



CNP ASSURANCES

BANQUE - FINANCE -
ASSURANCE

Filiale de la banque postale, le groupe CNP Assurances est un acteur de référence de l'assurance des personnes et des biens en France, en Europe et au Brésil. Assurance vie, retraite, emprunteur, prévoyance, santé, IARD... CNP Assurances répond aux multiples changements qui affectent la vie de ses clients

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

CHIFFRE D'AFFAIRES

36 000 000 000

6 500

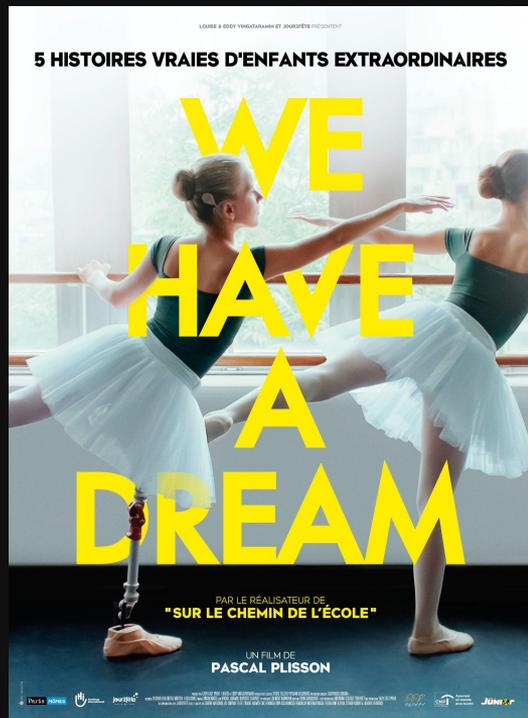
**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

CNP ASSURANCES

Changeons le regard sur le handicap

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION



POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Depuis presque 30 ans, CNP Assurances est partenaire d'associations qui agissent pour favoriser l'inclusion et faciliter la vie des personnes en situation de handicap. En 2023, afin de changer le regard sur le handicap, CNP Assurances a apporté un soutien déterminant au film documentaire "We Have a Dream" de Pascal Plisson. Pour promouvoir son message auprès du plus grand nombre, CNP Assurances a mobilisé son écosystème, ses 6500 collaborateurs + sa fondation d'entreprise et les associations qui lui sont proches pour réaliser des actions de sensibilisation auprès des jeunes et du grand public. Cet engagement a fait directement écho à sa raison d'être qui est d'agir pour une société inclusive et durable, en France et à l'international. Au travers de cette campagne, CNP Assurances entend contribuer à changer le regard sur le handicap.

FEVRIER 2023 À FÉVRIER 2024 - BUDGET : 800 000 €

600K parrainage du film, 60k places pour les étudiants ANESTAPS, 20K événements, avant premières + outils de com. 60K let's move, 9,5K journée de l'innovation, 7,5k cecifoot, 50K podcast et 60K don à Handicap International


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

CNP ASSURANCES

Changeons le regard sur le handicap

POUR QUI ?

Pour changer le regard sur le handicap, nous avons décidé de cibler essentiellement les jeunes (écoliers, collégiens, et étudiants) afin de travailler l'inclusion au plus tôt dans le chemin de l'apprentissage. Nos actions de communication ont visé à inciter la communauté éducative, les associations pouvant relayer le film auprès des jeunes à les emmener au cinéma. Le film a reçu le haut patronage du ministère de l'éducation et est éligible au Pass Culture

COMMENT ?

Actions avec nos partenaires associatifs :

- Alliance pour l'éducation - United Way : journée de l'innovation avec des jeunes de 4e pour co-construire un projet sur l'accès au sport des jeunes, en situation de handicap. La Fage : Don de 10 000 places du film à des étudiants STAPS pour les sensibiliser à l'inclusion des élèves en situation de handicap. Newsletter à 25 000 destinataires de la communauté éducative. Formation des volontaires en service civique sur la thématique Handicap- via Adosen:
- Challenge interne (6500 collaborateurs dans le monde) +> renseigner les lieux accessibles aux personnes handicapées sur la plateforme "j'accède". Challenge interne +> parcourir 600 000 km déclenchant un don à Handicap International
- 2 avant première cinéma pour les collaborateurs
- 1 avant première presse + échanges avec les équipes du film.

LES RÉSULTATS

- **Plus de 110 000 spectateurs en salle (c'est un film documentaire sur le handicap !) : pour mémo : nombre de spectateurs moyen pour un documentaire en 2023 : environ 10 000**
- **10 000 étudiants STAPS sensibilisés au sujet de l'inclusion dans le sport et par le sport**
- **Plus de 120 associations sensibilisées à notre démarche pour nous accompagner à changer le regard sur le handicap**
- **Plus de 25 000 professeurs des écoles et collèges sensibilisés.**
- **Les 6500 collaborateurs du groupe sensibilisés et engagés à faire découvrir le film**
- **100 collèges équipés de kit de cécifoot pour découvrir entre valides et jeunes handicapés le handisport**
- **De nombreuses retombées presse pour CNP Assurances et pour le film.**