



BNP PARIBAS

# BNP PARIBAS

BANQUE - FINANCE -  
ASSURANCE

BNP Paribas est la première banque de l'Union européenne et un acteur bancaire international majeur. Présent dans 64 pays, le Groupe rassemble 184 000 collaborateurs et collaboratrices, dont plus de 145 000 en Europe. Grâce à son solide modèle diversifié et intégré, assurant une coopération étroite entre ses métiers et une culture technologique et d'innovation prégnante au service de ses clients, le Groupe accompagne particuliers, associations, entrepreneurs, PME, grandes entreprises et institutionnels dans la réalisation de leurs projets en leur proposant des services de financement, d'investissement, d'épargne ou de protection.

37<sup>es</sup>  
**GRANDS  
PRIX** DE LA  
COMMUNICATION

## CHIFFRE D'AFFAIRES

1 000 000 000

## PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL

184 000  
**COLLABORATEURS  
&  
COLLABORATRICES**

  
DES ASSOCIATION NATIONALE  
**COMMUNICANTS**

# BNP PARIBAS

## Unexpected Jobs

37<sup>es</sup>  
**GRANDS  
PRIX** DE LA  
COMMUNICATION

### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Le secteur bancaire souffre d'un problème d'image, 50% des clients trouvent que leur banque n'a pas leurs intérêts à cœur. Ceci est dû principalement à 3 raisons : des crises successives depuis le début du siècle, des régulations qui transforment la vie des gens, manque d'éducation financière. Cette dégradation de l'image de la banque déteint aussi sur les métiers du secteur bancaire et ceux qui les exercent. De ce fait, BNP Paribas s'est fixé 3 objectifs à l'horizon 2025 :

Faire connaître et crédibiliser la démarche de transformation de la banque  
Valoriser les services, solutions et engagements en termes de durabilité  
Renforcer l'attractivité employeur de la banque sur des métiers axés sur l'innovation, la transformation, et la durabilité  
**Unexpected Jobs est le début de ce chemin**

05-2023 / 09-2023 - BUDGET : 1 000 000 €



**JE SUIS  
PARTENAIRE DE LA  
DÉCARBONATION  
CHEZ BNP PARIBAS.**

Javier, Analyste expert de la transition énergétique.  
Ingénieur de formation au sein du Low Carbon Transition Group, j'accompagne les entreprises dans l'accélération de leur transformation et dans le développement de nouvelles technologies utiles à la décarbonation.  
Notre objectif : 40 milliards d'euros de financements à la production d'énergie bas carbone d'ici à 2030, ce qui représenterait 80% des activités de financement de production d'énergie.  
Découvrez tous nos métiers sur [unexpectedjobs.bnpparibas](https://unexpectedjobs.bnpparibas)

 **BNP PARIBAS**

La banque  
d'un monde  
qui change

  
DES ASSOCIATION NATIONALE  
**COMMUNICANTS**

### POUR QUI ?

**#UnexpectedJobs** c'est une approche inédite, qui vise à faire tomber les clichés sur le secteur et sur BNP Paribas pour renforcer à la fois son attractivité employeur et la fierté d'appartenance de ses équipes.

Au-delà de la réécriture des intitulés de postes sur LinkedIn, **#Unexpectedjobs** est une invitation pour les collaborateurs de BNP Paribas à raconter différemment leur métier, mettant en lumière son utilité, son impact positif et la fierté qu'ils ont de le faire.

Cette nouvelle incarnation du métier doit permettre de valoriser l'expérience BNP Paribas, montrer que c'est une entreprise en transformation, qui s'adapte aux métiers d'avenir, auprès de: talents et candidats du secteur bancaire, grand public, clients B2B et B2C, leaders d'opinion

### COMMENT ?

**#Unexpectedjobs** est une campagne internationale qui été lancée dans différents pays à travers le monde: France, Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Belgique, Etats-Unis, Asie, Pays Nordiques, Pays Bas, Espagne, Portugal, Luxembourg et Pologne. Cette campagne a pu vivre sur 3 volets:

- Video: VOL sur LinkedIn/YouTube/Instagram

- Social: LinkedIn/Instagram

- Print: Campagne nationale d'affichage et de presse

Une méthodologie en deux temps a été mis en place pour embarquer les collaborateurs de BNP Paribas :

Dans un premier temps, la sensibilisation et l'animation d'un réseau d'ambassadeurs pour lancer une campagne «bottom-up» dont 30 profils pub.

Dans un second temps, et par effet de cascading, l'ensemble des collaborateurs ont été mobilisés grâce à une série de workshops et un kit pour qu'ils puissent trouver leur **#Unexpectedjobs**.

### LES RÉSULTATS

- 5 400 posts de collaborateurs avec le #unexpectedjobs générant 12 689 commentaires et un taux d'engagement de 7.8%
- 3 000 participants aux 100 ateliers pour trouver son #unexpectedjobs
- 190 millions de contacts tous médias confondus incluant 6 millions de « 100% » de vue sur les vidéos, toutes plateformes confondues
- 562 visiteurs du générateur Unexpectedjobs à Vivatech
- 4 901 écoutes du podcast Happy Work de Gaël CHATELAIN-BERRY sur les Unexpected days à Roland Garos
- 486K vues du live Twitch de 3h avec Micode suivi en live par 10K personnes
- 14.7 millions de vues organiques

Trend Topic sur LinkedIn France pour le secteur financier

Près d'un quart des Français âgés de 18 à 55 ans a déclaré l'avoir vue, ce qui a contribué à faire de nous la banque n° 1 pour laquelle les étudiants français aimeraient travailler