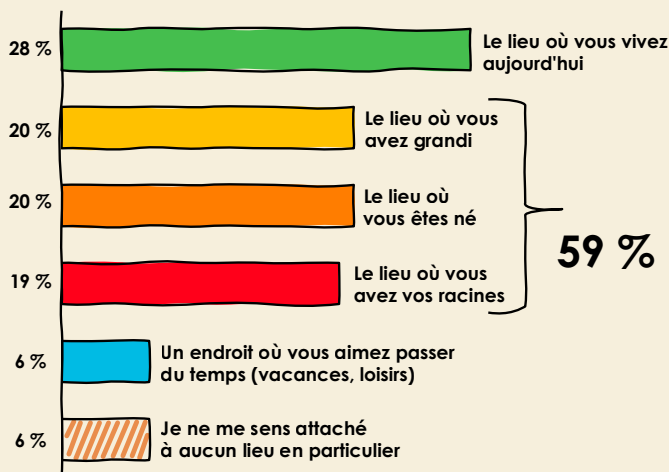
## Le blues des territoires

Aujourd'hui comme demain, 70 % des Français jugent que leur territoire ne se développe pas, un tiers le considère même en « déclin ».

## Pour 59 % des Français, leur territoire est une affaire de cœur...

### QUESTION

Le territoire auquel vous êtes le plus attaché, VOTRE territoire, c'est avant tout...



1 % : Un autre lieu

Pour la majorité des Français, l'attachement à leur territoire est avant tout affectif et déconnecté de leur lieu de résidence.

### L'effet territoire

Seuls 28 % des Français identifient le lieu où ils vivent aujourd'hui comme le territoire auquel ils sont le plus attachés.

Cette affirmation est particulièrement marquée dans les grands pôles urbains et pour les populations en situation de mobilité (étudiants, cadres, personnes en situation de précarité économique) ; elle est à l'inverse moindre dans les petites communes et les régions où les parcours de vie sont potentiellement plus stables.



Un territoire représente pour moi une **région**,  
un **pays** où l'on vit avec **les mêmes us et coutumes**.

## DES IDENTITÉS LOCALES QUI RESTENT TRÈS FORTES

L'étude révèle la persistance de fortes identités territoriales, qui ne se structurent pas partout à la même échelle :

**Bretagne / Pays de la Loire** : l'attachement à la région y est nettement surreprésenté (26 % contre 19 % au niveau national), confirmant la vigueur de l'identité régionale, notamment bretonne.

**Île-de-France** : les Franciliens sont plus nombreux à s'identifier à la France (25 % contre 20 %). Dans cette région-capitale, l'échelle régionale ne crée pas de véritable sentiment d'appartenance : l'attachement bascule du très local (quartier, ville de banlieue) directement vers l'échelon national.

**Départements d'outre-mer** : l'identité se construit presque exclusivement à l'échelle de l'île, qui est à la fois département et région. En Guadeloupe, seulement 3 % des répondants citent la « ville » comme principale échelle d'appartenance (contre 22 % en moyenne nationale). C'est « la Guadeloupe » dans son ensemble qui fait sens à leurs yeux.

ZOOM

### 91 % des Français

se disent attachés à leur territoire, un sentiment qui fait l'unanimité dans la population.



## Plus qu'un code postal, une affaire de cœur

Outre sa dimension géographique, pour 49 % des Français interrogés, le territoire se définit d'abord par son histoire et sa culture. Une « région où les habitants ont une histoire et des coutumes communes ».

91% des Français se disent attachés à leur territoire, autant physiquement que sentimentalement. La plupart sont des résidents de longue date : plus de la moitié vivent dans la même région depuis plus de 20 ans et 77 % s'y projettent dans l'avenir. Dynamique, accueillant, calme, solidaire... Les mots utilisés par les Français pour décrire leur territoire sont majoritairement positifs.

Pour plus d'un Français sur deux, le territoire auquel ils se sentent attachés – leur territoire – n'est pas celui dans lequel ils résident aujourd'hui, mais celui avec lequel ils ont noué des liens affectifs par le passé.

## L'hyper-proximité, attente n°1 des Français

40 % des Français se sentent « chez eux » dans leur environnement immédiat – leur village, leur quartier, leur ville. Les autres se sentent tout autant appartenir à leur département, leur région, ou même à la France. En revanche, seuls 2 % considèrent l'Europe comme leur territoire, moins que les 4 % qui affirment se sentir « citoyens du monde ».

Quand on les questionne sur les commerces et les services essentiels, 62 % souhaitent un accès en moins de 15 minutes : une exigence qui fait écho au concept de « ville du quart d'heure » popularisé par l'urbaniste Carlos Moreno en 2016. 95 % estiment qu'un trajet supérieur à 30 minutes n'est pas acceptable et marque la limite à ne pas dépasser pour satisfaire les besoins du quotidien. ●●●



## Donnez-moi une pharmacie !

## QUESTION

Quels sont les 3 lieux que vous considérez essentiels d'avoir à proximité sur votre territoire pour bénéficier d'une bonne qualité de vie ?

Jusqu'à 3 réponses possibles

## Le besoin numéro 1

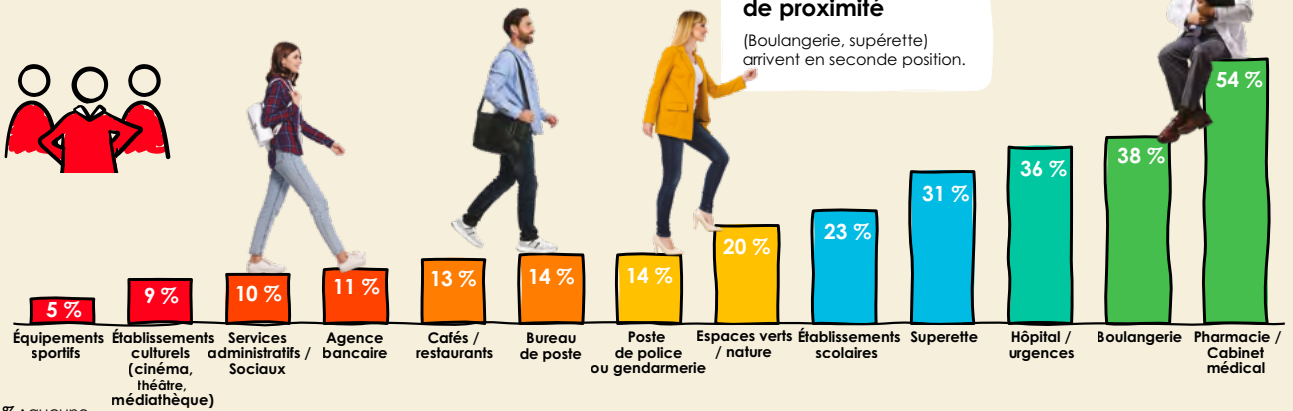
auquel les Français veulent trouver une réponse localement, c'est la santé... concrètement avoir accès à une pharmacie, à un hôpital et aux urgences.

## L'effet territoire

Moins le lieu de vie est euaté, plus le besoin «Santé» est important, reflet de la désertification médicale de certains territoires.

## Les commerces de proximité

(Boulangerie, supérette) arrivent en seconde position.

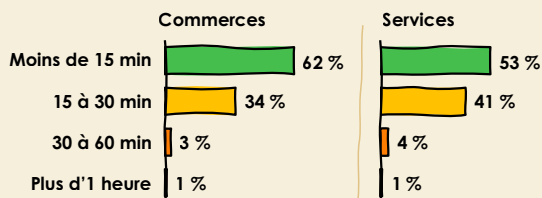


1 % : aucune

## Le territoire de la demi-heure

## QUESTION

Au quotidien, quel temps de trajet jugez-vous acceptable pour accéder aux commerces et services essentiels ?



## Le 1/4 d'heure est le nouvel étalon :

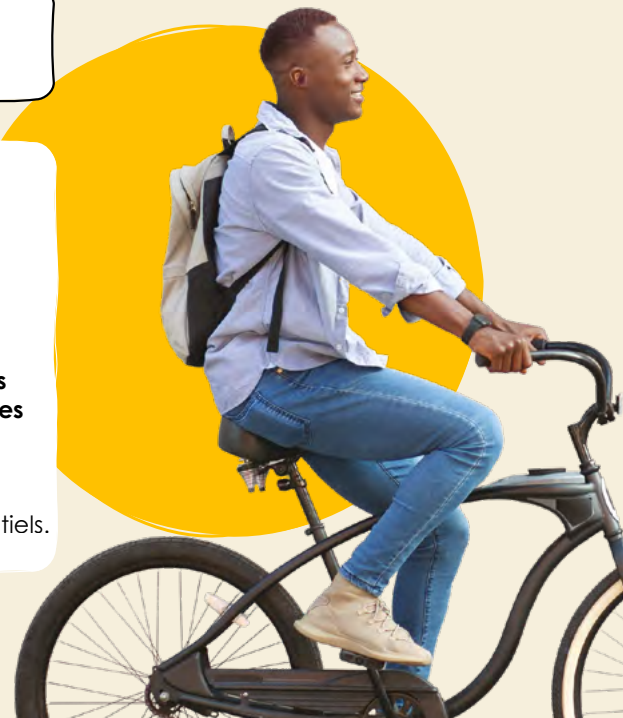
Avec 62 % des Français qui le jugent "acceptable", le trajet de moins de 15 minutes pour les commerces essentiels met en évidence un besoin d'hyper proximité. Il n'est pas qu'un concept d'urbaniste mais une attente populaire massive.

