

DOSSIER DE PRESSE - MAI 2015



TM © RWC Ltd 1986



EN ROUTE POUR LA **COUPE DU MONDE DE**  
**RUGBY** 2015

AVEC **SOCIÉTÉ GÉNÉRALE**



PARTENAIRE MAJEUR



## EN ROUTE POUR LA COUPE DU MONDE DE RUGBY 2015 AVEC SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, PARTENAIRE MAJEUR

- Société Générale Partenaire Majeur de la Coupe du Monde de Rugby 2015 et soutien historique du XV de France
- Un partenariat inscrit dans la durée, autour des valeurs d'esprit d'équipe et d'engagement
- Des actions d'envergure en France et au Royaume-Uni à partir du 19 mai :
  - \_ une tournée dans 12 villes en France pour faire vivre une expérience digitale unique aux supporters
  - \_ une campagne de visibilité majeure au Royaume-Uni
  - \_ des ambassadeurs exceptionnels pour nous accompagner, avec en particulier Jonny Wilkinson





A quatre mois du coup d'envoi de la Coupe du Monde de Rugby 2015, du 18 septembre au 31 octobre en Angleterre et au Pays de Galles, Société Générale lance le compte à rebours de ce grand événement sportif. La banque est l'un des six partenaires majeurs et l'unique partenaire banque, finance & assurance de la compétition.

Le rôle de Partenaire Majeur de l'édition 2015 s'est imposé naturellement à Société Générale. Il consacre l'engagement de longue date du Groupe, soutien historique du rugby français, partenaire du rugby dans de nombreux pays, et partenaire de la Coupe du Monde de Rugby 1991, 1999 puis de toutes les éditions depuis 2007. Ce rôle de premier plan donne à Société Générale, dont les valeurs d'esprit d'équipe et d'engagement résonnent avec celles du rugby, une exposition mondiale sans précédent.

A l'international, la marque Société Générale va bénéficier d'une visibilité exceptionnelle à travers un événement sportif qui va rassembler 2,3 millions de spectateurs en Angleterre et 4 milliards de téléspectateurs dans 200 pays. Cette visibilité sera amplifiée tout au long de l'année par de multiples animations et par une forte présence sur les réseaux sociaux.

Investie dans la Coupe du Monde de Rugby 2015, Société Générale n'oublie pas pour autant son soutien historique au XV de France, qu'elle épaula depuis la signature du premier partenariat officiel avec la Fédération Française de Rugby il y a 28 ans. C'est d'ailleurs depuis le Siège du Groupe à Paris-La Défense que Philippe Saint-André, sélectionneur du XV de France, dévoile le 19 mai les noms des 36 joueurs retenus pour préparer la prochaine Coupe du Monde. Le même jour, Société Générale lance une grande tournée de soutien des Bleus qui fera étape dans 12 villes de France. Des animations, centrées notamment autour de l'innovation digitale, proposeront une immersion unique au cœur du XV de France. Cette tournée mobilisera les comités et clubs de rugby partenaires et les réseaux Société Générale dans les régions.

Société Générale donne ainsi le coup d'envoi d'une série d'événements, avec des temps forts notamment en France et au Royaume-Uni, qui vont marquer son engagement dans la Coupe du Monde et monter en puissance jusqu'au début de la compétition.

“

*Nos liens avec le monde du rugby sont fondés sur la confiance et la durée, comme ceux que nous voulons tisser avec nos clients. Ces liens vont bien au-delà du sponsoring classique et font de Société Générale le partenaire naturel de la Coupe du Monde de Rugby 2015. En soutenant ce grand événement mondial, Société Générale affirme son statut de grande banque européenne et va renforcer sa notoriété internationale, en particulier au Royaume-Uni. Engagés aux côtés du rugby, dont nous partageons les valeurs d'engagement et d'esprit d'équipe depuis 28 ans, nous voulons faire de la Coupe du Monde 2015 un moment exceptionnel de partage avec nos clients, nos partenaires et tous nos collaborateurs.*

”

**Caroline Guillaumin**, Directrice de la Communication du groupe Société Générale.



## UN ENGAGEMENT DE FOND **DANS LE MONDE DU RUGBY**

### UN PARTENARIAT DE LONGUE DATE

L'engagement de Société Générale démarre avec le Championnat de France de rugby en 1984 et la création du Challenge « Jean Bouin », ancien salarié de la banque. Une collaboration qui sera officialisée avec un premier partenariat avec la Fédération française de rugby en 1987. La Banque accompagne depuis tous les grands matches du XV de France. Aucune autre entreprise n'a développé de liens aussi proches avec le monde du rugby amateur. Société Générale soutient 450 clubs régionaux et locaux ancrés dans les régions, et de nombreux collaborateurs donnent de leur temps et de leur énergie pour faire vivre ces partenariats. Au niveau national, Société Générale est partenaire majeur du Championnat de France Top 14 et partenaire officiel de la Pro D2. Elle organise aussi chaque année, avec la Ligue Nationale de Rugby, les Journées des Ambassadeurs, où des figures du ballon ovale, avec le support des réseaux locaux de la Banque, vont faire connaître le rugby et ses valeurs dans les villes qui n'ont pas encore de clubs professionnels.

