



La Société Générale fait sa rentrée sur les écrans de télévision et de cinéma

Le 30 Août 2002, la Société Générale lance une nouvelle campagne de publicité à la télévision et au cinéma. Dans la continuité de la stratégie initiée en 2000, la Société Générale poursuit sa communication avec un engagement de marque unique. Cet engagement se traduit par le positionnement publicitaire suivant :

« La Société Générale vous simplifie la banque pour vous simplifier la vie »

Cette promesse concrète incarne une réelle valeur de service et d'engagement. L'objectif de la campagne est de montrer en quoi la Société Générale contribue à faciliter la vie de ses clients en leur simplifiant leur relation avec leur banque.

Cet engagement sera présent dans chacun des films puisque la phrase « *A la Société Générale, c'est simple...* » viendra désormais ponctuer chaque film et sera suivi de la preuve de simplification apportée par la Société Générale à ses clients.

Après le film sur le numéro de compte à vie (à la Société Générale, quand on déménage, on garde le même numéro de compte) qui a connu un grand succès (score de reconnaissance : 92 %, agrément positif : 88 % - parmi les meilleurs standards d'IPSOS), la Société Générale fait sa rentrée publicitaire avec deux autres preuves de simplification :

- **Simplification de l'accès au conseil (2 nouveaux films),**
avec un conseiller disponible jusqu'à 22 heures (grâce au service Vocalia, banque à domicile par téléphone).
- **Simplification des fins de mois pour les jeunes (1 nouveau film),**
avec l'exonération d'agios pour les 18-24 ans (dans le cadre de la convention Pack Jeunes).

Contacts Presse

Jérôme FOURRÉ - Tél. 01 42 14 25 00 - Joëlle ROSELLO - Tél. 01 42 14 58 39
Tour Société Générale -17, Cours Valmy, 92972 Paris La Défense Cedex
SOCIETE GENERALE, Société anonyme au capital de 530 423 152,50 EUR - 552 120 222 RCS PARIS

Dans chacun des trois films, les situations mises en scène ont en commun une référence explicite et directe à l'argent ou au conseil lié à l'argent, ainsi qu'un traitement fondé sur l'humour.

Afin de développer son territoire de marque, les films se déroulent dans un carré à l'intérieur de l'écran, créant ainsi une rupture de forme avec les habituels « tunnels de publicités ». Le carré se transforme ensuite en logo « Société Générale », une façon légitime de personnaliser les films.

A la fin de chaque film, la signature « *Si on en parlait ?* » est renforcée d'un jingle musical de quelques notes, créé par Marc MILLER (Macadam) visant à optimiser ainsi la reconnaissance de la marque. La signature « *Si on en parlait* », invitation à l'échange et au dialogue avec sa banque et son banquier, continue de ponctuer l'ensemble des spots diffusés à la rentrée sur les écrans.

Cette campagne a été développée avec l'agence Lowe Alice, en charge du budget depuis Juin 2000. Pour réaliser ces trois films, l'agence a choisi deux jeunes réalisateurs de talent, Anne Marie VANDEPUTTE et Neil HARRIS (CV en annexe).

La Société Générale est le numéro un de la banque de détail en France (hors mutualistes) tant en chiffre d'affaires, en nombre d'agences qu'en nombre de clients : 7,8 millions de clients (total réseaux au 30 juin 2002). La Société Générale est la banque qui a la meilleure image auprès des français (Indice IPSOS / population française). Elle est aussi la banque numéro 1 des possesseurs d'OPCVM et des étudiants, axe majeur de sa communication depuis 1996. Une offre complète de produits et de services permet un fort taux d'équipement par compte (7), un des plus élevés parmi les banques européennes.

Enfin, pour satisfaire au mieux les attentes variées de ses clients, la banque déploie son dispositif de distribution multicanal intégré : agences, télé conseillers, serveur vocal (« Vocalia »), Internet avec 557 000 utilisateurs de la banque en ligne (30 juin 2002 , +55% en 1 an) SMS - Messages d'information comptes, consultation des comptes sur mobile WAP, TV interactive (« Visualia »), Minitel.