## La 1/2 heure est la limite absolue :

Le chiffre de 96 % pour moins de 30 minutes est un véritable plébiscite.



Une écrasante majorité de Français n'acceptent **pas plus de 30 minutes** de trajets pour accéder aux commerces et services essentiels.





Plusieurs sortes de **territoires** composent le pays. territoires **ruraux** ou **urbains**.



## L'ENGAGEMENT LOCAL

40 % des Français se disent engagés dans la vie locale. Un chiffre qui s'élève à 56 % chez les plus jeunes. Pour s'engager davantage, un tiers des Français attend d'être plus sollicités pour des projets qui ont un impact local plutôt que des contreparties matérielles.



## Le maire, une notoriété plébiscitée par 78 % des Français



### QUESTION

Connaissez-vous le nom du maire de votre commune ou d'arrondissement ?



### QUESTION

Connaissez-vous le nom du président ou de la présidente de votre région ?



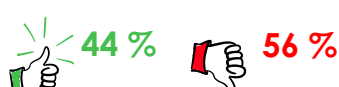
### QUESTION

Connaissez-vous le nom du président ou de la présidente du conseil départemental ?



### QUESTION

Connaissez-vous le nom de votre député(e) ?



## Ceux qui font le territoire

À l'échelle locale, l'« influenceur » qui compte n'est pas celui des réseaux sociaux : pour 53 % des Français, les élus sont les acteurs les plus influents du territoire. Parmi eux, le maire est plébiscité par 78 % des répondants, seul élu dont une majorité de répondants est capable de citer le nom. En ligne avec les autres enquêtes sur le sujet, les Français considèrent d'ailleurs les collectivités locales comme les principaux moteurs du développement territorial, devant les entreprises.

« L'entreprise utile » est d'abord celle qui produit et recrute localement : ces critères d'utilité (36 %) arrivent loin devant le soutien aux associations et au sport (13 %). Produire et recruter sur le territoire priment sur les engagements environnementaux ou sociétaux. Les 18-24 ans sont les seuls à placer le respect de l'environnement local comme

première qualité d'une entreprise « utile » à son territoire. 77 % des Français affirment que les actions d'une marque ou d'une entreprise sur leur territoire ont un impact positif sur leur perception et leurs choix de consommation. Le succès de labels comme « Origine France Garantie » ou de marques régionales (par exemple « Produit en Bretagne ») en attestent.

Plus d'un Français sur deux estiment que les entreprises devraient soutenir davantage les associations de leur territoire et plus d'un quart déclarent ne pas avoir une vision claire de ce sujet, renvoyant ainsi à la faible visibilité des petites et moyennes entreprises en matière de mécénat, alors même qu'elles représentent 97 % du nombre des entreprises mécènes en France (chiffre Admical). ●●●



Et les banques dans tout ça ? Plus d'un tiers des sondés attendent qu'elles financent en priorité les entreprises locales, perçues comme un levier clé de croissance et d'emploi. Pour les 18-24 ans, la priorité va au financement du logement, reflet de leur confrontation directe à la crise immobilière et aux difficultés d'accès à la propriété.

## Je t'aime, moi non plus

S'ils sont attachés à leur territoire, les Français jugent toutefois « l'ascenseur territorial » en panne. Seul un tiers d'entre eux estiment que leur territoire est en développement et se portera mieux demain. 28 % des Français voient dans la préservation de la biodiversité et des espaces verts la priorité n°1 sur leur territoire en matière de transition écologique locale, signe d'une attente de fond pour améliorer leur cadre de vie. Prioritairement, les Français aspirent à un territoire « écologique » (35 %), deux fois plus qu'à un territoire « productif » (20 %) ou « connecté » (16 %).

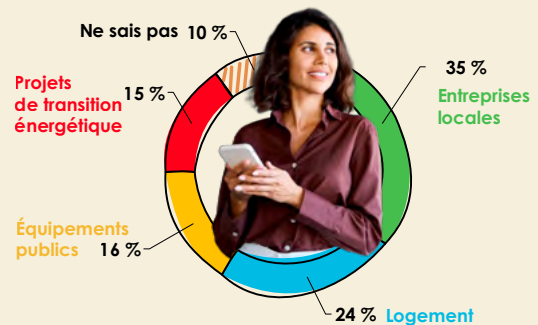
Le logement et son coût s'imposent comme le premier handicap pointé par les Français (27 %), devant le sentiment d'insécurité (24 %), le manque de transports (22 %) et le déficit de dynamisme économique (20 %). Le problème des mobilités reste particulièrement aigu dans la « France périphérique », où l'absence d'alternatives à la voiture individuelle alimente dépendance et sentiment d'isolement.



## Priorité au financement des entreprises locales et du logement

### QUESTION

Selon vous, qu'est-ce qu'une banque régionale doit financer en priorité ?

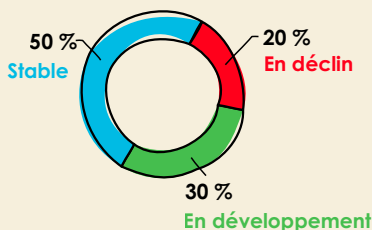


Plus d'un tiers des Français attendent de leur banque qu'elle finance en priorité les entreprises locales, perçues comme un levier clé de croissance et d'emploi sur le territoire, un quart d'entre eux placent le financement du logement parmi leurs attentes majeures.

## Le blues des territoires

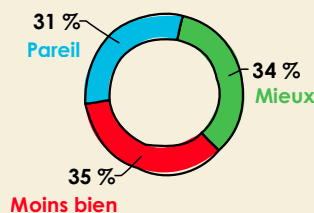
### QUESTION

Diriez-vous que votre territoire est aujourd'hui... ?



### QUESTION

Dans 25 ans, votre territoire se portera-t-il ?



### L'effet générationnel

Les 18-34 ans sont plus optimistes que la moyenne (44 % vs 34 %). Mieux ou moins bien, 80 % d'entre eux estiment que le futur de leur territoire ne ressemblera pas à aujourd'hui.



### L'ascenseur territorial en panne

Seuls 3 Français sur 10 voient leur territoire se développer.



Deux tiers des citoyens ne croient pas à un avenir meilleur pour leur territoire.





Quand j'entends territoire, je pense à **une propriété privée.**

Cette photographie nationale masque de fortes disparités. L'analyse par taille d'agglomération dessine une France à deux vitesses. Dans les métropoles, et plus encore en agglomération parisienne, ce sont la densité et la pression économique qui dominent : le coût de la vie et du logement est cité par 31 % des habitants de la région capitale et par 30 % de ceux des grandes agglomérations, au-dessus de la moyenne nationale.

À l'inverse, dans la France rurale et les petites villes, les difficultés tiennent d'abord à l'isolement et au manque de services : 41 % des habitants des zones

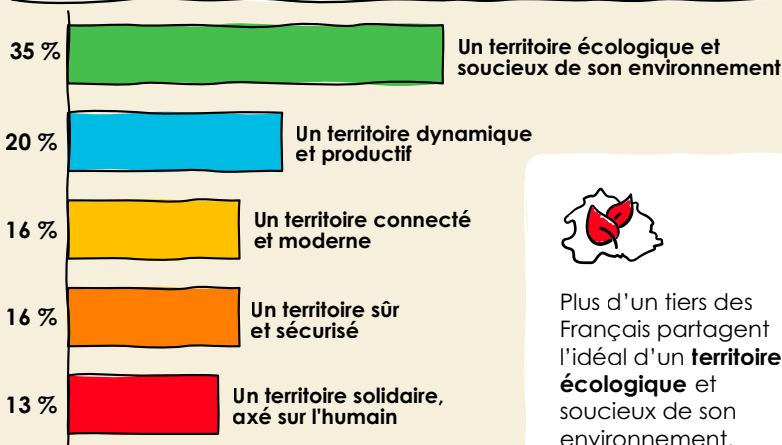
rurales dénoncent le manque de transports, tout comme 27 % de ceux des villes de 2 000 à 10 000 habitants, soit des niveaux deux fois supérieurs à la moyenne.

