

- Swiss Banking

«Avec les banques. Pour la Suisse.»

Les informations à connaître concernant la campagne de communication dédiée à la place bancaire suisse

Mars 2026

Campagne de communication dédiée à la place bancaire suisse

Pourquoi c'est le bon moment

La place bancaire suisse est synonyme de stabilité, de capacité d'innovation et d'engagement – des valeurs qui guident notre travail au quotidien et dont nous pouvons être fiers. Pourtant, ces dernières années, l'image de notre branche dans le public a eu tendance à se troubler. Dans un environnement où la confiance ne va plus de soi, convaincre en coulisse ne suffit pas. La visibilité et la volonté de dialogue sont indispensables. Car pour construire des relations de confiance, il faut être ouvert et perçu comme tel.

C'est pourquoi Swiss Banking, l'association faîtière des banques en Suisse, a lancé une campagne de communication nationale. Celle-ci s'appuie sur des vidéos et des podcasts aussi parlants que captivants, diffusés principalement sur LinkedIn, Instagram, Spotify et YouTube. L'objectif est de renforcer le dialogue avec le grand public. A cet effet, la campagne entend montrer de manière attrayante et contemporaine combien les banques en Suisse sont diverses et tournées vers l'avenir, mais aussi à quel point notre branche est importante pour la société et pour l'économie de notre pays.

Ensemble, nous pouvons envoyer un message fort en faveur de la place bancaire suisse. Rejoignez-nous!

Campagne de communication dédiée à la place bancaire suisse

L'essentiel à retenir

CADRE GENERAL

- **Quoi:** une campagne nationale
- **Pourquoi:** pour rendre visible la contribution des banques au modèle gagnant de la Suisse
- **Pour qui:** pour le grand public en Suisse
- **Où:** principalement sur des canaux numériques comme LinkedIn, Instagram, YouTube et Spotify
- **Comment:** ➔ site dédié à la campagne (plateforme d'information)
➔ vidéos, podcasts, posts sur les réseaux sociaux
➔ français, allemand, anglais, ponctuellement italien
- **Quand:** lancement le 16 septembre 2025 pour une durée d'environ deux ans

BUTS

Nous voulons générer une perception positive de la place bancaire suisse et de ses acteurs. A cet effet, il s'agit de:

- **Mieux faire connaître la place bancaire**
En communiquant des informations claires et précises sur les tâches, les performances et les défis de la place bancaire, nous transmettrons les connaissances nécessaires pour en parler objectivement et pour se forger une opinion nuancée.
- **Créer la confiance**
En diffusant des récits authentiques et tangibles sur le rôle de la place bancaire, en nourrissant un vrai dialogue et en étant ouverts à différentes perspectives, nous affermirons notre crédibilité, source de confiance.
- **Renforcer la réputation**
En mettant en lumière les apports de la place bancaire à la société et à l'économie suisses, nous soulignerons le rôle des banques en tant que partenaires responsables et piliers porteurs de l'économie nationale.

THE RIVER

Le fil conducteur de la campagne



La Suisse est un pays de fleuves. Les fleuves se caractérisent par leur dynamique, leur énergie, leur constante évolution – tout comme la place bancaire suisse. Car les capitaux aussi doivent rester dynamiques pour être performants. Ils permettent d'investir, favorisent l'innovation et ouvrent des perspectives pour les individus, les entreprises et la société.