### **Au fil du temps, l'engagement de Société Générale au service du rugby a essaimé à l'international.**

A travers ses filiales et implantations, Société Générale est partenaire d'équipes nationales ou de clubs de rugby dans de nombreux pays, du Luxembourg à Hong Kong, en passant par le Sénégal et la Turquie. La banque accompagne aussi depuis 15 ans l'essor du rugby à 7, qui va devenir sport olympique à partir de 2016. Elle contribue à faire émerger ce sport dans le monde scolaire et étudiant, initiant ainsi de nouvelles générations à la pratique du rugby.





### ESPRIT D'ÉQUIPE ET ENGAGEMENT : DES VALEURS PARTAGÉES

Le rugby est associé à des valeurs positives qui mettent en avant le collectif, au premier rang desquelles l'esprit d'équipe (50 % des personnes interrogées) et l'engagement collectif (33 %)\*. Ces deux valeurs sont aussi celles de Société Générale. Comme l'affirme sa signature, son ambition est de *développer l'esprit d'équipe* avec ses clients et partenaires. Au sein du Groupe, l'esprit d'équipe et l'engagement sont, avec l'innovation et la responsabilité, les valeurs qui rassemblent ses 148 000 collaborateurs.

Ces valeurs définissent tout autant le partenariat qui lie Société Générale et le monde du rugby. Les deux partenaires ont grandi ensemble, ils se sont tous deux internationalisés, tout en restant fidèles à leurs racines et à leur ancrage dans les territoires. Bien au-delà du sponsoring classique, ils ont développé une relation de proximité et un lien de confiance durable, à l'image de celui que la banque souhaite développer avec ses clients. La Coupe du Monde est l'occasion par excellence de faire vibrer ces valeurs en les partageant avec tous les publics du Groupe.

\* Etude « Bilan Rugby » TNS SOFRES, réalisée auprès d'un échantillon de 1003 Français représentatifs de la population française interrogés en juin 2014.

### EFFETS POSITIFS SUR LA MARQUE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Le partenariat de Société Générale avec le monde du rugby impacte de façon positive son image auprès des Français. Selon la même enquête TNS SOFRES, 71 % des Français qui connaissent l'engagement de Société Générale dans le rugby estiment que Société Générale est à sa place en soutenant ce sport. Après de l'ensemble des Français, cette légitimité s'est sensiblement renforcée au cours des dernières années (+ 11 points entre 2008 et 2014).

L'image de la banque est mieux notée par les personnes l'identifiant comme partenaire du rugby, et ce sur l'ensemble des dimensions d'image testées. Elles voient davantage en elle une banque internationale (+ 7 points), qui inspire confiance (+ 21 points), qui a l'esprit d'équipe (+ 19 points), qui est fair-play et loyale (+ 21 points) et proche des Français (+ 18 points).



### PARTAGER L'ÉVÉNEMENT AVEC LES CLIENTS

En coordination avec la tournée « Formons une équipe avec le XV de France », les réseaux Société Générale en France vont se mobiliser avant et pendant la compétition pour associer leurs clients à l'événement, notamment à travers de multiples animations commerciales : co-création d'un chéquier d'offres XV de France ; jeu permettant aux porteurs de cartes bancaires XV de France (un produit exclusif Société Générale) de gagner des cadeaux, dont un séjour pour assister au premier match des Bleus ; expositions photos sur le rugby ; événements organisés autour de la retransmission de matchs ; conférences avec des personnalités du monde du rugby, etc.



## UN FORT LEVIER DE NOTORIÉTÉ **À L'INTERNATIONAL**

### UN PARTENARIAT EN PHASE AVEC LA DIMENSION INTERNATIONALE DU GROUPE

La Coupe du Monde de Rugby 2015 opposera les 20 meilleures équipes de rugby du monde, dont 12 représentent des pays où Société Générale est présente. Les 48 matchs réuniront 2,3 millions de spectateurs en Angleterre et au pays de Galles, et 4 milliards de téléspectateurs dans 200 pays. Comme tous les grands événements sportifs internationaux, la Coupe du Monde de Rugby 2015 rassemblera le public au-delà des fans habituels de ce sport. L'événement donnera donc une visibilité exceptionnelle à la marque Société Générale.

