

COMMUNIQUE
Paris, le 19 juillet 2017

Grâce à Carat et The Story Lab, Société Générale devient la 1ère marque à communiquer sur Brut



Carat, agence conseil de Dentsu Aegis Network et The Story Lab, le pôle opérations spéciales, innovation et content média du groupe orchestrent la dernière campagne CITIZEN COMMITMENT TIME 2017 de Société Générale, en déployant un partenariat exclusif et pour la première fois avec le média d'information Brut.

Pour Société Générale, engagée depuis 2006 via sa Fondation en faveur de l'insertion professionnelle et de l'insertion par le sport ou la culture, Carat a orchestré une campagne innovante afin de souligner l'originalité de leur initiative qui associe sport et innovation auprès de leurs salariés.

Pour communiquer autour de cette opération solidaire, qui a eu lieu les 29 et 30 juin au siège de Société Générale à la Défense et au technopôle de Val-de-Fontenay, The Story Lab a imaginé une vidéo sur le thème des nouvelles tendances de la donation dans le monde. Intégrée à l'identité éditoriale de Brut, cette vidéo permet d'inscrire Société Générale dans le mouvement mondial pour la diversification des méthodes de collecte.

Le challenge sportif organisé par Société Générale, proposait aux collaborateurs du Groupe une opération « Pédaler, c'est donner » : chaque kilomètre effectué était transformé en dons. Les collaborateurs pouvaient également participer en exploitant le système de paiement sans contact, via les « bornes à dons » installées pour l'occasion. Ce dispositif est étayé par le témoignage d'une responsable de l'association CARE France, soutenue par Société Générale.

**Par ce partenariat, Société Générale signe la toute première
collaboration de Brut en native Ad avec un annonceur**

À propos de Société Générale :

Société Générale est l'un des tout premiers groupes européens de services financiers. S'appuyant sur un modèle diversifié de banque universelle, le Groupe allie solidité financière et stratégie de croissance durable avec l'ambition d'être la banque relationnelle, référence sur ses marchés, proche de ses clients, choisie pour la qualité et l'engagement de ses équipes.

Acteur de l'économie réelle depuis 150 ans, Société Générale emploie plus de 145 000 collaborateurs, présents dans 66 pays, et accompagne au quotidien 31 millions de clients dans le monde entier en offrant une large palette de conseils et solutions financières sur mesure aux particuliers, entreprises et investisseurs institutionnels, qui s'appuie sur trois pôles métiers complémentaires :

- La banque de détail en France avec les enseignes Société Générale, Crédit du Nord et Boursorama qui offrent des gammes complètes de services financiers avec un dispositif omnicanal à la pointe de l'innovation digitale,
- La banque de détail à l'international, l'assurance et les services financiers aux entreprises avec des réseaux présents dans les zones géographiques en développement et des métiers spécialisés leaders dans leurs marchés,
- La banque de financement et d'investissement, banque privée, gestion d'actifs et métier titres avec leurs expertises reconnues, positions internationales clés et solutions intégrées.

Société Générale figure actuellement dans les principaux indices de développement durable : DJSI (World and Europe), FTSE4Good (Global et Europe), Euronext Vigeo (Monde, Europe et Eurozone), Ethibel Sustainability Index (ESI) Excellence Europe, 4 des indices STOXX ESG Leaders, MSCI Low Carbon Leaders Index.

Pour plus d'information, vous pouvez suivre le compte twitter @SocieteGenerale ou visiter le site www.societegenerale.com

À propos de CARAT FRANCE

Carat a pour objectif de Redéfinir les Médias. Grâce à sa maîtrise de la convergence média, Carat apporte une réelle valeur ajoutée à ses clients. Fondée en 1966, alors première agence media au monde, Carat fait aujourd'hui partie de Dentsu Aegis Network, réseau de communication international qui propose de réinventer la manière dont les marques sont construites. Systématiquement présent au premier rang de l'évaluation qualitative de la société RECMA, Carat propose ses services dans 150 pays à travers un réseau de plus de 9000 collaborateurs talentueux. Pour en savoir plus, rendez-vous sur Carat.com/fr/ ou suivez-nous sur Twitter @CaratFrance

À propos de The Story Lab :

The Story Lab a été lancé en France, en février 2015. The Story Lab est un investisseur mondial, producteur et distributeur de contenu de divertissement haut de gamme, dont le siège social est situé à Londres avec des bureaux dans 16 pays, dont Los Angeles, Shanghai, Paris, Moscou, Hambourg, Madrid, Sydney et Mumbai.

Depuis son lancement en 2015, The Story Lab distribue des émissions télévisées de grande écoute comme Ninja Warrior et propose des solutions innovantes de placement de contenu, des partenariats aux annonceurs.

The Story Lab fait partie du groupe Dentsu Aegis Network et compte une équipe de 300 professionnels du divertissement, du marketing et de l'investissement à travers le monde.

Twitter : @TheStoryLab_fr

A propos de Dentsu Aegis Network :

Troisième groupe de communication mondial, Dentsu Aegis Network est spécialiste de l'ensemble des métiers de la communication, allant de la stratégie de communication marketing et la performance digitale, à la création de contenus, le conseil en stratégie média, le data mangement et l'événementiel.

En France, Dentsu Aegis Network est composé de dix agences expertes et emploie 1 300 collaborateurs. Thierry Jadot est président du groupe en France et sur la zone MENA.

Dentsu Aegis Network est présent dans 145 pays et emploie 45 000 collaborateurs dans le monde.

www.dentsuaegisnetwork.fr

Twitter: [@DentsuAegisFR](https://twitter.com/DentsuAegisFR)

Facebook: [Dentsu-Aegis-Network-France](https://www.facebook.com/Dentsu-Aegis-Network-France)

Contacts Presse:**Responsible Communication The Story Lab :**

Hinde El Mrissi - hinde.elmrissi@dentsuaegis.com – 01 41 16 17 05 / 06 23 60 57 36

Direction de la Communication Dentsu Aegis Network :

communication@dentsuaegis.com | +33 (0)1 41 16 17 80