

Foire aux questions (FAQ) sur la campagne THE RIVER

- **Quand et où est prévu le lancement de la campagne?**

La campagne a été lancée lors de la Journée des banquiers, le 16 septembre 2025, dans toute la Suisse.

- **Quel est le but de la campagne?**

La campagne vise à rendre tangibles les apports de la place bancaire à la société et à l'économie suisses. Elle entend proposer une vision nuancée de la branche et contribuer à un discours public constructif sur le rôle actuel et futur des banques.

- **Qui est l'initiateur de la campagne?**

L'initiateur de la campagne est Swiss Banking (Association suisse des banquiers), l'association faîtière des banques en Suisse. Depuis 1912, Swiss Banking défend les intérêts des banques en Suisse auprès des milieux politiques, des autorités et du grand public. Son but est une place bancaire forte, qui soit source d'inspiration et de cohésion par sa diversité et sa capacité d'innovation. Elle joue un rôle de premier plan à l'échelon international, est ancrée en Suisse et compte parmi les employeurs les plus attrayants.

- **Qui participe à la campagne?**

Initiée par Swiss Banking (Association suisse des banquiers), la campagne est développée et réalisée en collaboration avec l'agence zurichoise CRK. En outre, un groupe de travail composé de représentantes et de représentants des différents groupes de banques donne les impulsions et fait office de *sounding board*.

- **Pourquoi une campagne dédiée à la place bancaire suisse est-elle nécessaire?**

La place bancaire suisse est une des plus importantes au monde. Les banques

- gèrent environ CHF 9 300 milliards d'actifs
- emploient environ 160 000 collaboratrices et collaborateurs
- génèrent environ 5,5 % de la valeur ajoutée totale en Suisse
- et contribuent environ 16 % aux exportations de services du pays.

Ces chiffres clés soulignent l'importance économique de la place bancaire pour la stabilité, la capacité d'innovation et la compétitivité de la Suisse. Il est d'autant plus important de rendre son rôle visible et de promouvoir le dialogue sur son avenir. La campagne entend y contribuer.

Sources: Baromètre bancaire (2025); étude «L'importance économique du secteur financier suisse» (BAK, 2024).

• Swiss Banking

- **Comment faire pour participer, réagir ou proposer des sujets?**

Nous invitons toutes les personnes intéressées à s'impliquer via le site Internet dédié à la campagne (<https://www.the-river.ch>) et sur les réseaux sociaux de Swiss Banking ([Instagram](#), [Facebook](#), [Youtube](#)). Tous les moyens de nous contacter sont indiqués sur ce site. Les questions, suggestions et réactions sont les bienvenues, car seul un dialogue constructif et ouvert permettra à la place bancaire de se développer et de se renforcer.

- **Comment rester au courant de l'actualité de la campagne?**

Les personnes intéressées peuvent s'abonner au bulletin d'information disponible sur le site Internet dédié à la campagne (<https://www.the-river.ch>). Elles seront ainsi informées des nouvelles diffusions de vidéos et de podcasts ainsi que de toute l'actualité de la campagne.

- **Où trouver des informations complémentaires sur la place financière suisse?**

Vous trouverez des informations complètes, des analyses et des articles d'actualité sur le site Internet de Swiss Banking: <https://www.swissbanking.ch/fr>.

- **Qu'est-ce que THE RIVER?**

THE RIVER est le fil conducteur visuel et narratif de la campagne. Le fleuve représente le mouvement, le changement, l'énergie – qui caractérisent également la place bancaire suisse. Les personnages évoluent sur ce fleuve, portés par leurs objectifs, leurs idées, leurs souhaits. Pour les concrétiser, ils ont besoin de partenaires fiables, qui les guident en eau calme comme dans les rapides. La campagne montre que les banques en Suisse proposent un accompagnement à différentes étapes de la vie – en libérant les potentiels, en rendant les rêves possibles, en sécurisant.

- **Sur quelles plateformes la campagne est-elle déployée?**

La campagne est présente sur LinkedIn, Instagram, YouTube et Spotify. Ces plateformes nous permettent d'accéder aux destinataires de manière directe et proche de leur quotidien, sur un pied d'égalité. S'y ajoutent des annonces en ligne ainsi qu'un site Internet dédié à la campagne (<https://www.the-river.ch>).

- **Quels sont les contenus des vidéos?**

Les vidéos expliquent à l'aide d'exemples concrets comment les banques en Suisse aident à la prise de décision financière, par exemple lorsqu'il s'agit d'investir, de se constituer un patrimoine ou de financer son logement. Elles illustrent, dans huit situations réelles, le rôle des banques en tant que partenaires et facilitatrices.

- **Quels sont les contenus des podcasts?**

Les podcasts traitent de sujets d'actualité en lien avec la place financière et qui ont un impact sur la société. Ces sujets peuvent aller de la numérisation au développement durable, en passant par la réglementation et la responsabilité des entreprises. Les contenus s'inscrivent sciemment dans un format souple, ce qui permet de réagir rapidement à l'actualité. En intégrant de multiples points de vue (selon que l'intervenante ou l'intervenant est issu des milieux économiques, de la société civile ou d'autres domaines), les podcasts créent la base nécessaire pour développer un discours éclairé et se forger une opinion nuancée.