

## **CNP Assurances remporte l'or au Grand Prix Stratégies 2025 de la communication d'engagement et au TOP/COM GRANDS PRIX Corporate 2025 pour sa campagne « PAS A VENDRE »**

**CNP Assurances est doublement récompensé avec l'or dans la catégorie communication de marque - activation d'engagement au Grand Prix Stratégies de la communication d'engagement et l'or au TOP/COM GRANDS PRIX Corporate Business 2025 dans la catégorie publicité d'intérêt général, pour sa campagne « PAS A VENDRE ». Cette dernière a permis de sensibiliser le grand public sur les difficultés rencontrées par les femmes ayant eu un cancer du sein pour accéder à la propriété.**

60 000 femmes sont diagnostiquées chaque année d'un cancer du sein en France. Pour l'achat d'un bien immobilier, elles font trop souvent face à plusieurs obstacles pour assurer leur emprunt bancaire :

- Elles doivent attendre, parfois plusieurs années avant de se lancer,
- Les assurances refusent tout ou partie des garanties,
- Elles payent des surprimes élevées.

En mars 2024, en sa qualité d'assureur responsable, CNP Assurances a supprimé ces obstacles en leur permettant de souscrire un prêt immobilier dès la fin de leur protocole thérapeutique. Et ce, sans attendre le délai légal de 5 ans et sans surprime ni exclusion.

A l'occasion d'Octobre Rose 2024, le Groupe a lancé une campagne originale pour interpeller le grand public et informer les femmes ayant eu un cancer du sein de cette nouvelle possibilité.

Imaginée par l'agence The Good Company – la campagne a détourné les annonces immobilières classiques et interpellé le public avec un message fort et étonnant : « Pas à vendre aux femmes ayant eu un cancer du sein ».



La campagne était visible dans les rubriques petites annonces de la presse régionale et sur la plateforme SeLogger.com. Le numéro de téléphone dédié et le QR code permettaient d'accéder à toutes les informations pédagogiques sur cette innovation pour l'assurance emprunteur.

## Une campagne impactante qui a contribué à ouvrir le débat

Relayée activement par les collaborateurs du Groupe, la campagne a atteint **plus de 20 millions de personnes** et généré **140 000 interactions** sur les réseaux sociaux. Elle a par ailleurs reçu un accueil très favorable du public et des associations.

Outre le Grand Prix Stratégie, la campagne « Pas à vendre » a déjà reçu l'EPICA Award d'argent dans la catégorie Financial services, le bronze dans la catégorie Média Innovation. Elle a été short listée dans la catégorie Public Interest. Elle a également été classée « Meilleure campagne Octobre Rose 2024 » par les médias La Réclame et Warketing Digital.

### Agathe Sanson

Directrice dialogue parties prenantes, communication et mécénat de CNP Assurances



*« Ces deux trophées, Grand Prix Stratégies et Top/Com Grand Prix Corporate récompensent l'engagement de nos équipes pour améliorer l'accessibilité à l'assurance. Un immense bravo aux équipes de l'assurance emprunteur qui innovent chaque jour pour repousser les limites de l'assurance. Deux très beaux prix pour distinguer l'engagement de l'équipe communication du groupe et la créativité de notre agence The Good Company. Ensemble nous avons voulu sensibiliser et donner une visibilité particulière à la cause des femmes atteintes d'un cancer du sein. En détournant les codes des annonces immobilières, nous entendions interpeller le public sur les difficultés qu'elles rencontrent pour mener leurs projets immobiliers et informer sur la possibilité désormais offerte par CNP Assurances et ses partenaires d'emprunter sans surprimes ni exclusions pour réaliser cet achat. »*

#### A propos du groupe CNP Assurances

Assureur de biens et de personnes, le groupe CNP Assurances compte plus de 8300 collaborateurs. Son résultat net s'élève à 1 582 M€ en 2024. Filiale de La Banque Postale, le groupe est N° 2 de l'assurance emprunteur immobilier et de l'assurance-vie en France. Il est le 5<sup>e</sup> assureur en Europe et le 4<sup>e</sup> assureur au Brésil. Ses solutions sont distribuées dans 19 pays par différents partenaires et assurent plus de 36 millions de personnes en prévoyance et protection, et 13 millions en épargne-retraite. CNP Assurances est un assureur et investisseur responsable (plus de 400 Md€ investis dans tous les secteurs) qui agit pour une société inclusive et durable, protégeant et facilitant tous les parcours de vie.

### Contacts

Florence de Montmarin + 33 1 42 18 46 51  
Tamara Bernard + 33 1 42 18 86 19

[servicepresse@cnp.fr](mailto:servicepresse@cnp.fr)

Suivez-nous : 

