

**Communiqué de presse, Paris le 26 mars 2026.**

**La nouvelle campagne Palatine et Josiane : L'art de la discrétion.**

Palatine (banque du Groupe BPCE), au service des ETI, de leurs dirigeants et des clients banque privée, dévoile avec Josiane son nouveau territoire de communication à travers une campagne institutionnelle nationale en DOOH, presse et digital.

**L'ambition d'une nouvelle dynamique**

Dans le contexte d'un nouveau plan stratégique à l'horizon 2030, et en cohérence avec la raison d'être Palatine, l'ambition de la marque est d'impulser une nouvelle dynamique durable et de repositionner l'image de la Banque, en réaffirmant ses singularités, et de nourrir la promesse d'excellence sur-mesure cultivée depuis 240 ans.

**Une campagne ancrée dans l'univers du Quiet Luxury**

Le nouveau territoire de communication de Palatine se devait d'être à l'image de son positionnement sur-mesure et du cœur de cible de sa clientèle haut de gamme et discrète. Il illustre un modèle de proximité relationnelle, avec une tonalité intimiste, fondé sur un héritage reconnu et un accompagnement d'excellence, que sa clientèle recherche.

**Incarner l'excellence en toute discrétion**

L'Art d'Être Banquier, la signature historique, est selon Palatine, l'art d'accompagner les réussites en toute discrétion. Ce savoir-faire est mis à l'honneur dans la création de la nouvelle campagne d'image, développant une ode à la discrétion pour valoriser la force singulière de la relation entre la Maison de Banque et ses clients.

Les key visuals représentent des portraits sobres et épurés de clients dans une ambiance intimiste. Les premiers visuels exposent explicitement les intentions de la Banque à travers un manifeste qui interpelle le lecteur « *Vous ne trouvez pas ce monde trop bruyant ?* ». Ils sont complétés par une série de visuels qui s'adressent directement aux clients, en promettant une « *attention toute particulière* » aux dirigeants d'ETI et « *une relation toujours plus privée pour gérer les patrimoines* » à aux clients Banque Privée.

Thierry Martinez Directeur de la communication Palatine

« À travers son plan stratégique Palatine 2030, notre Maison de Banque a l'ambition d'aligner son image sur sa raison d'être, à savoir accompagner durablement les ETI françaises, leurs dirigeants et sa clientèle en Banque Privée. Avec notre nouvelle identité visuelle et cette campagne, Palatine assume d'incarner, sans tapage, un positionnement quiet luxury pour rappeler que, dans un monde bruyant, le vrai luxe, c'est de ne pas faire de bruit. Car la discrétion, cette qualité que nos clients et prospects nous reconnaissent, n'est pas un hasard. C'est une promesse. Et c'est précisément ce que notre clientèle attend d'une banque : l'Art d'être discret pour mieux rendre possible leurs projets professionnels et personnels »

Virginie Matias – Directrice générale de Josiane

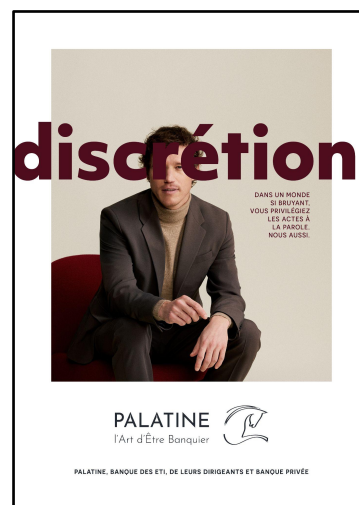
« Notre stratégie créative et le territoire du « Quiet Luxury » met l'accent sur la subtilité, la sophistication et sur l'élégance discrète qui résume si bien la posture de la marque. À l'heure où la discrétion s'impose comme une exigence forte pour les clients, cette campagne révèle ce qui distingue profondément Palatine et sa capacité à dépasser son excellence métier pour s'emparer d'une valeur forte qui la caractérise et dont l'époque a cruellement besoin. »

### Un déploiement au plus près de nos cibles premium

La campagne est visible depuis le 26 mars en presse magazine, en DOOH dans les principaux aéroports de France, et en digital, s'adressant aux deux cibles de la marque : les clients Banque Privée, CSP ++, et les dirigeants et décideurs d'ETI françaises.

Retrouvez les visuels joints au CP ainsi que tous les visuels à télécharger sur ce lien :

<https://www.swisstransfer.com/d/366574f0-d125-4e59-b0be-a26fb2c992b6>



**Crédits :**

Annonceur : Banque Palatine

Agence : Josiane

Responsables Agence : Laurent Allias / Virginie Matias

Responsables annonceur : Thierry Martinez, Julie Bouttier, Andréa Lopvet

Directrice des Stratégies : Evelyne Bourdonné

Directeur de la Création : Jérôme Diez

Directrice Artistique : Lisa Chaput

Concepteur-rédacteur : Romain Grange

Directrice de clientèle : Eva Cohen

Cheffe de projet : Alice Callegari

Production : Hier soir

Producer : Anne Cécile Jemin

Photographe : Jean de Blignières

**À propos de Palatine**

Palatine, banque des entreprises et banque privée, banque du Groupe BPCE, est aux côtés des entrepreneurs aussi bien sur le plan professionnel que personnel depuis plus de 240 ans. Elle déploie son expertise auprès des Entreprises de Taille Intermédiaire (ETI). Palatine est présente dans toute la France, avec ses 36 implantations, dont 26 centres d'affaires et banque privée et quatre agences Premium. En synergie avec les métiers d'expertise (ingénierie patrimoniale, juridique et fiscale, conseil en investissement, approche globale du patrimoine du dirigeant, corporate finance, immobilier, international, salle des marchés...), Palatine accompagne aujourd'hui plus de 13 000 entreprises et près de 45 000 clients Banque Privée.  
<https://www.palatine.fr>

Contacts :

Thierry Martinez : [thierry.martinez@palatine.fr](mailto:thierry.martinez@palatine.fr) / 06 88 77 31 67

Julie Bouttier : [julie.bouttier@palatine.fr](mailto:julie.bouttier@palatine.fr) / 07 86 27 39 74

**À propos de Josiane**

Agence indépendante "non-conformiste" créée en 2014 et à l'initiative du groupe THE NONCONFORMIST NETWORK, Josiane accompagne des marques telles que Mutuelle des Motards, [Entremont](#), [Banque Palatine](#), [Mercure Europe](#), [Franui](#), [Association Valentin Haüy](#), [Stoeffler](#), [Cabaig](#), [Motul Monde](#), [Sardinerie Parmentier](#), [Bonux](#), [Les Fermiers de Loué](#),  
[www.josiane.fr](http://www.josiane.fr)

Contacts :

Véronique Domas [veronique@josiane.fr](mailto:veronique@josiane.fr) / 06 12 06 59 25

Matéo Jouy [mateo@josiane.fr](mailto:mateo@josiane.fr) / 06 17 66 73 52