La Banque souligne par ce partenariat sa dimension internationale et son statut de grande banque européenne, en étant associée à un événement de portée mondiale qui se déroule en dehors de son territoire national, et plus particulièrement au Royaume-Uni, siège de la plus importante place financière européenne. Implantée au Royaume-Uni depuis 1871, Société Générale y est présente aujourd'hui dans les activités de banque de financement et d'investissement, de banque privée, de gestion d'actifs, de titres et de courtage, et dans des services financiers spécialisés comme la gestion de flottes automobiles et le financement de biens d'équipements professionnels.

### JONNY WILKINSON, AMBASSADEUR SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Joueur mythique et parmi les plus populaires de l'histoire du rugby, Jonny Wilkinson sera l'ambassadeur Société Générale pour la Coupe du Monde de Rugby 2015. Auteur du drop de la victoire anglaise lors de la Coupe du Monde 2003 et finaliste en 2007, il a mené une carrière exceptionnelle sous le maillot blanc de l'équipe d'Angleterre avant de marquer de son empreinte le rugby français sous les couleurs du Rugby Club Toulonnais. Sa dimension internationale et les valeurs d'esprit d'équipe et d'engagement qu'il incarne par excellence sont pleinement en phase avec l'esprit dans lequel Société Générale aborde la Coupe du Monde de Rugby. Sa très forte notoriété, en particulier au Royaume-Uni, contribuera à renforcer la visibilité du partenariat du Groupe.





### LE MÉTRO LONDONIEN AUX COULEURS DE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Société Générale s'appuie sur son statut de partenaire unique banque, finance & assurance de la Coupe du Monde de Rugby 2015 pour amplifier sa notoriété au Royaume-Uni et sur la place financière de Londres. Dès septembre 2014, Société Générale a lancé une campagne de communication qui valorise à la fois son engagement dans le rugby et la Coupe du Monde (« We are the bank that believes in team spirit », « We are the bank supporting Rugby World Cup 2015 ») et auprès de ses clients (« We are the bank serving clients since 1864 », « We are the bank investing in our clients' future »). A l'approche de la compétition, la campagne monte en puissance en s'étendant au métro londonien. A partir du 19 mai et durant six mois, sur la Waterloo & City line desservant la City, Société Générale sera présente en affichage à l'intérieur des cinq rames circulant sur la ligne ; une rame sur cinq sera habillée à l'extérieur aux couleurs de la banque et du rugby.



### EN ÉQUIPE AVEC LES COLLABORATEURS **POUR LA COUPE DU MONDE**

Société Générale associe étroitement ses équipes à l'événement. Les collaborateurs du Groupe vont vivre à travers de nombreuses animations dans une « ambiance rugby » tout au long du compte à rebours vers la Coupe du Monde. Certains d'entre eux trouveront dans cet événement une occasion de manifester l'esprit d'engagement citoyen qui s'exprime déjà au quotidien à travers de multiples initiatives (soutien à l'insertion professionnelle avec la Fondation Société Générale pour la Solidarité, mécénat de compétences, parrainage, soutien aux projets solidaires des collaborateurs à travers Talents & Partage, par exemple).

Au Royaume-Uni, Société Générale a encouragé et facilité l'implication de ses collaborateurs en tant que volontaires – sur leur temps de travail – dans l'organisation de la compétition. Vingt d'entre eux ont franchi toutes les étapes de la sélection pour faire partie du « pack » des 6000 volontaires qui contribueront à la bonne organisation de l'événement.

Parmi ses actions Société Générale profite de cette année exceptionnelle pour lancer un tournoi annuel « entreprises » de Touch rugby, événement unique qui rassemblera collaborateurs, entreprises clientes et partenaires, le 6 juin au stade Millennium de Twickenham. Plus de 40 équipes joueront au profit d'écoles soutenues par la banque dans son engagement en faveur de l'éducation ; 120 enfants issus d'écoles défavorisées vivront grâce à cet événement un match de la Coupe du Monde.



## UN PARTENARIAT SOUS LE SIGNE **DU DIGITAL ET DE L'INNOVATION**

### UNE PLATE-FORME DÉDIÉE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Résolument engagée dans le digital à travers les services qu'elle propose à ses clients, Société Générale est mobilisée également sur les réseaux sociaux à l'occasion de la Coupe du Monde, pour partager les temps forts de l'événement avec ses collaborateurs et tous les fans de rugby. « Par amour du rugby », le site créé par Société Générale pour témoigner de son engagement vis-à-vis du rugby, ainsi que les comptes Facebook (230.000 fans) et Twitter (10.000 followers) Par amour du rugby, proposeront de vivre la compétition de l'intérieur à travers des portraits de joueurs, des témoignages de grands noms du ballon ovale, des posts d'un collectif de blogueurs, des forums... Un site a également été lancé en Angleterre ([becauseweloverugby.com](http://becauseweloverugby.com)) à l'occasion de la Coupe du Monde 2015. Jonny Wilkinson y livre sa vision de la Coupe du Monde idéale et ses souvenirs des éditions précédentes.