Alors que les Français aspirent à des territoires plus « écologiques », leurs inquiétudes immédiates se concentrent sur le social et la sécurité. Le risque n°1 identifié reste l'insécurité et les incivilités (36 %), devant le chômage et la pauvreté (31 %) puis le vieillissement et le dépeuplement (30 %). L'environnement n'arrive qu'en quatrième position, signe d'un décalage entre l'idéal souhaité et les angoisses du quotidien. ●

## Le territoire de demain se rêve en vert...

### QUESTION

Quelle phrase correspond le mieux à votre vision idéale de votre territoire en 2050 ?



Plus d'un tiers des Français partagent l'idéal d'un **territoire écologique** et soucieux de son environnement.



## ...mais des préoccupations restent à traiter en priorité

### QUESTION

Quels sont les principaux handicaps de votre territoire ?

2 réponses possibles

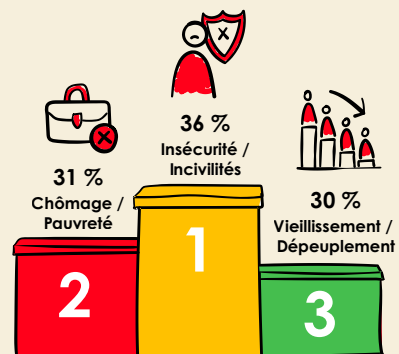


Le manque de logement abordable et le coût de la vie, l'insécurité et des transports insuffisants sont jugés par les Français comme les trois principaux handicaps de leur territoire.

### QUESTION

Quels sont les principaux risques auxquels sera exposé votre territoire d'ici à 2050 ?

2 réponses possibles





## “L'identité territoriale forte est la source des solutions de demain.”

Originnaire de Bretagne, députée du Finistère et observatrice avisée des dynamiques locales, Mélanie Thomin réagit aux grands enseignements de l'étude Caisse d'Epargne « Les Français et leur territoire ». Pour cette élue de terrain, l'attachement affectif des Français à leur territoire est une force motrice pour l'avenir.

Quel rapport avez-vous à votre territoire ?

**MELANIE THOMIN** : Je suis une Finistérienne « pur beurre ». Chez moi, on dit avec fierté qu'on est « né, qu'on a grandi et qu'on travaille au pays ». Cette identité, c'est ce que je porte à l'Assemblée nationale. Avant la députation, j'enseignais à Quimper et j'étais déjà élue locale. Cet enracinement est le socle de mon engagement politique. Quand je suis à Paris, c'est cette fierté et les intérêts de ce « bout du monde où tout commence » que je défends avec force.

L'étude montre un attachement à un territoire caractérisé par sa culture et son histoire, plutôt qu'à un simple périmètre administratif. En tant que présidente de l'ANPP, que vous inspire ce résultat ?

**MELANIE THOMIN** : Il confirme totalement notre vision ! Les Français sont attachés à leur cadre de vie, bien au-delà des simples découpages administratifs. L'action de l'ANPP, qui porte la démarche des Pays et des Pôles territoriaux, s'inscrit précisément dans cette réalité. Prenons l'exemple du Pays du Centre Ouest Bretagne (Pays COB), dont je suis



Depuis 2023, les urgences de l'hôpital de Carhaix sont menacées.

très fière. C'est un bassin de vie de 80.000 habitants qui unit des populations à cheval sur trois départements – le Finistère, le Morbihan et les Côtes-d'Armor. Ce qui les lie, ce n'est pas une administration, mais une culture forte, des habitudes de vie et des combats communs, comme la défense de l'hôpital de Carhaix. En dépassant les frontières administratives, ces habitants s'unissent pour préserver leurs services publics et leur identité. C'est exactement ce que nous défendons à l'ANPP : des territoires de projet basés sur des bassins de vie cohérents, où l'on peut construire un avenir attractif.

### L'étude révèle une forte demande des Français pour une "hyper-proximité" des services du quotidien à moins de 30 minutes. Quelle est la responsabilité des élus face à cette attente ?

**MELANIE THOMIN** : Cette exigence de proximité à quinze ou trente minutes est la condition *sine qua non* pour préserver le cadre de vie et l'attractivité d'un territoire. Notre responsabilité d'élus est de garantir cet accès. Le maire, plébiscité dans l'étude, incarne cette confiance de proximité. Chaque fois que l'État s'en éloigne, en menaçant un service public essentiel comme une maternité ou des urgences, cela est vécu comme une injustice et brise le pacte républicain. En tant que parlementaire, je m'efforce de maintenir ce lien en restant accessible sur le terrain. L'hyper-proximité n'est pas un caprice, c'est une condition essentielle pour que des familles se projettent et fassent vivre nos territoires.

### Comment réconcilier l'idéal écologique des Français avec leurs angoisses très concrètes sur le pouvoir d'achat ou l'emploi ?

**MELANIE THOMIN** : C'est là que se situe le cœur du politique : nous devons proposer des solutions qui réconcilient, et non qui divisent. Face à une économie en pleine mutation, nous devons faire preuve d'une volonté politique forte pour réorganiser et relocaliser des filières stratégiques. Plutôt que d'opposer les modèles, il faut par exemple produire autrement pour garantir notre souveraineté alimentaire tout en respectant la biodiversité. Je suis persuadée que l'identité territoriale forte est la source des solutions de demain. C'est en s'appuyant sur les forces vives et les ressources locales que nous trouverons les voies d'un avenir plus durable et que nous pourrions redonner confiance.



**Mélanie Thomin** est professeure de français, députée de la 6<sup>e</sup> circonscription du Finistère et présidente de l'Association nationale des Pôles territoriaux et des Pays (ANPP - Territoires de projet) depuis 2025.

# Ancrées localement pour faire vivre les territoires



**L'étude Caisse d'Epargne « Les Français et leur territoire » le montre clairement : pour 36 % des personnes interrogées, une « entreprise utile » est d'abord celle qui produit et recrute localement, bien avant le soutien aux associations ou au sport. Plus d'un tiers des sondés attendent aussi des banques qu'elles financent en priorité les entreprises locales. Les Caisses d'Epargne, banques coopératives 100 % régionales, sont alignées avec ces attentes.**

## Financer et recruter au plus près

L'ancrage territorial des Caisses d'Epargne se traduit d'abord par une finance en circuit court. « Chaque Caisse d'Epargne se voit confier l'épargne de ses clients, qu'elle prête ensuite aux citoyens et acteurs économiques du territoire pour l'acquisition de leur logement par exemple, le développement d'un projet ou le financement d'une entreprise, d'un acteur de l'économie sociale et solidaire, de bailleurs sociaux ou de collectivités », explique Déborah Cherruault, membre du directoire de la Caisse d'Epargne Aquitaine Poitou-Charentes. Une réponse directe aux attentes des Français qui désignent le financement des entreprises et du logement comme prioritaire, en particulier les 18-24 ans, fortement confrontés à la crise immobilière.

Les Caisses d'Epargne sont aussi des employeurs de référence : 5 000 recrutements sont prévus en 2026, partout en France. À la Caisse d'Epargne Loire-Centre, ce recrutement s'appuie sur une politique volontariste en faveur des talents locaux, avec une forte présence dans les 6 départements de la région Centre-Val de Loire, une politique active d'alternance et d'insertion professionnelle, ainsi qu'un accompagnement structuré des parcours, reconnu notamment par la labellisation *Great Place to Work*. « Le recrutement local n'est pas un principe ou un concept : c'est un choix stratégique assumé, en cohérence avec notre modèle coopératif, notre ancrage territorial et notre plan stratégique », souligne Pascale Charpy-Moore, mandataire en charge du pôle ressources à la Caisse d'Epargne Loire-Centre. Dans la mesure où les Français associent utilité et emploi local, cette stratégie renforce la cohérence entre discours et pratiques.

## Mécénat et impact : rendre visibles les engagements

Plus d'un Français sur deux estiment que les entreprises devraient soutenir davantage les associations de leur territoire, et plus d'un quart déclarent ne pas avoir une vision claire de ce sujet. Pourtant, les PME représentent 97 % des entreprises mécènes en France. Cette faible visibilité interroge, alors même que 77 % des sondés affirment que les actions d'une marque sur leur territoire influencent positivement leur perception et leurs choix de consommation.

Les Caisses d'Épargne cherchent justement à rendre cet engagement lisible. Chaque année, elles consacrent plus de 23 millions d'euros pour soutenir près de 1 300 projets associatifs, partout en France, dans les domaines de l'insertion, la culture, la santé ou la préservation du patrimoine. Ce mécénat est pensé au plus près des besoins locaux, avec une implication forte des administrateurs sociétaires. Le dispositif des 120 terrains de sport Caisse d'Épargne, labellisé en 2025 par le Think Tank européen "Sport & Citoyenneté", illustre la manière dont un projet visible dans le quotidien des habitants peut incarner l'engagement d'une banque sur son territoire.