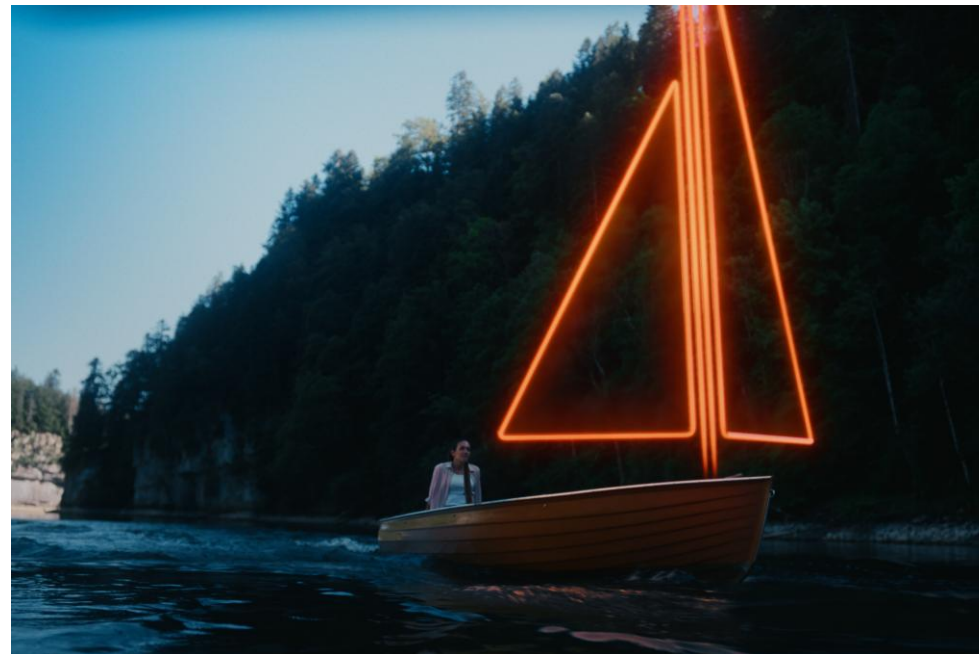
Le fleuve, **THE RIVER**, est le fil conducteur et l'univers narratif de la campagne. Nos récits se déroulent sur le fleuve. THE RIVER est le logo de la campagne

THE RIVER

Des vidéos parlantes pour illustrer l'importance des banques



Le personnage dans l'embarcation évolue sur le fleuve – porté par ses objectifs, ses rêves. Pour les concrétiser, il a besoin de repères, de partenaires facilitateurs à ses côtés qui le guident dans les passages difficiles.



Ces partenaires facilitateurs, ce sont les banques. Dans la campagne, elles sont représentées par des icônes lumineuses – des points de repère qui balisent le parcours. Elles symbolisent la stabilité, la confiance et la fiabilité.

THE RIVER

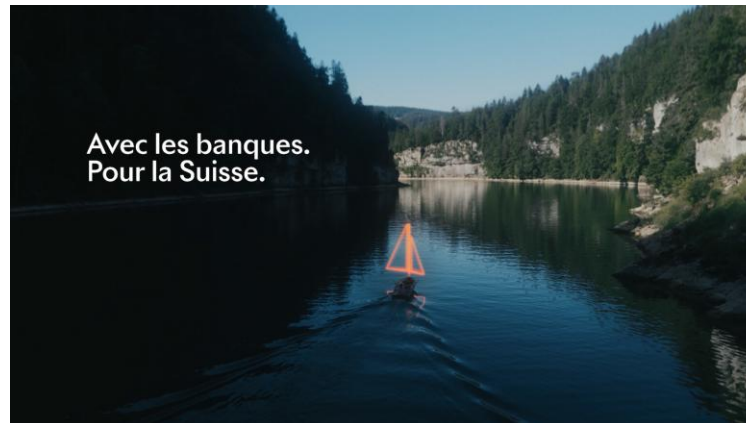
L'idée maîtresse et fédératrice de la campagne

A la fin de chaque vidéo, trois messages clés rappellent l'idée maîtresse et fédératrice de la campagne.



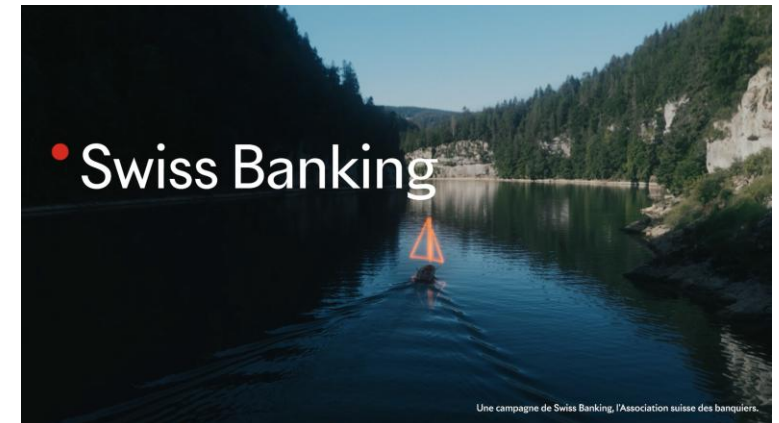
Maîtriser le courant, c'est aller de l'avant.

Cette phrase exprime le concept autour duquel s'articule la campagne. Elle vaut pour les individus, pour les entreprises, pour la Suisse. Quand on maîtrise le courant, on avance.



Avec les banques. Pour la Suisse.