La Société Générale est une des banques les plus importantes de la zone euro. Avec 85 000 personnes dans le monde, son activité se concentre autour de trois grands métiers :

- la banque de détail qui compte 13,4 millions de clients en France et à l'international.
- la gestion d'actifs. Le Groupe est n°3 parmi les banques de la zone euro par le montant des actifs gérés (298 Md EUR fin 2001).
- la banque de financement et d'investissement SG, n°4 de la zone euro de par son produit net bancaire.

La Société Générale est la seule banque française à figurer dans les quatre principaux indices internationaux de développement durable. www.socgen.com

Annexes

ANNE MARIE VANDEPUTTE

A 36 ans, cette jeune réalisatrice affiche un parcours hors du commun, à la mesure de sa personnalité : contrairement à la plupart des réalisateurs, elle commence d'abord par le cinéma à 18 ans, avant de faire ses classes à l'American Film Institute de Los Angeles. C'est par la suite qu'elle se passionnera pour la publicité, enchaînant films et récompenses. Plus que des pubs, ses films sont de véritables mini-métrages pétris de créativité et d'ironie, avec ce savoir-faire inégalé pour installer immédiatement une situation et diriger les comédiens. Anne-Marie Vandeputte a notamment signé les campagnes de grandes marques telles que Mac Do (Belgique), Lucky Strike, France Télécom et récemment, Société Générale (films "Jeu de rôles", Août 2000 et "Ne pas déranger", Décembre 2000).

NEIL HARRIS

Agé de 37 ans, Neil Harris est un touche-à-tout de génie. Après des études d'architecture intérieure au Royal College of Art, il se tourne vers la réalisation et monte ses propres films grâce auxquels il se fait rapidement remarquer. Dès lors il se lance activement dans la réalisation de films publicitaires, tout en menant d'autres projets de front, notamment la création d'un magasin d'objets « étranges ». Passionné par la comédie, il attache un soin particulier au choix et au jeu des comédiens et cultive l'art de mêler naïveté et provocation, à l'anglaise. L'ensemble de sa filmographie (Le Parisien, Mikado, Charal, Dulcolax..), à l'humour « pince sans rire », témoigne de son immense talent ; il a d'ailleurs obtenu de nombreux prix, tant en France qu'à l'étranger.

FICHE TECHNIQUE Films SOCIETE GENERALE
« Le distributeur » et « l'épicier ».

Titre	Le distributeur - L'épicier
Agence	Lowe Alice
Annonceur	Société Générale
Marque	
Produit	Banque à domicile par téléphone / conseiller 22 heures
Secteur	Banques-assurances
Date de première parution ou diffusion	Septembre 2002
Langage	Français
Media utilisé	TV
Responsable annonceur	Sophie Duval, Philippe Valigny, Arthur Marconnier
Crédits	Comédiens : Film L'épicier : Karim Salah, Aurélie Valat Film Le distributeur : Alain Raymond
Directeur de Création	Grégoire Delacourt
Directeur Artistique	Jean-François Dufay
Concepteur – rédacteur	Didier Giner
Réalisateur	Anne Marie Vandeputte
Production	Wanda
Responsables agence : F. Lamotte, L. Speisser, N. Braka	
Descriptif	TV 15 secondes pour « Le distributeur » et TV 18 secondes pour « L'épicier »
Contexte	Un client attend de sa banque qu'elle assume son statut de « société de service » : proche, disponible, à l'écoute de ses préoccupations liées à l'argent.
Cas et Philosophie	Une banque qui simplifie la vie de ses clients doit leur permettre de parler de leur argent à tout moment, même quand leur agence bancaire est fermée.
Résumé – en quelques lignes	<ul style="list-style-type: none"> - « Le distributeur » : Un homme parle de son découvert la nuit à un distributeur de billets... - « L'épicier » : Une jeune femme parle à son épicier arabe de PEA et d'assurance vie ... <p>2 situations qui prouvent que quand on a besoin de parler d'argent on peut trouver des spécialistes disponibles.</p>

FICHE TECHNIQUE Film SOCIETE GENERALE « le cinéma »