“ Avec des produits comme le Livret Transition Territoire, l'épargne que nous collectons finance directement des projets de transition environnementale près de chez nos clients. ”

**Déborah Cherruault**, membre du directoire de la Caisse d'Épargne Aquitaine Poitou-Charentes, en charge de la Banque de Développement Régional



“ Le recrutement local n'est pas un slogan, c'est un choix stratégique qui fait de la Caisse d'Épargne un employeur ancré, responsable et utile à son territoire. ”

**Pascale Charpy-Moore**, membre du directoire de la Caisse d'Épargne Loire-Centre en charge du pôle Ressources

## Donner du sens à l'épargne locale

Les Français plébiscitent de plus en plus l'action locale des entreprises pour accompagner le développement territorial. Les Caisses d'Épargne s'inscrivent naturellement dans cette dynamique. À titre d'exemple, en mai 2024 la Caisse d'Épargne Aquitaine Poitou-Charentes a lancé le Livret Transition Territoire, dédié au financement de la transition environnementale des acteurs économiques (entreprises, ESS, professionnels...) en Nouvelle-Aquitaine à partir de l'épargne des ménages, de l'ESS et du logement social. L'originalité de l'offre est la traçabilité de l'utilisation de la collecte auprès des épargnants. « Ainsi, chaque semestre, une avancée des projets financés est transmise aux épargnants, et des rencontres annuelles sont réalisées entre les porteurs de projets et les épargnants. Une très belle illustration de l'interrogation et de l'aspiration des Français. "Où va mon argent ? C'est moi qui choisis !" souligne Déborah Cherruault qui se réjouit du succès de l'offre auprès des épargnants néo-aquitains avec plus de 440 M€ collectés depuis son lancement. Finance locale, emploi, soutien à l'économie sociale et solidaire (ESS), mécénat et épargne fléchée : autant de leviers qui, réunis dans leur Contrat d'Utilité, permettent aux Caisses d'Épargne de répondre concrètement aux attentes de nos clients et de contribuer, durablement, à la vitalité des territoires. ●

# L'économie française : entre inquiétudes et bonnes surprises, une opportunité

Au moment d'écrire ces quelques lignes, l'horizon s'est sensiblement obscurci en raison du conflit au Moyen-Orient qui sévit et frappe l'économie mondiale. Sans vouloir minorer l'impact qu'a ce conflit sur la croissance française, un regard sur quelques grandeurs économiques et financières est proposé ici. Certaines sont sources d'inquiétudes mais d'autres constituent des surprises positives à ne pas occulter dans un moment presque gordien.

## Les inquiétudes sont légion, à chaque horizon de temps

À l'évidence, la première des inquiétudes est à court terme, du fait du conflit au Moyen-Orient et de la hausse durable des prix des matières premières énergétiques. Sans être propre à l'économie française, et dans l'hypothèse d'un prix du pétrole supérieur de 30 dollars à celui qui prévalait fin février, ce choc aurait un impact négatif de 0,3 point de pourcentage sur la croissance du PIB, et positif de 1,0 point de pourcentage sur l'inflation. Ce double phénomène de baisse de l'activité et de hausse des prix est synthétisé en un mot : la stagflation. Toujours à court terme, les inquiétudes étaient déjà présentes en raison de moteurs privés internes grippés. Rappelons que les Français font le choix de l'épargne, laquelle atteint des niveaux records (hors période Covid) au détriment de la consommation qui demeure atone (+0,4 % seulement en 2025).

À moyen et long terme, la croissance économique inquiète aussi. Dans une approche classique, il s'agit à cet horizon d'examiner les deux facteurs de la croissance que sont la force de travail et la productivité du travail. D'abord, la force de travail, ou population en âge de travailler, pourrait décroître en raison de la chute du taux de natalité sans que l'on sache vraiment la stopper. Depuis 2015, la fécondité est ainsi inférieure à 2 enfants par femme et en baisse. Ensuite, la productivité du travail ralentit, décennie après décennie. Sur les cinq dernières années et à la suite des crises sanitaires et inflationnistes, elle affiche une croissance tout simplement nulle. Devrons-nous bientôt apprendre à vivre (au mieux) dans une économie sans croissance ?

**BIO**

**José Bardaji** est directeur des Études et Prospective du Groupe BPCE, après avoir fait carrière à l'Insee, à la Direction générale du Trésor et chez France Assureurs. Il est diplômé de l'ENSAE, du Cnam et de l'Université Panthéon-Sorbonne dans laquelle il enseigne l'économie.



## Devrons-nous bientôt apprendre à vivre (au mieux) dans une économie sans croissance ?

Au final, c'est une croissance près de deux fois supérieure qui a été observée, à 0,9 %, proche de celle de 2024, proche du potentiel de croissance de l'économie française et proche de celle de la zone euro si on écarte l'Irlande qui affiche des performances exceptionnelles. Et quid de la croissance des deux autres principales économies européennes : l'Allemagne et l'Italie ne font guère mieux, à +0,4 % et à +0,7 % respectivement.

Deuxième surprise positive : les titres de dette française se vendent toujours très bien ! Certes, les taux d'intérêt français ont dépassé les taux portugais, puis espagnols et dernièrement les taux italiens en fin d'année dernière. Depuis plusieurs semaines et l'adoption du budget 2026, ils sont de nouveau inférieurs aux taux italiens. Le spread avec le Bund est même revenu à un niveau peu éloigné de celui qui prévalait au printemps 2024 avant la dissolution de l'Assemblée nationale. Depuis le début de cette année, l'exécution par l'Agence France Trésor du programme de financement pour l'année se déroule sans anicroche, avec des livres d'ordre 11 à 17 fois supérieurs au montant servi pour le lancement de nouveaux titres.

Troisième surprise positive : l'investissement des entreprises françaises semble se déplacer. En 2025, sa croissance a été terne, à peine positive. Celle-ci masque toutefois des dynamiques diamétralement opposées : recul de -2 % de l'investissement en produits manufacturés et en construction mais hausse de +4 % de l'investissement en information-communication et en services aux entreprises. S'agirait-il des prémices de la révolution numérique et de la volonté des entreprises françaises de prendre le train en marche de l'intelligence artificielle (IA) ? Une chose est sûre, dans le processus parfois long d'apprentissage d'une nouvelle technologie disruptive, la 1ère étape consiste à se doter de ces solutions. Reste la 2e étape d'appropriation par les salariés de ces solutions puis la 3e étape d'intégration concrète dans le processus de production et de création de valeur des entreprises.

Comment pourrait-on mesurer l'avancée concrète de la révolution de l'IA ? Un indicateur s'impose, la productivité du travail. Nous l'avons vu, sur une période de 5 ans, elle est atone. En 2025, elle affiche toutefois une croissance positive, à +0,9 %, retrouvant ainsi pour la première fois le niveau qui prévalait sur la période pré-Covid. Pour élever ce niveau et transformer cette dernière surprise en opportunité pour l'économie française, il reste à s'approprier les solutions IA, à travailler au quotidien avec ces dernières, à se placer dans une logique apprenante pour faire autrement. C'est définitivement l'affaire de tous pour hausser le potentiel de croissance de l'économie française et contribuer à lever les inquiétudes ! ●

Et, quel que soit l'horizon de temps, la situation des Finances publiques en France apporte également son lot d'inquiétudes. Le déficit, à 5,1 % du PIB, est essentiellement de nature structurelle. La dette s'élève à 115,6 % du PIB et le taux d'intérêt apparent de celle-ci est désormais supérieur au taux de croissance nominal du PIB. Puis, les dépenses sociales resteront dynamiques du fait du vieillissement de la population qui tire vers le haut les pensions de retraites et les frais de santé. En synthèse, les efforts à mener pour se placer dans une trajectoire soutenable des Finances publiques sont énormes.

### Mais dans le même temps, les surprises sont positives

Trois surprises positives sur le front de l'économie française sont à signaler. La première porte sur la croissance elle-même. Au plus fort de la crise politique avec la chute du gouvernement Bayrou à l'été 2025, les prévisionnistes retenaient une croissance française de 0,5 % sur l'année.



# 120 terrains qui redessinent l'espace public

**Financé par les Caisses d'Épargne, le dispositif "120 terrains de sport Caisse d'Épargne" mise sur la pratique du sport en libre accès pour transformer durablement les usages urbains. Inspirés du design actif et pensés comme de véritables lieux de vie, ces terrains ont fait l'objet d'une étude d'impact menée par le Think tank "Sport et Citoyenneté", qui en analyse les premiers effets sociaux.**

Plus que de simples terrains de sport, les 120 espaces construits ou rénovés, grâce au programme Pacte Utile des Caisses d'Épargne, sont conçus comme de véritables lieux de vie. Le principe est simple : financer, aux côtés des collectivités, des structures sportives en libre accès, inscrites dans le quotidien des habitants. « Le sport doit être un bien commun, accessible à tous et toutes, au cœur de la vie quotidienne des territoires », précise Pierre Macé, directeur général de la Fédération nationale des Caisses d'Épargne (FNCE). Dédiés au basketball 3x3 et au handball, ces terrains s'inspirent du design actif, qui encourage le mouvement par l'aménagement de l'espace public. Couleurs vives, lignes graphiques affirmées, intégration dans des lieux visibles et fréquentés : le visuel devient un levier

pour donner envie de pratiquer et renouveler l'identité de terrains parfois délaissés. Cette dimension esthétique participe à faire de ces équipements des lieux repérables et attractifs. Objectif : « Rendre l'activité physique visible, accessible et spontanée », comme le rappelle l'étude menée par "Sport et Citoyenneté".