Le slogan de la campagne (*claim*) résume le message: les banques contribuent jour après jour au succès de la Suisse. Elles sont des partenaires pour tous: pour les clientes et les clients, pour la société, pour l'économie.



Une campagne de Swiss Banking, l'Association suisse des banquiers.

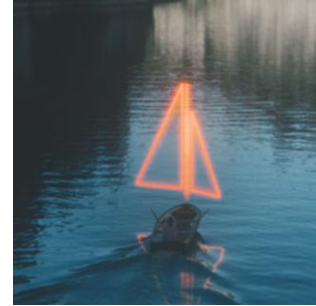
Cette dernière mention indique qui est l'initiatrice de la campagne: Swiss Banking, l'association faitière des banques en Suisse.

THE RIVER

Thèmes des vidéos au lancement de la campagne



Place économique: les banques suisses mettent en relation les personnes, les idées et les solutions – pour un véritable progrès.



Progrès technologique: les banques suisses façonnent le quotidien numérique grâce à des solutions de paiement simples, rapides et sûres.



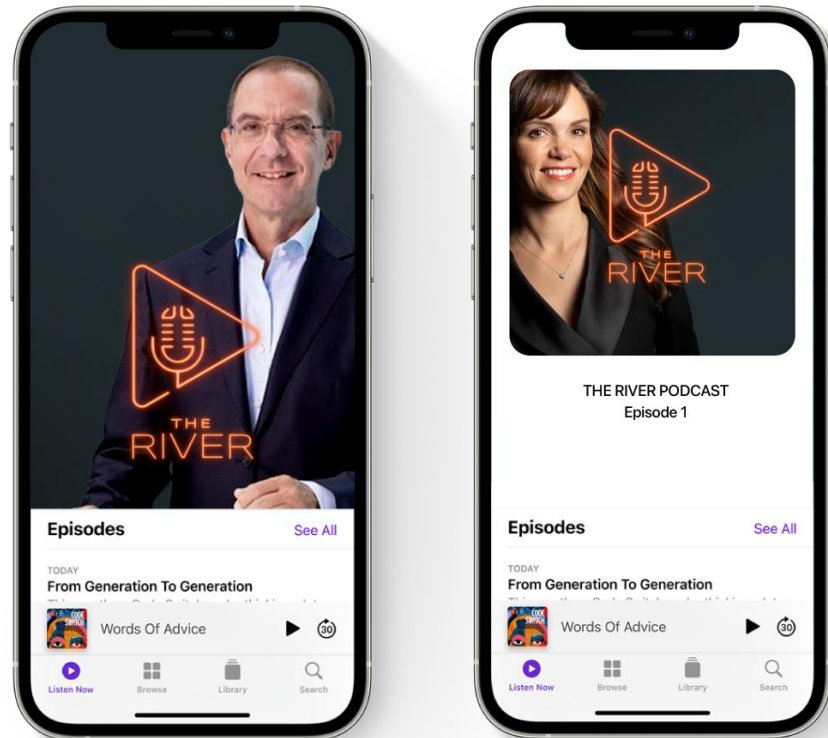
Constitution d'un patrimoine: les banques suisses conseillent avec clairvoyance, protègent le patrimoine et créent des perspectives de croissance.



Hypothèques: les banques suisses permettent chaque année à des milliers de personnes de devenir propriétaires de leur logement.

THE RIVER

Des dialogues riches et captivants pour mettre en lumière le rôle des banques



Les podcasts sont au cœur de la campagne. Grâce à la diversité des intervenantes et des intervenants, issus des milieux économiques et de la société civile, ils proposent des dialogues approfondis, des analyses personnelles et des perspectives variées sur la place bancaire suisse. Ils contribuent ainsi idéalement à la réalisation des objectifs de la campagne, à savoir:

- **Mieux faire connaître la place bancaire:** les podcasts favorisent une communication claire et contextualisée sur des sujets complexes – ce qui est important pour en parler objectivement et pour se forger une opinion nuancée.
- **Créer la confiance:** des voix authentiques, des récits personnels, de vrais dialogues créent une proximité – qui est source de crédibilité et de confiance.
- **Renforcer la réputation:** faciles d'accès par leur format, les podcasts rendent la contribution des banques visible à tout moment – chez soi, au travail ou en déplacement.

- Swiss Banking

Ensemble, nous pouvons envoyer un message fort en faveur de la place bancaire suisse.

Rejoignez-nous!