

La CARAC dévoile sa nouvelle saga publicitaire : trois films qui incarnent le parcours de vie de ses adhérents, la transmission et l'accompagnement patrimonial dans la durée

Deux ans après « Cœurs battants », film conçu pour célébrer son centenaire, la CARAC, mutuelle d'épargne, de retraite et de prévoyance, ouvre un nouveau chapitre de sa communication publicitaire avec une saga composée de trois films courts.

À travers des récits ancrés dans le réel, cette campagne met en lumière ce qui fait la singularité de la mutuelle : un accompagnement humain, durable et personnalisé, au service des projets d'épargne et du patrimoine de ses adhérents.

Trois films, trois parcours de vie

Dans le prolongement de « Cœurs battants », cette saga incarne la transmission intergénérationnelle et l'accompagnement humain de la CARAC, inspirée d'authentiques moments de vie d'adhérents.

- **« Cœur Vaillant »**
Un homme court avec détermination sous la pluie, en se rappelant les conseils de son père : avancer, s'engager. En voix off, il met en avant son attachement à la performance des solutions que lui présente son conseiller CARAC.
Le film met en lumière une écoute et un accompagnement expert et engagé.
- **« Cœur Libre »**
Accompagnée de son fils, une femme retourne au bord d'un lac où elle jouait enfant. Elle pense à leur avenir. Elle s'appuie sur l'accompagnement de son conseiller CARAC pour sécuriser son parcours de vie et protéger ses proches.
Le film souligne l'importance d'être écouté et bien accompagné.
- **« Cœur Fidèle »**
Encouragé toute sa vie par sa mère, un homme bénéficie aujourd'hui de la transmission de son patrimoine qu'elle avait préparée avec sa conseillère CARAC. En voix off, il explique pourquoi il est resté fidèle à la CARAC, toujours avec la même conseillère. Avec elle, il avance et continue de faire grandir son patrimoine en confiance.
Le film montre à quel point il est essentiel de bénéficier d'une relation dans la durée dans le conseil patrimonial.

À travers ces récits, la CARAC met en scène la relation de proximité entre l'adhérent et son conseiller, et son engagement pour ses adhérents dans la durée.

Une campagne média d'envergure

Pour accompagner le lancement de ces films, la CARAC déploie un dispositif média national à partir du 7 avril 2026 :

- diffusion sur les chaînes du groupe TF1 et en replay,
- diffusion en vidéo online,
- relais sur les réseaux sociaux (YouTube, LinkedIn, Facebook, Instagram).

La campagne se poursuivra sur toute l'année dévoilant progressivement tous les épisodes de la saga.

Une création sensible portée par une signature musicale reconnue

Imaginée et réalisée par l'agence Okó, cette saga adopte une écriture réaliste et incarnée, centrée sur les parcours de vie.

Elle est accompagnée d'une musique originale signée Cascadeur, compositeur reconnu notamment pour ses œuvres dans « *Le Sens de la fête* » et la série « *Lupin* », qui vient souligner la continuité émotionnelle entre les films.

Des histoires de vie pour illustrer la singularité de la CARAC sur le marché de l'épargne de long terme et du conseil patrimonial

Pierre Lara, Président de la CARAC et Michel Andignac, Directeur général déclarent :
« À travers cette nouvelle saga, la CARAC réaffirme sa vocation : accompagner ses adhérents dans la durée, au cœur des moments structurants de leur vie patrimoniale. Dans un environnement marqué par la complexité croissante des choix financiers, nous nous efforçons d'avoir une approche fondée sur la proximité, l'écoute, la lisibilité et le conseil au bénéfice de nos adhérents. »

Isabelle Genest, Directrice de la communication et du mécénat de la CARAC :
« Cette saga met en lumière une conviction forte : le patrimoine se construit dans le temps, grâce à une relation de confiance construite sur la durée. Le conseiller CARAC est un partenaire de long terme et présent dans les moments clés, à travers les générations. »

Hervé Francès, président-fondateur de l'agence Okó :
« Nous avons travaillé en grande proximité avec les équipes de la CARAC pour raconter des moments de vie semblables à ceux que connaissent les adhérents de la mutuelle. Le fil rouge de chaque scénario, c'est la place centrale des conseillers patrimoniaux. Dans une ère où les relations sont dématérialisées ou absentes, la CARAC se démarque. »

Cette campagne est orchestrée par l'agence Values Media qui accompagne la CARAC dans sa stratégie media.

La CARAC, Mutuelle d'épargne, de retraite et de prévoyance à taille humaine, qui conçoit, gère et distribue des solutions financières qui s'adressent à toutes les personnes soucieuses de performance et d'intégrité dans la gestion de leur patrimoine. La CARAC dispose d'un réseau de collaborateurs sur l'ensemble du territoire qui, grâce à leur expertise, conseillent et accompagnent les épargnants dans la durée, face aux complexités du monde financier. Fière de son histoire centenaire et de sa culture mutualiste, porteuse de valeurs telles que l'engagement, la confiance, l'indépendance et la transparence, la CARAC se fait un devoir d'être à la hauteur des attentes de ses adhérents. Garante de leur intérêt à la fois collectif et individuel, elle incarne un modèle avisé qui fait de ses adhérents des acteurs à part entière de la gouvernance.

Pour plus d'informations :

www.carac.fr - [Facebook/Carac.epargne](https://www.facebook.com/Carac.epargne)
[linkedin/Carac](https://www.linkedin.com/company/Carac)

Contacts presse :

Vanessa Vazzaz
vanessa.vazzaz@canyon-agency.com
06 34 32 24 23

Isabelle Genest
igenest@carac.fr
01 55 61 56 23
Directrice de la communication de la
CARAC.