## Mesurer l'impact social

C'est précisément cet impact que le Think tank "Sport et Citoyenneté" a cherché à documenter en 2025, à la demande de la FNCE. L'étude conduite auprès de collectivités et associations partenaires s'articulait autour d'une ambition : analyser objectivement les effets sociaux du dispositif, ses réussites et ses marges de progression.



## Des lieux de vie rapidement investis

Les résultats mettent en lumière que dans de nombreux territoires, la dynamique est immédiate. À Lucé (Eure-et-Loir), le terrain inauguré à l'été 2025 a été « pris d'assaut directement par les jeunes ». Ailleurs, le constat est partagé : ces terrains attirent, rassemblent, créent du mouvement. Leur implantation joue un rôle clé. Placés près de parcs ou entre plusieurs quartiers, ils réactivent l'espace public et apaisent parfois des tensions locales. « Le fait d'être au milieu des deux quartiers a calmé les tensions. Les jeunes des deux côtés viennent jouer ensemble », témoigne le représentant de la ville de Lucé. Ils renforcent aussi le sentiment de sécurité par une occupation positive, comme le résume un élu du Havre : « Plus un espace est occupé, moins il est squatté ».

## Une attractivité encore inégalement partagée

Pour autant, l'étude ne masque pas les limites observées. Si ces terrains attirent largement, leurs usagers restent majoritairement jeunes et masculins, comme le note la Ville de Paris. Ce constat interroge l'ambition inclusive du dispositif. L'accessibilité matérielle (gratuité, visibilité) est assurée, mais l'inclusion effective des femmes, des jeunes filles ou des personnes en situation de handicap reste fragile. L'étude le formule sans détour : le libre accès ne suffit pas. « *La mixité ne se décrète pas : elle se construit par la médiation, la formation et l'expérimentation* ». L'animation et la gouvernance locale sont donc essentielles pour diversifier les publics. Les territoires qui associent éducateurs et associations locales constatent une diversification progressive. De même, l'implication des habitants en amont favorise l'appropriation et le respect des équipements.

“ Nous sommes convaincus que le sport peut tout changer. Nous avons construit ce projet autour du Pacte Utile — utile aux athlètes, aux territoires et à la société. 120 terrains de sport construits ou rénovés en 3 ans et décorés par des artistes. Nous en sommes très fiers car ils laissent un héritage durable dans les territoires. ”

**Astrid Perrotin**, directrice Marketing client et Communication externe Caisse d'Épargne.

## Une dynamique appelée à s'amplifier

À mi-parcours, l'étude montre que le dispositif des Caisses d'Épargne ne se limite pas à une politique d'équipement, mais contribue à redéfinir la place du sport dans l'espace public. Reste désormais à consolider cette ambition par la médiation et la gouvernance locale pour que ces terrains deviennent pleinement ce qu'ils promettent d'être : des lieux de sport, de culture urbaine et de lien social ouverts à toutes et tous. Comme le conclut Julian Jappert, directeur général de "Sport et Citoyenneté" : « *Ce rapport n'a pas vocation à clore un cycle, mais à ouvrir une trajectoire, celle d'une politique sportive locale plus participative, plus égalitaire et plus durable* ». ●

FOCUS

## UN IMPACT SOCIAL RECONNU ET RÉCOMPENSÉ

L'engagement des Caisses d'Épargne a été salué par le Think tank "Sport et Citoyenneté", qui a décerné la médaille d'argent du label "impact social du sport" pour son influence positive sur les territoires. C'est lors de la 2<sup>e</sup> édition des Conférences Citoyennes du Sport, le 9 décembre 2025 à Paris, que le trophée matérialisant cette distinction a été officiellement remis. Cet événement, qui a réuni plus de 400 acteurs engagés, a mis en lumière la contribution des « 120 terrains » à l'utilité sociale.

# De Monnet à l'euro : les coulisses de la transformation économique de la France



**Cristina Peicuti**

Le livre « Histoire monétaire et économique de la France de 1944 à nos jours », prix d'honneur Turgot de Cristina Peicuti, économiste à Natixis, retrace l'évolution de l'économie française depuis les ruines de 1945 jusqu'à ses perspectives pour le XXI<sup>e</sup> siècle. L'ouvrage se concentre sur les moments charnières qui ont transformé la France en un leader économique mondial, lui permettant de surmonter des défis monumentaux tels que l'inflation galopante, la dette publique écrasante et la perte de son empire colonial. Il examine des sujets tels que le rôle du plan Marshall dans la reconstruction, l'impact des influences européennes et américaines, et les politiques économiques qui ont façonné la France.



*Le livre a été traduit et publié en 2026 par Springer Nature à New York.*

L'autrice analyse les politiques économiques adoptées pendant huit décennies, allant des Trente Glorieuses aux chocs pétroliers, de la création de l'euro à la crise des dettes publiques de la zone euro, de la crise financière de 2008 à la pandémie de Covid-19 et à la guerre en Ukraine. Elle interroge leur pertinence à long terme en termes de croissance, de dette publique, de bien-être de la population et d'influence de la France dans le monde. Ces évolutions et turbulences économiques montrent combien, fondamentalement dirigiste, l'État en France s'est longtemps opposé à l'économie de

marché comme moyen efficace pour rendre ses citoyens libres et prospères. C'est la construction européenne qui a contraint la France à ouvrir son économie.

## L'inflation et le dirigisme étatique

Historiquement, la France a connu une hausse des prix beaucoup plus forte que la plupart des autres pays occidentaux. Entre 1914 et 1993, les prix de détail ont été multipliés par 13,5 aux États-Unis,

**5,3%** DE CROISSANCE MOYENNE EN FRANCE, ENTRE 1949 ET 1974, ALORS QUE CELLE DE LA GRANDE-BRETAGNE EST DE 2,93% ET CELLE DES ÉTATS-UNIS DE 3,93%

**2,2%** DE CROISSANCE EN MOYENNE POUR LA FRANCE ENTRE 1974 ET 2007, DU CHOC PÉTROLIER À LA CRISE FINANCIÈRE.

contre 1 650 en France. D'où une interrogation récurrente : pourquoi l'inflation y a-t-elle été durablement plus élevée que chez ses voisins ? L'interprétation retenue par Cristina Peicuti met en avant ce qu'elle qualifie de « dirigisme inflationniste », notion introduite dans le débat public par René Mayer, président du Conseil en 1953, qui y voit « un mal né de la guerre ». Cette expression désigne, dans cette lecture, une politique économique d'inspiration keynésienne qui, d'une part, fonde la progression du pouvoir d'achat sur un déséquilibre permanent des comptes de la nation, notamment par le déficit budgétaire et l'endettement public, afin de soutenir une forte croissance grâce à des investissements publics ; et qui, d'autre part, accepte de fragiliser la monnaie et l'épargne en laissant filer une inflation élevée pour corriger les déséquilibres ainsi créés.

## La fin du dirigisme étatique à travers la construction européenne

Dans cette perspective, le dirigisme atteindrait son paroxysme avec l'élection de François Mitterrand. Entre 1981 et 1983, 240 000 emplois supplémentaires sont créés dans le secteur public. Trente-neuf banques françaises et cinq grands groupes industriels sont nationalisés par la loi du 11 février 1982.

Constatant les limites de cette orientation et soucieux d'éviter le scénario vécu par les travaillistes britanniques, contraints de faire appel au FMI en 1976, le président Mitterrand opère un tournant en 1983. Il se rallie alors à une stratégie de construction européenne et d'ouverture accrue de l'économie française à l'économie de marché, par son intégration plus poussée au marché européen. L'ordonnance du 1er décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence apparaît, dans ce cadre, comme une brèche dans le dirigisme français et un pas vers davantage de concurrence. Selon Cristina Peicuti, la construction européenne ferait le reste : l'inflation recule à mesure que le dirigisme est démantelé et le passage à l'euro consolide la stabilité des prix. C'est une réussite monétaire : l'inflation baisse et les prix se stabilisent jusqu'à un bref retour de ce « dirigisme inflationniste » avec le confinement généralisé de 2020 et le « quoi qu'il en coûte » adopté pour faire face à la pandémie de Covid-19, puis à la guerre en Ukraine.

