



La première campagne mondiale de publicité institutionnelle du groupe Société Générale

La campagne presse qui débutera en octobre 2002 constituera la première prise de parole du groupe Société Générale en publicité institutionnelle internationale.

Une exceptionnelle croissance à faire valoir

Première grande banque française commerciale à être privatisée en 1987, le groupe Société Générale a connu au cours des cinq dernières années une profonde mutation et une exceptionnelle croissance, tant interne qu'externe.

Les objectifs de la campagne institutionnelle visent ainsi à développer la notoriété du groupe Société Générale à l'international, tout en valorisant son modèle original et performant fondé sur trois métiers : la banque de détail, la gestion d'actifs et gestion privée, la banque de financement et d'investissement.

Une campagne identitaire et statutaire

Afin de montrer la réalité du groupe Société Générale, valeur montante de son secteur dont la stratégie s'impose comme un modèle de réussite, l'agence Harrison & Wolf corporate a conçu une campagne presse autour de la signature :

“ Red, black and rising. ”

Celle-ci révèle la réalité dynamique du groupe Société Générale, identifié par ses couleurs et reconnu pour la croissance dont il fait preuve.

Les couleurs du Groupe, le Rouge et le Noir, en symbolisent aujourd'hui les performances par leur puissance et leur originalité, tout en constituant le signe de ralliement de toutes les activités du Groupe. Elles sont l'expression première de la réalité identitaire du Groupe.

Rising, un mot international, évocateur d'une progression et d'un succès qui s'inscrit dans la durée.

La campagne presse sera déclinée au travers de quatre visuels :

La montée des marches, représentant l'ascension d'un escalier rouge par une star vêtue de noir, pour présenter le Groupe et son expansion ;

L'otarie, mettant en scène une otarie noire tenant en équilibre un ballon rouge, image de rigueur et de professionnalisme ;

Le peintre, visuel qui montre un homme peignant un tableau rouge et noir, illustrant ainsi la créativité et l'innovation bancaire ;

Le boxeur au casque noir et aux gants rouges, évoquant la puissance et la solidité du Groupe.

La campagne, qui débutera début octobre 2002, paraîtra dans la presse économique et financière en France, Angleterre, Allemagne, Espagne, Italie, Etats-Unis, Japon, ainsi que dans le sud-est asiatique.

Le thème de la campagne sera également décliné dans un programme de sponsoring d'émissions TV sur des chaînes économiques internationales.

Fiche technique

Responsables annonceur

Hugues Le Bret
Sophie Duval
Frédéric Arroyo
Patricia Van Den Hoogen

Responsables agence

Bruno Fradin
Stéphanie Morancé

Directeur de Création / Directeur artistique

Hélène Sue

Photographe

Andrea Klarin

Planning stratégique

François Gonzales

Pour mémoire

Groupe Société Générale – Chiffres clés

- 5° groupe bancaire de la zone euro par sa capitalisation boursière
- 7° capitalisation boursière de la Place de Paris
- 4° banque de financement et d'investissement de la zone euro
- 3° banque de la zone euro en gestion d'actifs
- Plus de 13,5 millions de clients, dont 3,4 millions hors de France
- 86 500 collaborateurs, dont 43% hors de France
- 500 implantations dans 75 pays
- 2 600 agences en France

	1996	2001
Clients	4 millions	13,5 millions
PNB (C.A)	6,6 millions €	13 ,9 milliards €
Résultat net	0,69 milliards €	2,15 milliards €
Collaborateurs	46 000	86 500
Capitalisation boursière	7,8 milliards €	27 milliards €
Actifs gérés	63 milliards €	298 milliards €

Harrison & wolf corporate

Harrison & Wolf Corporate (www.harrison-wolf-corporate.com), est une agence conseil créée par Jean-Claude Boulet qui offre l'ensemble des services liés à la communication d'entreprise : le conseil, la communication de crise, la communication sociale et managériale, les relations presse, la publicité institutionnelle et l'édition.

Références : TotalFinaElf, Pinault Printemps Redoute, Rexel, Française des Jeux, Danone, Air France, Unibail, Noos, Virbac, PSA Peugeot Citroën, ...

Contacts presse

Bruno Fradin : 01 41 49 70 70
b.fradin@harrison-wolf.com

Jérôme Fourré : 01 42 14 25 00
jerome.fourre@socgen.com