Titre	Le Cinéma
Agence	Lowe Alice
Annonceur	Société Générale
Marque	Société Générale offre Jeunes
Produit	Exonération d'agios (offre 18-24 ans)
Secteur	Banques-assurances
Date de première parution ou diffusion	21 Septembre 2002
Langage	Français
Media utilisé	TV / cinema
Responsable annonceur	Sophie Duval, Philippe Valigny, Laurent Vialat
Crédits	Comédiens : Olivier Levesque / Romain Vissol / Valentine Elrich
Directeur de Création	Grégoire Delacourt
Directeur Artistique	Jean-François Dufay
Concepteur – rédacteur	Didier Giner
Réalisateur	Neil Harris
Production	1/33
Responsables agence : F. Lamotte, L. Speisser, N. Braka	
Descriptif	TV 30 secondes./ CINE 32 secondes
Contexte	Les jeunes ont souvent de petits problèmes d'argent en fin de mois, ce qui les amène à jongler avec leur trésorerie et à déployer des trésors d'astuces pour assouvir leurs besoins.
Cas et Philosophie	L'OFFRE 18 – 24 ans de la Société Générale simplifie l'argent pour les jeunes : plus besoin d'user de combines farfelues. On peut être à découvert en fin de mois sans payer d'agios et profiter ainsi de la vie.
Résumé – en quelques lignes	2 jeunes montent une comédie "abracadabrante" pour pouvoir entrer dans un cinéma en ne payant qu'un seul ticket pour deux.



SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
SCRIPTS CAMPAGNE « MARQUE »

Film Conseiller 22h : « Le Distributeur »

Format : 15 s.

- Déroulement et fermeture de la scène dans un carré -

C'est la nuit. Un monsieur (40-46 ans) en pyjama se tient devant un distributeur automatique de billets.

Se penchant vers la machine, il dit :

*- Bonsoir, je n'arrive pas à dormir... J'ai un petit découvert...
Hein ? Vous ne dites rien ? De toute façon, vous vous en
foutez... ?*

La caméra s'éloigne pendant que la surimpression apparaît :

DES CONSEILLERS JUSQU'A 22H AU 0 892 707 707

Voix-off :

*A la Société Générale, c'est simple, on peut parler d'argent jusqu'à
22h.
Société Générale, si on en parlait ?*

Logo Société Générale



Film Conseiller 22h : « L'Épicerie »

Format : 18 s.

- Déroulement et fermeture de la scène dans un carré -

C'est le soir, une jeune femme, l'air préoccupé, choisit des fruits dans une épicerie de quartier.

L'épicier : *Bonsoir Madame Nadine*

Madame Nadine, plongée dans ses préoccupations:

Assurance-vie, PEA. j'y comprends rien. Et vous Mr Said ?

L'épicier, l'air embarrassé :

Heu... Fatima, viens voir... Heu, elle doit savoir...

Madame Nadine : ... *Merci*

La caméra s'éloigne pendant que la surimpression apparaît :

DES CONSEILLERS JUSQU'À 22H AU 0 892 707 707

Voix-off :

A la Société Générale, c'est simple, on peut parler d'argent jusqu'à 22h.

Société Générale, si on en parlait ?

Logo Société Générale



Script “ Le cinéma ”

Format : 18 s.

C'est le soir. Devant la caisse d'un grand cinéma, deux jeunes réunissent leurs piécettes.

Jeune 1 : *C'est la dèche...*

Jeune 2 : *Laisse faire...* (se tournant vers la caissière) *On peut avoir un ticket pour deux ?*

Il pose ses pièces sur le comptoir. Devant la tête sidérée de la caissière, il ajoute, en confidence :

Ouais, parce que mon copain, là, il est bigleux et en plus, il a oublié ses lunettes... Hein, dis-lui à la dame que tu vois rien ?

Pendant ce temps, l'autre comprend qu'il doit faire un numéro. Mimant alors celui qui ne voit rien, les mains tendues devant lui, dit en tournant la tête en tous sens :

Qui me parle là ?... Où es-tu ? ... Où es-tu ?

Et il tourne sur lui-même, bras tendus, se cogne dans les gens et finit par trébucher dans l'escalator. Pendant ce temps, l'autre jeune continue de discuter avec la caissière :

Allez, faites-lui un prix, sans les images, c'est que de la radio.

Surimpression : Offre 18-24 ans.
Exonération d'agios
Prêts sur mesure...

Voix-off :

*A la Société Générale, c'est simple, les jeunes ne paient pas d'agios
jusqu'à 460 Euros de découvert.
Société Générale, Si on en parlait ?*

Logo Société Générale

