

Issy-Les-Moulineaux, le 5 juin 2025

CNP Assurances remporte l'Or au Grand Prix de la Good Economie 2025 pour sa campagne « PAS A VENDRE »

La campagne « PAS A VENDRE » a déjà obtenu plusieurs prix, dont l'Or au Grand Prix Stratégies 2025 de la communication d'engagement et au TOP/COM GRANDS PRIX Corporate 2025. Elle remporte à nouveau l'Or au Grand Prix de la Good Economie 2025¹, qui récompense les meilleures initiatives durables des entreprises engagées dans une démarche sociale, sociétale et environnementale.

A l'occasion d'Octobre Rose 2024, la campagne « Pas à vendre » interpellait le grand public sur les difficultés rencontrées par les femmes ayant eu un cancer du sein pour accéder à la propriété. Elle informait également sur la possibilité offerte, depuis mars 2024, par CNP Assurances et ses partenaires de ne plus attendre les 5 ans du droit à l'oubli pour réaliser leurs projets immobiliers ou professionnels. En sa qualité d'assureur responsable, CNP Assurances avait en effet supprimé les obstacles et leur avait permis de souscrire, sans surprimes ni exclusions de garanties, une assurance sur leur prêt immobilier ou professionnel dès la fin du protocole thérapeutique. 60 000 femmes sont diagnostiquées chaque année d'un cancer du sein en France.

Imaginée par l'agence The Good Company – la campagne détournait les annonces immobilières classiques et interpellait 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 SeLoger.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.

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 l'Or au Grand Prix Stratégies 2025 de la communication d'engagement et au TOP/COM GRANDS PRIX Corporate 2025, 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



« Nous sommes bien évidemment très honorés et fiers de recevoir ce Grand Prix de la Good Economie pour notre campagne « PAS A VENDRE » et nous en remercions les organisateurs. Nous partageons cette satisfaction avec notre agence The Good Company qui a imaginé le concept. Nous sommes surtout heureux de continuer ainsi à donner de la visibilité à la cause elle-même : celle des personnes ayant été atteintes par un cancer du sein et qui rencontrent ensuite des difficultés à réaliser leurs projets immobiliers et professionnels. Nous avons récemment étendu cette initiative aux cancers de la prostate et du testicule et sommes extrêmement fiers de continuer à rendre l'assurance plus inclusive et à repousser ses limites pour protéger le plus grand nombre. »

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^e assureur en Europe et le 3^e 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 01 42 18 46 51
Tamara Bernard 01 42 18 86 19

servicepresse@cnp.fr

Suivez-nous : [in](#) [f](#) [v](#) [@](#) [X](#)



Le Grand Prix est organisé par The Good. The Good est le média de la transformation environnementale, sociale et sociétale des entreprises et des territoires du groupe Influxia.