

La nouvelle campagne institutionnelle de la Société Générale valorise les performances du Groupe et capitalise sur la marque unique

La campagne 2006 s'inscrit dans la continuité de la publicité institutionnelle initiée en 2002. Elle met l'accent sur la dynamique de croissance de chacun des trois grands métiers du Groupe à travers la signature "*Red, black and rising.*"

Elle conserve les mêmes visuels, mais souligne avec plus de force les performances du Groupe. La nouvelle architecture de marques est utilisée pour la première fois.

3 grands thèmes et 3 visuels pour les illustrer

La **performance économique** de la banque est évoquée par un **bouquet de roses** qui s'épanouit à vue d'œil. Ainsi, le client est invité à s'appuyer sur le dynamisme du Groupe pour accentuer sa propre expansion.

La **conquête de nouveaux marchés**, l'expansion internationale de la banque, la présence du groupe dans ses différents métiers, sa capacité d'innovation sont évoquées par un **tableau surréaliste** qui ouvre des perspectives nouvelles et insoupçonnées au spectateur et par extension, au lecteur. Une déclinaison de cette annonce est utilisée dans certains pays permettant de mettre en scène les performances locales du Groupe et de ses filiales dans le pays.

Enfin, deux **équipes de rugby** dans une mêlée évoquent la force et la puissance des équipes soudées mise au service des **partenaires de la banque** ; une symbolique d'actualité pour le partenaire officiel de la coupe du monde de rugby 2007.

Une tonalité optimiste pour un groupe fédéré autour de sa marque unique

Première prise de parole institutionnelle du Groupe avec son nouveau logo, cette campagne est l'occasion de fédérer le Groupe autour de sa marque unique : le carré rouge et noir. Elle développe une nouvelle mise en page, résolument moderne et impactante. Ces principes sont aussi déclinés dans les communications publicitaires des différentes branches 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 et en affichage dans les aéroports internationaux. Elle sera également déclinée sur le web et en parrainage d'émission sur les principales chaînes de télévision économiques internationales.

Une campagne innovante : la publicité sur PDA (Personal Digital Assistant)

Depuis plusieurs années, la Société Générale utilise Internet comme vecteur de ses campagnes Corporate, ciblant les décideurs financiers à l'international.

Consciente du développement de nouveaux supports de communication et désireuse d'accompagner les décideurs économiques dans leur recherche de mobilité, la Société Générale investira un nouveau territoire media, dans sa campagne Corporate 2006 : les PDA.

La Société Générale et le site Internet Economist.com (prolongement Internet du magazine The Economist), s'associeront donc pour une première sur ce support : le sponsoring de la version PDA du site. Pendant deux mois, la Société Générale, via le site Economist.com, permettra aux internautes de recevoir gratuitement, sur leur PDA, les articles habituellement payants du site Economist.com.

Contacts presse

Société Générale
Hélène Agabriel : 01 41 45 97 13
helene.agabriel@socgen.com

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

Société Générale

Société Générale est l'un des tout premiers groupes de services financiers de la zone euro. Avec plus de 103 000 personnes dans le monde, son activité se concentre autour de trois grands métiers :

- Réseaux de détail & Services financiers qui comptent plus de 19 millions de clients particuliers 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 1 418 milliards d'euros en conservation et 386 milliards d'euros sous gestion à fin décembre 2005.
- Banque de financement & d'investissement, Société Générale Corporate and Investment Banking 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

Illustration: © Getty Images / Photo Disc / Corbis



www.socgen.com

Some red, some black,
103,000 professionals (+45% in 5 years)
of 114 nationalities
in 76 countries
and our
strength
is yours



Red, black
and rising.

Retail Banking & Financial Services • Global Investment Management & Services • Corporate & Investment Banking

Societe Generale is authorized by Banque de France and the Financial Services Authority, and is regulated by the Financial Services Authority for conduct of all business in the United States, certain securities, underwriting, trading, brokerage and advisory activities as conducted by Societe Generale Group's wholly-owned subsidiary SG American Securities, LLC (regulated broker-dealer and member of NYSE, NASD and SIPC) © 2008 Societe Generale Group and its affiliates.

Illustration: © Getty Images / Photo Disc / Corbis



www.socgen.com

Some red, some black
and your performance
blooms
19.2 million customers
Net Banking Income:
x 2 in 7 years
all over the
world



Red, black
and rising.

Retail Banking & Financial Services • Global Investment Management & Services • Corporate & Investment Banking

1 Individual clients in retail banking and financial services. 2 Fitch IBCA in 1999 to 19.2 million euros in 2005. 2004: IFRS norms (except IAS 32-39 and IFRS 4). 2005: IFRS norms (including IAS 32-39 and IFRS 4). Societe Generale is authorized by Banque de France and the Financial Services Authority, and is regulated by the Financial Services Authority for conduct of all business in the United States, certain securities, underwriting, trading, brokerage and advisory activities as conducted by Societe Generale Group's wholly-owned subsidiary SG American Securities, LLC (regulated broker-dealer and member of NYSE, NASD and SIPC) © 2008 Societe Generale Group and its affiliates.

Illustration: © Getty Images / Photo Disc / Corbis



www.socgen.com

Some red, some black
and your perspectives
open up
Leader in Euro Capital Markets,
Derivatives and Structured Finance
19.2 million customers
386 billion euros
assets managed
worldwide



Red, black
and rising.

Retail Banking & Financial Services • Global Investment Management & Services • Corporate & Investment Banking

1 Individual clients in retail banking and financial services. 2 AUM as of Dec 31, 2006. Societe Generale is authorized by Banque de France and the Financial Services Authority, and is regulated by the Financial Services Authority for conduct of all business in the United States, certain securities, underwriting, trading, brokerage and advisory activities as conducted by Societe Generale Group's wholly-owned subsidiary SG American Securities, LLC (regulated broker-dealer and member of NYSE, NASD and SIPC) © 2008 Societe Generale Group and its affiliates.