



BNP Paribas profite de son partenariat avec Roland Garros pour exposer ses actions menées auprès des jeunes



La banque BNP Paribas a profité du 50ème anniversaire de son engagement dans le tennis et de son partenariat avec le tournoi de Roland Garros pour détailler l'ensemble de ses actions menées dans le cadre de ce sport et au-delà, en particulier auprès des nouvelles générations.

BNP Paribas soutient depuis plus de 20 ans l'association **Fête le Mur** de Yannick Noah qui s'est donné pour mission "d'amener le tennis dans les banlieues" et de faire comprendre aux jeunes des quartiers prioritaires que le tennis n'est pas un sport élitiste et qu'il leur est aussi accessible. Le tennis est utilisé comme un outil d'éducation et d'inclusion sociale, notamment via le programme d'insertion professionnelle "Jeu, Set et Job". A travers son réseau d'agences, la banque accompagne les jeunes de l'association au-delà du tennis jusqu'à leur insertion professionnelle. L'association **Attrap' la balle** de Jo-Wilfried Tsonga destinée à "permettre le développement de la pratique du tennis, et plus largement de la pratique sportive, comme outil d'éducation et d'insertion" est également soutenue par BNP Paribas. Environ 9.000 jeunes sont concernés. BNP Paribas soutient également l'association "Nos quartiers ont du talent" qui accompagne individuellement les jeunes diplômés pour concrétiser leur projet professionnel, et la Fondation BNP Paribas œuvre aussi dans les banlieues à travers son réseau d'agences. Par ailleurs, BNP Paribas a mis en place en 2018 le programme **Team BNP Paribas Jeunes Talents** qui

actuellement de ce dispositif parrainé par Jo-Wilfried Tsonga.

Pour fêter ce 50ème anniversaire, BNP Paribas a organisé ce dimanche 28 mai en association avec la Fédération Française de Tennis un "Match Solidaire" en invitant 10.000 jeunes à assister à l'un des premiers matchs officiels du tournoi de Roland Garros sur le court Philippe-Chatrier. Plus de 50.000€ ont été récoltés à cette occasion qui seront reversés à l'association **Attrap' la balle**.

L'autre univers de communication qu'a choisi BNP Paribas pour communiquer auprès du public jeune est le cinéma. La banque est partenaire du César des Lycéens et a déjà invité 100.000 jeunes en salles depuis leur réouverture après le Covid. Elle est par ailleurs choisie d'être partenaire du film **Les Trois Mousquetaires** sorti le 5 avril dernier car celui-ci s'adressait particulièrement aux jeunes, véhiculait des valeurs positives comme la transmission, chère à la banque, et mettait en avant de jeunes acteurs français.

"BNP Paribas se donne notamment pour mission via ces engagements de soutenir les jeunes talents du cinéma français comme du tennis français, nous indique Vincent-Baptiste Closon, Directeur des partenariats sportifs de BNP Paribas. Le public Jeune est important pour BNP Paribas car la banque souhaite être présente aux grandes étapes de la vie de ses clients, et notamment lors des études, des premiers achats importants et de la fondation de leur foyer".



[Haut de page](#) ^