## L'ESPRIT D'ENTREPRISE ET LES POLITIQUES ÉCONOMIQUES NÉCESSAIRES À LA FRANCE

Dans ses « Mémoires », Jean Monnet évoque son refus du dirigisme étatique qui conditionne son acceptation d'être Commissaire général au Plan : *« J'ai beaucoup d'estime pour l'administration française, lui dis-je, mais il est évident qu'elle n'est pas faite pour établir un plan qui doit changer le visage du pays. Son rôle est au contraire de maintenir l'état des choses qu'on lui confie. Les hauts fonctionnaires qui la dominent ont toutes les qualités, sauf l'esprit d'entreprise. Pour transformer la France, il faudrait d'abord transformer les grands corps de l'État et peut-être les écoles où on les fabrique. Je n'ai pas l'intention de confier les commissions de modernisation à des fonctionnaires, encore moins d'accepter leur tutelle sur le plan. »*

FOCUS

## Le rôle déterminant des entrepreneurs dans l'histoire économique de la France

Beaucoup de grandes avancées de la France se sont faites grâce aux entrepreneurs. Jean Monnet en est un exemple emblématique. Il est fils d'un fabricant de cognac de la ville de Cognac. Il n'a pas le baccalauréat. Dès ses 18 ans, Jean-Monnet s'est rendu au Canada, au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Roumanie pour vendre son cognac. Il l'exporte jusqu'en Chine. Il travaille avec les Anglo-Saxons pendant une trentaine d'années. Il les connaît bien et parle parfaitement l'anglais. Il contribue à la reconstruction de la France à travers le commissariat au Plan dont il est le Commissaire. Comme le plan Monnet de 1946 correspond aux objectifs du plan Marshall, toute l'enveloppe dédiée à la France pourra être utilisée. 22 % du total seront octroyés à EDF, 13 % aux Charbonnages et 11 % à la SNCF. La France bénéficie de 20 % de l'enveloppe du plan Marshall.

Dans son ouvrage, Cristina Peicuti explique que l'objectif du plan Monnet n'est pas seulement de reconstruire la France d'avant-guerre, mais bien d'inventer et de bâtir la France de demain. ●

# Mécénat et biodiversité pour agir, ici et maintenant

Face à un état des lieux de la biodiversité préoccupant mais pas irrémédiable, les acteurs économiques et financiers ont un rôle à jouer pour la préservation du vivant. Comment peuvent-ils participer à ce changement ? Découvrez l'action des Caisses d'Épargne au service de leurs territoires et de leurs écosystèmes naturels.

## Cinq grandes pressions sur le vivant qui poussent à agir dès à présent

Le tableau dressé par les scientifiques est sans appel : la biodiversité, ce patrimoine naturel inestimable, est menacé. Les chiffres parlent d'eux-mêmes et révèlent une fragilité de nos écosystèmes. Dans le règne animal, ce sont 41 % des amphibiens, 13 % des oiseaux et 27 % des mammifères qui sont aujourd'hui confrontés à un risque d'extinction. Loin d'être irrévocable, cette crise environnementale appelle à une prise de conscience collective et, surtout, à une action immédiate. Car la biodiversité n'est pas une notion abstraite, elle est le socle de notre existence. C'est elle qui assure notre alimentation, garantit la régulation de notre climat, purifie l'eau que nous buvons et l'air que nous respirons. Cette richesse vitale est menacée par cinq pressions :

- **Artificialisation des sols** : la destruction et la fragmentation des habitats naturels, dues à l'urbanisation, aux infrastructures ou à l'exploitation intensive des terres, réduisent l'espace vital de nombreuses espèces.
- **Surexploitation des ressources** : le prélèvement excessif d'espèces sauvages, notamment dans les milieux marins, met en péril des populations entières.
- **Pollutions** : les pollutions chimiques (pesticides, rejets industriels), plastiques, lumineuses ou sonores altèrent durablement les écosystèmes.
- **Changement climatique** : en modifiant le régime des pluies, en accélérant la fonte des glaces ou en amplifiant les événements extrêmes (sécheresses, inondations, canicules), il bouleverse des équilibres écologiques déjà fragiles.
- **Espèces exotiques envahissantes** : l'introduction d'espèces non natives provoque une concurrence avec les espèces locales et des déséquilibres écologiques.

Partout, des acteurs se mobilisent. Des programmes de protection de la biodiversité ont démontré leur efficacité : certaines populations d'espèces autrefois en péril se rétablissent, parfois de manière spectaculaire. Le changement de statut du panda géant, d'une « espèce en danger » à une « espèce vulnérable » grâce à la création de réserves et de corridors écologiques, en est un symbole fort.

## La biodiversité, un enjeu stratégique pour les entreprises

Les entreprises s'intéressent de plus en plus au sujet de la biodiversité. « La biodiversité en bonne santé, c'est la base d'une économie qui fonctionne et d'une société prospère » rappelle Sylvain Boucherand, fondateur de BL évolution et président de la commission environnement du Conseil économique, social et environnemental (CESE), lors de la table ronde « Agir pour le vivant » organisée à l'occasion de la soirée de remise des prix Coups de cœur Caisse d'Epargne 2025. « Parler du vivant, aujourd'hui, c'est faire le lien direct entre nos modèles économiques et les enjeux environnementaux, de façon opérationnelle. C'est placer les risques sociétaux au centre des décisions des entreprises. » La pression monte, non seulement des régulateurs et des ONG, mais aussi des consommateurs et des investisseurs, qui exigent une plus grande responsabilité environnementale. ●●●



### DES COUPS DE CŒUR POUR UN COUP DE POUCE SUPPLÉMENTAIRE

Organisée le 22 janvier 2026, la soirée Agir pour le vivant de la Fédération nationale des Caisses d'Epargne, célébrant le concours "Coups de cœur Caisse d'Epargne 2025", a mis en lumière les 3 initiatives en faveur de la biodiversité préférées par les Françaises et Français. 25 778 votants, dont les sociétaires, administrateurs et collaborateurs Caisse d'Epargne, ont voté pour leur association coup de cœur, permettant aux 3 premières de remporter 5 000 €. L'association La Charbonnière CSFS66, pour son centre de soins pour la faune sauvage, l'association Mare Vivu, pour sa lutte contre la pollution plastique en Méditerranée, et le CPIE Collines normandes, pour la restauration du bocage normand avec le projet « Sauve qui pneu », illustrent la diversité des actions soutenues.

FOCUS

Selon Sylvain Boucherand « La RSE doit guider les décisions stratégiques des entreprises, intégrer la construction des offres business et être un levier de performance opérationnelle, au-delà des contraintes réglementaires ». Cela implique d'évaluer leurs impacts, qu'ils soient directs ou indirects, sur les écosystèmes, et d'identifier les « dépendances » qu'elles entretiennent vis-à-vis des services rendus par la nature. La prise de conscience doit se traduire par des engagements concrets : la réduction de leur empreinte écologique, la transition vers des modèles d'approvisionnement plus durables, l'investissement dans des pratiques innovantes et respectueuses de l'environnement, voire la participation active à des projets de restauration écologique. « Mon objectif consiste à faire avancer les entreprises sur le chemin de la soutenabilité écologique et sociale. » souligne Sylvain Boucherand. « C'est l'occasion de mettre en lumière une nouvelle fois que la RSE doit faire une place plus importante à la biodiversité car cette approche permet d'avoir une vision globale des risques et des opportunités pour l'entreprise et la société. »

## Les enjeux environnementaux au cœur de la gouvernance

« La nature doit trouver sa place dans les instances de gouvernance, il s'agit du concept *Nature on board*. » explique Yann Queindec, délégué général de Admical, réseau d'entreprises mécènes dont l'objectif est de porter la voix du mécénat. « C'est non seulement un devoir imposé par l'article 1833-2 du code civil, modifié par la loi PACTE, qui dispose que toute société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité, mais c'est aussi un enjeu clé de prospérité des entreprises sur le long terme et de cohésion des territoires. » Le mécénat prend une dimension nouvelle et stratégique, dépassant le seul aspect de la philanthropie. Il devient un levier d'action essentiel complémentaire aux actions de conservation et de restauration de la biodiversité. Les entreprises peuvent soutenir des projets concrets : réintroduction d'espèces, préservation d'habitats, recherche scientifique, programmes de sensibilisation, etc. Au-delà de l'impact direct sur le terrain, le mécénat permet de renforcer la visibilité des enjeux de biodiversité et d'engager les parties prenantes internes et externes. Lorsqu'il est aligné avec la stratégie de RSE, le mécénat se révèle être un outil puissant pour catalyser les efforts collectifs et accélérer la transition écologique.



