

SOFINCO : un discours objectif pour positiver le recours au crédit à la consommation

A l'occasion du lancement de sa campagne de communication le 28 décembre prochain, SOFINCO, filiale de CREDIT AGRICOLE S.A., dévoile sa nouvelle signature qui vise à expliquer la véritable utilité du crédit à la consommation et à combattre les idées reçues.

Paris, le 21 décembre 2005 – A l'occasion du lancement de sa nouvelle campagne de communication, Sofinco, un des leaders du crédit à la consommation en Europe, a dévoilé aujourd'hui une nouvelle signature : « *Sofinco : pour piloter votre budget* ».

Cette signature se veut avant tout un message pédagogique à destination des 56% de Français qui détiennent ou ont détenu un crédit à la consommation¹, ainsi que des futurs souscripteurs.

L'ambition de Sofinco est en effet d'objectiver le rôle du crédit à la consommation. Trop souvent associé à une solution de dernier recours ou à un mal nécessaire en cas de soucis de trésorerie ponctuels, le crédit est en réalité un instrument de gestion, de contrôle et d'équilibrage du budget.

C'est cette fonction du crédit que Sofinco entend défendre avec sa nouvelle campagne :

« *Depuis sa création en 1951, Sofinco a toujours été une marque dynamique et innovante en termes de communication sur son marché* », explique Patrick VALROFF, Président Directeur Général de Sofinco.

« *Aujourd'hui, nous constatons un paradoxe français auquel Sofinco, en tant que leader, se devait de réfléchir : de plus en plus de Français ont recours au crédit à la consommation, quel que soit leur niveau de revenus, et 75%¹ d'entre eux estiment même que le crédit à la consommation est indispensable pour accéder à certains biens de consommation. Mais, et c'est là le paradoxe, l'image du crédit à la consommation dans son ensemble se dégrade et les a priori négatifs demeurent nombreux. Le rôle de Sofinco, tel que nous le concevons aujourd'hui, est bien d'apporter aux souscripteurs de nouvelles preuves des bénéfices et de l'utilité réelle du crédit.* »

« *Notre conviction est que le crédit à la consommation est un moyen de réguler le budget des particuliers, au même titre que les autres composantes du pouvoir d'achat* », poursuit M. VALROFF.

¹ Source : Etude TNS Sofres pour A.S.F., novembre 2004

« D'où notre signature : 'Sofinco, pour piloter votre budget'. C'est cette utilisation équilibrée et légitime du crédit que Sofinco va désormais s'attacher à promouvoir à travers un véritable discours de preuves. »

Pour ce faire, Sofinco s'apprête à lancer une campagne de communication, signée par l'agence FCB, qui met en scène des situations de la vie quotidienne. Avec un ton résolument humoristique et populaire, et un parti pris créatif à la fois démonstratif et pédagogique, elle explique comment le crédit s'utilise au jour le jour pour gérer ses ressources :

- Un premier film publicitaire, qui sera visible en télévision à partir du 28 décembre, démontrera l'importance de disposer d'un budget au bon moment pour profiter des « bonnes affaires » et consommer malin. Il promeut une offre de prêt à la consommation sur 3 ans, accessible et transparente, grâce à un taux fixe de 3,90 % et 50 € offerts.
- Un deuxième film, baptisé « Le Cascadeur », montrera qu'un produit permet de gérer son budget au quotidien, grâce à la première Carte de Crédit qui donne chaque mois le choix à l'emprunteur de régler ses dépenses au comptant sans frais, en 10 fois ou en petites mensualités.

« Nous avons voulu donner des preuves tangibles du nouveau positionnement de la marque via des offres qui vont montrer, de manière objective et concrète, comment optimiser son budget », explique Marie-Hélène MEUNIER, Directrice Générale Adjoint Activités France de Sofinco.

« Le crédit à la consommation est non seulement un instrument qui permet aux particuliers d'accéder à des biens de consommation courants, de faire face à des aléas, mais aussi un moyen de consommer malin, de financer des projets personnels, bref de piloter son budget. Le crédit est donc utile aux individus comme à la collectivité, comme facteur majeur de la croissance économique », poursuit Mme MEUNIER. « Notre objectif est bien de faire la pédagogie d'une utilisation judicieuse de nos produits, dans une vision responsable de notre métier. »

FIN



Note aux rédacteurs à propos de SOFINCO

Sofinco, créée en 1951, est une filiale de Crédit Agricole S.A.

Spécialisée dans le crédit à la consommation, Sofinco propose aux particuliers une gamme complète d'offres de financements répondant à toutes les attentes : acquisition de biens, réserve de trésorerie, arbitrages budgétaires, ...

Ses produits et services sont commercialisés par plusieurs canaux de distribution :

- réseau national d'agences, site internet ou plate-forme téléphonique pour sa clientèle directe,
- les points de vente de ses partenaires de la distribution : distributeurs automobile, enseignes de l'équipement de la maison, acteurs majeurs de la grande distribution, partenaires institutionnels (banques, assurances, ...).

Sofinco se développe de façon très importante à l'international et est déjà présente dans neuf pays : Allemagne, Espagne, Grèce, Italie, Hongrie, Maroc, Pays Bas, Portugal et République Tchèque.

Avec plus de 26 milliards d'euros d'encours de crédits gérés (à fin 2004) dont 18 milliards en France, Sofinco est un des leaders du crédit à la consommation en Europe. En 2004, son résultat net atteint les 159,4 millions d'euros, en progression de 20,6 % par rapport à 2003.

En terme de notoriété, Sofinco est le leader parmi les sociétés de crédit à la consommation. Selon une étude IPSOS réalisée en juillet 2005, la notoriété assistée de Sofinco est de 91 %, et la notoriété spontanée de 36 %.