

Paris, le 21 avril 2005

## INFORMATION PRESSE

### Campagne mondiale de publicité institutionnelle du groupe Société Générale « The red and black effect »

**Le groupe Société Générale poursuit l'action publicitaire engagée en 2002 avec une campagne institutionnelle toujours identitaire, mais qui place cette fois-ci le client au cœur du discours.**

Depuis son lancement, la publicité institutionnelle internationale du groupe Société Générale traduit la dynamique de croissance de chacun de ses trois grands métiers à travers la signature "*Red, black and rising*."

En 2005, la nouvelle campagne exprime le bénéfice de cette croissance pour les clients et la signature prend un sens nouveau avec « the red and black effect » : la croissance est un des signes identitaires du Groupe, au même titre que les couleurs rouge et noir, et c'est de cette performance que bénéficient les clients pour leur propre développement.

**Trois caractéristiques du Groupe, trois bénéfices clients, trois visuels pour l'exprimer :**

De la rencontre du rouge et du noir naissent une performance accrue, des perspectives élargies et une expansion accélérée. C'est « l'effet rouge et noir » exprimé par chacun des trois visuels de la campagne.

**Le tableau :** lorsqu'un homme vêtu de noir contemple une œuvre d'art à dominante rouge, où l'on distingue une ombre qui semble être la sienne, ce sont soudain ses perspectives qui s'élargissent grâce à la capacité d'innovation et d'anticipation du Groupe.

**Le bouquet de roses :** lorsqu'une femme d'affaires vêtue de noir croise un fleuriste portant un immense bouquet de roses rouges, elle se trouve soudainement comme auréolée de ce bouquet et resplendissante d'un succès qu'elle atteint grâce à l'expertise du Groupe.

**Les chaussures de sport :** lorsqu'un homme passe devant une vitrine exposant des chaussures de sport rouges, il semble soudain aller plus vite en empruntant ces chaussures, symboles de la performance du Groupe.

Lancée en avril, la campagne paraîtra en Europe, aux Etats-Unis et en Asie dans les principaux titres de la presse économique et financière.

#### CONTACTS

##### SOCIETE GENERALE

Jérôme FOURRE  
+33(0)1 42 14 25 00  
Stéphanie CARSON-PARKER  
+33(0)1 42 14 95 77  
Hélène AGABRIEL  
+33(0)1 41 45 97 13

##### COMMPRS

Tour Société Générale  
92972 Paris-La Défense cedex  
France  
Fax +33(0)1 42 14 28 98  
[www.socgen.com](http://www.socgen.com)

##### SOCIETE GENERALE

Société Anonyme au capital  
de **542 691 448,75** EUR  
552 120 222 RCS PARIS



**GROUPE**

RESEAUX DE DETAIL & SERVICES FINANCIERS – GESTIONS D'ACTIFS & SERVICES AUX INVESTISSEURS  
– BANQUE DE FINANCEMENT & D'INVESTISSEMENT

## **Contacts presse**

### **Harrison & Wolf**

Bruno Fradin : tél. 01 41 49 70 70

[B.fradin@harrison-wolf.com](mailto:B.fradin@harrison-wolf.com)

### **Société Générale**

Jérôme Fourré : tél. 01 42 14 25 00

[jerome.fourre@socgen.com](mailto:jerome.fourre@socgen.com)

### **Groupe Société Générale**

La Société Générale est l'un des tout premiers groupes de services financiers de la zone euro. Avec 92 000 personnes dans le monde, son activité se concentre autour de trois grands métiers :

- Réseaux de détail & Services financiers qui comptent plus de 16 millions de clients en France et à l'international.

- Gestions d'actifs & Services aux Investisseurs, où le Groupe compte parmi les principales banques de la zone euro avec 1 115 milliards d'euros en conservation et 315 milliards d'euros sous gestion à fin décembre 2004.

- Banque de financement & d'investissement. SG CIB se classe durablement parmi les leaders européens et mondiaux en marché de capitaux en euro, produits dérivés, et financements structurés.

La Société Générale figure dans les quatre principaux indices internationaux de développement durable.

[www.socgen.com](http://www.socgen.com)