« La biodiversité en bonne santé, c'est la base d'une économie qui fonctionne et d'une société prospère ! »

Sylvain Boucherand,  
directeur de BL évolution

## Un engagement des Caisses d'Epargne pour la biodiversité

À l'image de l'écureuil, emblème des Caisses d'Epargne et acteur clé de la biodiversité française qui favorise naturellement la régénération des forêts et la dispersion des essences d'arbres, les Caisses d'Epargne ont choisi de mettre en avant ce "jardinier de l'ombre" pour illustrer l'édition 2026 de leur appel à projets en faveur de la biodiversité. Cet engagement s'inscrit dans la durée jusqu'en 2027. Il résonne avec l'urgence de l'action, comme le souligne Alain Di Crescenzo, président de la Fédération nationale des Caisses d'Epargne : « Nous entrons depuis des décennies dans une ère irréversible pour notre biodiversité. C'est un cri d'alarme et un signal à prendre en compte. Le message est clair : il est impératif de faire marche arrière. La biodiversité est un enjeu qui nous concerne tous. ». Une préoccupation qui rejoint celle des Français, qui placent la biodiversité comme priorité n°1 de la transition écologique sur leur territoire<sup>2</sup>. Face à cette réalité, Alain Di Crescenzo rappelle l'ambition des Caisses d'Epargne : « En tant que banques coopératives, la mission des Caisses d'Epargne est d'être plus responsables que les autres en contribuant à un avenir meilleur. Nous consacrons chaque année plus de 23 millions d'euros au mécénat pour soutenir près de 1 300 projets partout en France. » En 2025, 181 projets ont été soutenus dans le cadre de notre appel à projets biodiversité.



1 - Source : Baromètre du mécénat d'entreprise Admical 2024

2 - Chiffre issu de l'étude Caisse d'Epargne 2026 "Les Français et leur territoire"

**19% DES MÉCÈNES**

EN FRANCE FINANCENT L'ENVIRONNEMENT (CHIFFRE EN PROGRESSION) – SOIT 38 190 MÉCÈNES POUR UN VOLUME DE DON DE 7% – SOIT 266 MILLIONS D'EUROS.<sup>1</sup>

**59%**

DES GRANDES ENTREPRISES MÉCÈNES FINANCENT L'ENVIRONNEMENT – UN CHIFFRE EN HAUSSE DE +35 PTS CONTRE 31% DES ETI (+19PTS) ET 15% DES PME (+5PTS).<sup>1</sup>

33



Pierre Macé (FNCE) et Sylvain Reymond (Les entreprises s'engagent) ont signé le partenariat le 8 avril dernier.

## Un engagement partagé avec la Communauté « les entreprises s'engagent »

Les enjeux liés à la biodiversité sont, par nature, collectifs. C'est l'une des raisons pour lesquelles la FNCE a signé un partenariat avec les entreprises s'engagent, un groupement d'intérêt public (GIP) cofondé par le ministère du Travail, de la Santé et des Solidarités, France Travail et des entreprises engagées.

Fort de 110 000 entreprises membres, ce collectif agit autour de trois missions principales : donner aux entreprises les moyens d'agir, favoriser le dialogue entre dirigeants engagés et porter la voix de ces entreprises auprès des pouvoirs publics et de la société. Il met à leur disposition une plateforme destinée à structurer et dynamiser leur engagement sociétal, dont une partie est consacrée à la biodiversité.

L'objectif du partenariat est double : optimiser cette plateforme, en y valorisant notamment les contenus et encourager d'autres entreprises à s'engager à leur tour, via des événements en région portés par les 101 clubs départementaux de la Communauté. La sauvegarde du vivant ne peut reposer sur quelques acteurs isolés. C'est donc un mouvement collectif auquel les Caisses d'Épargne contribuent, afin de mobiliser le plus grand nombre possible d'entreprises. ●

“ La nature n'est pas une opinion, ni une cause, ni un supplément d'âme. Elle est une contrainte stratégique pour les entreprises. Tant qu'elle reste absente du conseil d'administration, la gouvernance décide avec un angle mort. ”

Yann Queinnec,  
délégué général d'Admical

# Le modèle coopératif Caisse d'Épargne sur le devant de la scène

Et si l'utilité du modèle coopératif était connue de tous ?

Parce que le modèle bancaire coopératif des Caisses d'Épargne, 100 % régional, est porteur de valeurs, créateur de préférence, et particulièrement pertinent à notre époque, il est aujourd'hui mis en lumière auprès de tous les publics dans une campagne de communication de grande ampleur.

**"Notre modèle coopératif régional est porteur de valeurs stratégiques et salvatrices pour le présent et pour le futur. Soyons-en fiers et portons-les toujours plus haut."**

**Alain Di Crescenzo**

président de la Fédération nationale des Caisses d'Épargne



**"Notre modèle est un fort levier d'attractivité pour conquérir et fidéliser nos clients car il est singulier et répond à de vrais enjeux actuels."**

**Sylvain Vial**

directeur du développement Caisse d'Épargne





# 4,5 MILLIONS

DE CLIENTS SOCIÉTAIRES CAISSE D'ÉPARGNE

# 100 %

COOPÉRATIVES, RÉGIONALES, UTILES

Les Caisses d'Épargne portent les vertus de leur modèle coopératif régional, tant pour leurs clients dans toute leur diversité que pour la société, aujourd'hui comme demain. Et elles ont décidé de le dire haut et fort.

## **Pourquoi ? Parce que ce modèle singulier est plébiscité.**

L'étude de la Fédération nationale des Caisses d'Épargne menée en 2025 sur la connaissance qu'ont les Français du modèle coopératif est sans appel : ceux-ci, y compris les plus jeunes, plébiscitent ses valeurs, même s'il est difficile pour beaucoup d'en décrire les contours concrets. En effet, quand on demande aux Français « Quelles sont les valeurs qui vous sembleraient nécessaires pour un monde meilleur ? », ils citent parmi les plus importantes (à hauteur de 25 % et plus) 4 valeurs qui définissent le statut de coopérative, à savoir : l'égalité, l'entraide et la solidarité, la démocratie, l'équité et la justice sociale. En un mot, ce modèle est bienvenu ! En revanche, peu de Français sont capables d'en donner une définition précise et concrète : il faut donc les y aider.



## **Parce que ce modèle différent est particulièrement pertinent à notre époque.**

Le contexte géopolitique, économique, environnemental, social est instable et tout le monde est en recherche de repères. Alors mettre en avant aujourd'hui un modèle bancaire, porteur d'une vision à long terme, d'intérêt général au-delà des intérêts particuliers, d'ancrage régional et de développement des territoires, de sociétariat et non d'actionariat, de démocratie participative, de ciment social, est à n'en pas douter salvateur et rassurant pour tous, pour le présent et l'avenir. ●●●

“ Parler à hauteur d'homme d'un sujet qui peut paraître technocratique est un défi, que seules les idées simples et impactantes peuvent permettre de résoudre. ”

Olivier Altmann,  
co-fondateur de l'agence  
Altmann+Partners



## LES COULISSES DE LA CAMPAGNE

Également pensé dans une logique coopérative, le film a mobilisé de nombreux savoir-faire français, orchestrés par le réalisateur Adrien Armanet. La partie réelle a été tournée en France, tandis que les images des écureuils ont été façonnées par le studio de 3D français Firm, pour un rendu cinématographique réaliste.



**15 millions** DE CONTACTS  
VIA LA CAMPAGNE  
DE PRESSE

**150** C'EST LE NOMBRE  
D'AGGLOMÉRATIONS COUVERTES  
PAR LA CAMPAGNE D'AFFICHAGE

## Alors comment faire ?

**Une campagne de communication, avec en son cœur, un message propriétaire : quand on est une banque coopérative régionale, on est forcément plus utile.**

Pour être entendu et retenu en communication, on se doit d'abord d'être différent de ses concurrents. On se doit ensuite d'intéresser le public. C'est pourquoi, Caisse d'Épargne a choisi de communiquer, non pas sur un seul volet du modèle coopératif mais sur tous ses aspects, particulièrement sur sa dimension régionale. La campagne vient démontrer que le modèle coopératif régional renforce sa profonde utilité vis-à-vis de ses clients et sociétaires qu'ils soient particuliers, entreprises, associations ou collectivités.

**70 %** DES 25/49 ANS TOUCHÉS PAR LA CAMPAGNE TV

**20** C'EST EN MOYENNE LE NOMBRE DE FOIS OÙ UN FRANÇAIS SERA TOUCHÉ PAR LA CAMPAGNE D'AFFICHAGE.



## LA CAMPAGNE EN CALENDRIER

La campagne se déploie depuis le 19 avril :

- en TV ainsi que sur les plateformes de vidéo en ligne, avec un nouveau film publicitaire qui mettra en avant différentes dimensions du modèle,
- en affichage urbain avec un plan national et plusieurs modèles d'affiche,
- en presse avec un « Manifesto » rappelant les atouts du modèle pour chacun et pour les territoires,
- sur les réseaux sociaux.