“

*Ma Coupe du Monde idéale ? Une ambiance de joie et de fête pour tous les spectateurs, pour que chacun puisse s'imprégner des valeurs du rugby. De la passion, de l'envie mais pas d'hostilité. Un jeu naturel, à l'instinct, qui fait ressortir le meilleur de chaque nation. Voir les plus grands joueurs donner tout ce qu'ils ont, et voir exploser les futurs grands aux yeux du monde. J'aimerais voir une finale où s'affronteraient l'Angleterre et la France. L'Angleterre parce que c'est mon pays, mon équipe, mon histoire. La France car j'ai beaucoup de respect pour son rugby et pour ce qu'elle a apporté à notre sport. J'aimerais voir ces deux équipes aller jusqu'au bout, et qu'on s'en souvienne longtemps.*

”

**Jonny Wilkinson**

([becauseweloverugby.com/](http://becauseweloverugby.com/) [paramourdurugby.com](http://paramourdurugby.com))

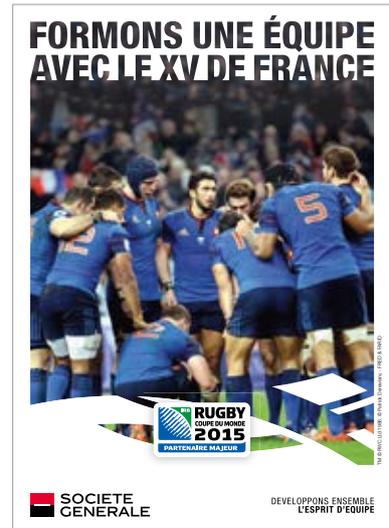


L'ensemble de l'écosystème digital de Société Générale se mettra à l'heure du Rugby. Un engagement à suivre en particulier sur le site du Groupe [www.societegenerale.com](http://www.societegenerale.com) et le site de Société Générale au Royaume-Uni [www.societegenerale.co.uk](http://www.societegenerale.co.uk), ainsi que sur les comptes Twitter [@societegenerale](https://twitter.com/societegenerale) et [@SocGen\\_UK](https://twitter.com/SocGen_UK)



### VIVRE UNE EXPÉRIENCE DE SUPPORTER INÉDITE

Temps fort de la tournée « Formons une équipe avec le XV de France », campagne de soutien lancée symboliquement le 19 mai, jour de l'annonce du groupe XV de France retenu pour préparer la Coupe du Monde de Rugby, Société Générale propose une animation s'appuyant sur une technologie de réalité virtuelle qui permet aux participants de vivre une expérience inédite de supporter. Grâce à un casque 3D offrant une vision à 360°, chacun pourra vivre en immersion une séance d'entraînement, partager un déjeuner avec le XV, et vivre l'ambiance particulière de l'entrée du XV de France sur le terrain, sous les projecteurs. Une « cabine des supporters » proposera de filmer en vidéo des messages de soutien et permettra ainsi de constituer une tribune virtuelle, composée de la mosaïque des supporters rencontrés à chaque étape ainsi que des fans recrutés via le site [paramourdurugby.com](http://paramourdurugby.com). Des supporters « virtuels » qui auront la chance d'aller soutenir le XV de France : 15 d'entre eux seront sélectionnés pour encourager les Bleus pour son premier match de la Coupe du monde contre l'Italie à Twickenham.



## EN 2015, AVEC SOCIÉTÉ GÉNÉRALE LE RUGBY BAT PLUS FORT !

#### CONTACTS PRESSE

**Laetitia Maurel**  
+33(0)1 42 13 88 68  
[Laetitia.a.maurel@socgen.com](mailto:Laetitia.a.maurel@socgen.com)

**Nathalie Boschat**  
+33(0)1 42 14 83 21  
[Nathalie.boschat@socgen.com](mailto:Nathalie.boschat@socgen.com)

**Antoine Lheritier**  
+33(0)1 42 13 68 99  
[Antoine.lheritier@socgen.com](mailto:Antoine.lheritier@socgen.com)

**Astrid Fould-Bacquart**  
+33(0)1 56 37 67 95  
[Astrid.Fould-Bacquart@socgen.com](mailto:Astrid.Fould-Bacquart@socgen.com)

 [@societegenerale](https://twitter.com/societegenerale)

**SOCIÉTÉ GÉNÉRALE**  
COMM/PRS  
75886 Paris Cedex 18  
[societegenerale.com](http://societegenerale.com)

Société anonyme au capital de  
1 006 509 557,50 €  
552 120 222 RCS Paris