“ Notre objectif est de communiquer beaucoup plus largement sur notre modèle coopératif auprès de tous nos publics tout en continuant de nourrir notre promesse de marque : vous êtes utile. ”

**Astrid Perrotin**, directrice Marketing Client et Communication Externe Caisse d'Epargne

### Une campagne propriétaire dans le fond... mais aussi dans la forme.

Au-delà du message, pour bien associer le modèle coopératif régional à la marque, Caisse d'Epargne, il fallait que la forme de la campagne soit également « propriétaire ». La campagne reprend ainsi tous les principaux codes de la marque : la mise en scène de l'imagination des enfants, la présence d'une agence bancaire et du logo Caisse d'Epargne mais aussi, l'écureuil qui reste un symbole encore très associé à la marque par les Français.

### Un système de communication complet.

Depuis le 19 avril, le modèle coopératif Caisse d'Epargne se dévoile au travers d'un film publicitaire en télévision et en digital, d'un Manifesto synthétisant tous ses atouts dans la presse quotidienne, d'une campagne d'affichage déclinant chaque avantage dans les principales villes de France. Cette campagne est aussi reprise sur les réseaux sociaux de la marque Caisse d'Epargne et sera complétée par un dispositif institutionnel et d'influence au cours de l'année. ●



**Interview d'Isabelle Baranger,  
administratrice engagée  
en Caisse d'Épargne Loire-Centre.**

**« Mon engagement pour une cause  
à la fois familiale et sociétale  
m'a paru une évidence. »**



**Après une première vie professionnelle à l'hôpital, Isabelle Baranger a peu à peu fait de l'engagement associatif son fil conducteur. À Orléans, elle s'implique dans la création et le développement de structures dédiées aux personnes autistes, tout en portant leur cause dans les instances locales. Aujourd'hui administratrice de la société locale d'épargne (SLE) de l'Orléanais, elle met son expérience de terrain au service du modèle coopératif de sa Caisse d'Épargne Loire-Centre.**

**BIO**

Née à Lyon, il y a 72 ans, Isabelle Baranger s'est engagée très tôt auprès des personnes en difficulté, puis dans le monde hospitalier. Installée à Orléans, elle a consacré depuis de nombreuses années son énergie à la défense des personnes en situation de handicap, et plus particulièrement autistes. Mère de quatre filles, dont la deuxième était handicapée, elle a contribué à la création d'outils d'accueil innovants, comme le centre C.I.G.A.L.E. et le Foyer d'accueil médicalisé « Le Hameau de Julien ». Administratrice de la SLE de l'Orléanais, décorée de l'Ordre national du Mérite puis de la Légion d'honneur, elle œuvre pour que les personnes handicapées mentales aient toute leur place dans la société.

## **FNCE** Vous êtes engagée depuis de nombreuses années pour les personnes handicapées. Comment tout a commencé ?

**ISABELLE BARANGER** : J'ai commencé à m'engager dès mon adolescence, puis à travers mon métier à l'hôpital. À Orléans, après la naissance de nos quatre filles, la rencontre d'autres parents vivant la même situation a été déterminante : ensemble, nous avons voulu créer des conditions d'accueil adaptées pour les personnes handicapées, et plus particulièrement autistes. Le projet qui m'a sans doute le plus marquée est la création d'un établissement pour adultes autistes, « Le Hameau de Julien ». C'était indispensable et humainement très riche. Il a fallu imaginer le projet, obtenir les financements, superviser la construction... Voir ces 45 adultes accéder à un lieu de vie digne, pensé pour elles, a été une immense satisfaction.

## **FNCE** Comment s'est tissé le lien avec la Caisse d'Epargne ?

**ISABELLE BARANGER** : Ce lien remonte au début des années 1990. À l'occasion d'un don de la Caisse d'Epargne pour un équipement alors très novateur – une salle Snoezelen pour notre établissement C.I.G.A.L.E (Centre innovant et guide pour les autistes du Loiret et ses environs) – j'ai pris conscience des actions et de l'état d'esprit d'une banque coopérative. Plus tard, j'ai rencontré la directrice de la Fondation d'entreprise Caisse d'Epargne Loire-Centre. Il était question de créer une structure répondant aux besoins de deux associations locales du Loiret. J'ai gardé de cette rencontre l'envie de mieux connaître le fonctionnement de la Fondation, et surtout de très bons liens avec la Caisse d'Epargne.

## **FNCE** Comment êtes-vous devenue administratrice de SLE ?

**ISABELLE BARANGER** : En 2004, alors que j'étais élue vice-présidente à la métropole d'Orléans, j'ai eu l'opportunité de rejoindre une société locale d'épargne. J'y suis entrée avec curiosité... et j'y suis restée avec beaucoup d'intérêt ! Aujourd'hui, je termine mon mandat au sein de la SLE de l'Orléanais. Pour moi, un administrateur est un maillon entre le monde bancaire et la vie des entreprises. Les administrateurs viennent d'horizons très différents et apportent des idées variées. En ce qui me concerne, je représente à la fois le secteur associatif – qui mérite d'être mieux connu et soutenu financièrement – et une collectivité locale.

## **FNCE** Comment vos engagements extérieurs nourrissent-ils votre rôle d'administratrice ?

**ISABELLE BARANGER** : Mon expérience associative et mes fonctions au sein des collectivités m'ont permis de faire remonter des réalités de terrain. J'ai par exemple présenté au conseil d'administration de la SLE le fonctionnement de la commission Cohésion sociale de la Métropole, dont j'étais vice-présidente. Le logement social de l'agglomération est un sujet majeur, et il est important que le monde bancaire comprenne ces enjeux.

“ Ma réussite personnelle est une reconnaissance collective. ”

## **FNCE** Qu'est-ce qui vous motive le plus dans ces engagements croisés, associatifs et coopératifs ?

**ISABELLE BARANGER** : Être actrice d'un projet pour le bien de ceux qui en bénéficient est très motivant. Et puis, il y a aussi la dimension humaine : se sentir entourée, soutenue, aussi bien pour l'essentiel que lors de moments plus festifs, c'est très agréable. J'ai toujours connu autour de moi des personnes bénévoles. Mon engagement pour une cause à la fois familiale et sociétale m'a paru une évidence.

## **FNCE** Vous avez reçu la médaille de l'Ordre national du Mérite puis celle de la Légion d'honneur. Que représentent ces distinctions pour vous ?

**ISABELLE BARANGER** : Ces décorations ont été pour moi l'occasion de mettre en avant celles et ceux que l'on n'entend pas : les personnes handicapées mentales, ces personnes "sans voix". Bien sûr, c'est une reconnaissance personnelle, mais je la vois surtout comme une reconnaissance collective – celle de familles, de professionnels, de bénévoles qui se battent depuis des années pour que ces personnes trouvent leur place dans la société. ●

FOCUS

## UN HABITAT INNOVANT POUR L'AUTISME

Le « Hameau de Julien » est un Foyer d'Accueil Médicalisé (FAM) pour adultes autistes, né en 2006 de la volonté de familles réunies au sein de l'association Sésame Autisme Loiret. Installé à Boigny-sur-Bionne dans une ancienne ferme entièrement réhabilitée, ce lieu de vie offre un cadre sécurisant et chaleureux. Son caractère novateur réside dans son approche : tout est pensé pour favoriser l'autonomie et l'épanouissement individuel à travers des projets éducatifs personnalisés. Près de 80 professionnels collaborent au quotidien avec les résidents et leurs familles, faisant de ce hameau un modèle d'intégration et de bienveillance.



## Pour la biodiversité, chaque projet compte.



Vous êtes une association\* et vous soutenez un projet en faveur de la biodiversité, vous avez jusqu'au 26 juin pour déposer votre dossier. [www.caisse-epargne.fr/utile-et-solidaire](http://www.caisse-epargne.fr/utile-et-solidaire)



**CAISSE  
D'ÉPARGNE**

*Vous être utile.*

\*Association ou structure d'intérêt général éligible au mécénat. Règlement et conditions de participation accessibles sur [caisse-epargne.fr/utile-et-solidaire](http://caisse-epargne.fr/utile-et-solidaire) (coûts de connexion selon votre opérateur). Communication à caractère publicitaire et sans valeur contractuelle. Photographie réelle d'un écureuil roux, emblème des Caisses d'Épargne, qui joue un rôle important dans la biodiversité en contribuant à la régénération des forêts françaises. La captation d'image a été réalisée en milieu naturel, dans le respect de la faune et de la flore.

FNCE 2026. Fédération nationale des Caisses d'Épargne et de Prévoyance – 5 rue Masseran 75007 Paris. Association régie par les dispositions des articles L. 512-85 à L. 512-105 du Code monétaire et financier, par la loi du 1<sup>er</sup> juillet 1901 relative au contrat d'association. Siren : 429 351 208 – Code APE : 9499Z. Crédit photo : Pierre Vernay / Biosphoto.