

## **Sofinco, partenaire de la vie des Français depuis 70 ans... et pour longtemps !**

**Depuis 70 ans, Sofinco, marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance en France, facilite l'accès au progrès des Français en finançant leurs projets (équipement de leur maison, mobilité...), simplifie leur quotidien en magasin et leur donne un coup de pouce en cas de difficultés passagères. A l'heure où leur consommation change, Sofinco les accompagne dans leurs nouveaux choix, avec une nouvelle stratégie et un nouveau positionnement. Objectif : renforcer le pouvoir d'agir des Français sur la société de demain.**

### **Expert de la consommation**

Depuis sa création en 1951, Sofinco permet au plus grand nombre de consommer. Depuis dix ans, Sofinco interroge les Français pour cerner au plus près les tendances de leur consommation et l'impact sur leur budget. Près de 100 000 Français ont ainsi participé à une centaine d'études Sofinscope sur des sujets aussi variés que la santé, les transports, l'énergie, les loisirs, les vacances, le logement, les technologies, l'alimentation, la rentrée scolaire, les fêtes et le mariage, l'économie du partage...

### **La consommation change et dessine le monde de demain**

La crise sanitaire a accéléré des tendances de consommation qui pointaient déjà. En juin 2021, 41% des Français interrogés dans le cadre du Sofinscope déclaraient que la possession d'équipements et de biens leur semblait de moins en moins indispensable. Louer ou échanger ce que l'on souhaite utiliser, plutôt que posséder, constitue une nouvelle façon de consommer. 53% des Français déclaraient en outre que la crise leur avait donné envie de consommer de manière plus responsable. Les Français, consommateurs et citoyens, sont tiraillés entre ces exigences environnementales ou sociales, leurs affinités, une envie de consommation qui demeure et un pouvoir d'achat qui n'est pas extensible. Comment les aider à conserver du pouvoir d'achat en consommant de manière plus éthique ?

### **Le crédit conso repensé à l'aune des nouvelles attentes des Français**

Dans le cadre de son approche « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé », l'entreprise a repensé sa stratégie autour de ses trois projets, client, humain et sociétal.

#### *Un Projet client pour offrir la meilleure satisfaction*

Sofinco offre à ses clients l'excellence relationnelle, grâce à l'écoute, au digital et à la rapidité d'exécution.

- Etre toujours plus exigeant sur le digital : grâce à l'exploitation de la donnée, Sofinco.fr offre aujourd'hui un parcours personnalisé à ses clients, que le Benchmark UX Finance 2021 de Google a sacré meilleur de son secteur. Une consécration pour Sofinco.fr qui fête ses 20 ans cette année et le résultat d'investissements de l'entreprise dans le digital depuis cinq ans.
- Avoir le meilleur « time to yes » de son marché : grâce à l'automatisation et la simplification de ses processus, Sofinco va offrir aux clients de ses partenaires une réponse de principe en moins de 15 minutes.
- Etre numéro un de la satisfaction client : Sofinco mise sur l'écoute de ses clients, la compréhension de leurs besoins, la résolution des irritants et l'innovation pour devenir numéro un de la recommandation client.

### *Un Projet humain au service des clients*

Avec ses collaborateurs, Sofinco crée une expérience de travail épanouissante pour chacun et performante pour tous.

- Responsabiliser les collaborateurs et favoriser l'autonomie : Sofinco expérimente de nouveaux modes de management visant à réduire les circuits de décision et à responsabiliser davantage encore les collaborateurs. L'entreprise a élaboré un plan de montée en compétence de tous ses collaborateurs pour les préparer au monde de demain.
- Moderniser l'organisation pour être plus centré sur les clients : Sofinco réduit ses strates managériales vers une nouvelle organisation simplifiée, plus agile, plus proche de ses clients.
- Etre un employeur de choix : avec un indice d'égalité femme-homme de 93/100, un taux de travailleurs handicapés de 7,5%, 160 alternants et 90 stagiaires recrutés en 2021 et autant en 2022, 316 collaborateurs ayant bénéficié d'une mobilité professionnelle et 30% de femmes à son comité exécutif en 2021 (dont Laila Mamou, Directrice générale déléguée), Sofinco se place comme un employeur de référence. L'indice d'engagement et de recommandation de ses collaborateurs, à 79% (soit 4 points au-dessus de la moyenne du secteur financier en France), en atteste.

### *Un Projet sociétal au cœur de son ADN*

Sofinco prend soin des plus fragiles et favorise l'implication de ses collaborateurs dans des initiatives au service de la société.

- Etre une banque inclusive : en 2020, l'entreprise a accompagné plus de 5 000 clients en situation budgétaire fragile. Ses collaborateurs se mobilisent au côté de Crésus pour animer des ateliers d'éducation financière auprès de populations en difficulté.
- Favoriser la transition énergétique : Sofinco a noué plusieurs partenariats avec des leaders de la mobilité verte (Tesla, Uber, Decathlon). Avec Fnac-Darty, l'entreprise aide les consommateurs à préférer les biens les plus durables et réparer leurs équipements. Sofinco propose des solutions de financement aux clients d'Ikea souhaitant s'équiper de panneaux solaires. En 2021, Sofinco aura financé pour 300 millions € de travaux de rénovation énergétique de l'habitat. Enfin, l'entreprise travaille à réduire son empreinte carbone, avec un objectif de -50% en 2030.
- S'engager pour la société : avec le mécénat de compétences, Sofinco offre du temps à ses collaborateurs œuvrant pour de grandes causes (accompagnement de jeunes avec FACE, Proximité et Aréli, mentoring de start-up de Paris-Saclay...). Les équipes digitales de l'entreprise ont développé une application pour améliorer la vie des patients en réanimation, avec la Fondation 101. Pour ses 70 ans, Sofinco va plus loin en soutenant financièrement 70 projets associatifs portés par ses collaborateurs.

### **Une nouvelle signature pour une nouvelle promesse**

C'est sur ces bases qu'a été construite la nouvelle campagne de communication de Sofinco, visible jusqu'au 18 octobre, et sa nouvelle signature : « *Vous donner de l'avance* » [\[voir le film publicitaire\]](#). Cette signature souligne le rôle de Sofinco dans la vie des Français et affirme sa nouvelle promesse : leur donner le pouvoir d'agir et de choisir une consommation plus réfléchie, grâce à une offre de crédits attractive et compétitive, adaptée à leurs besoins.

Par ailleurs, les clients de Sofinco pourront participer, dès octobre, à l'initiative « 70 000 arbres » lancée avec Reforest'Action, et ainsi contribuer à la restauration des forêts sur le territoire français.

*« Notre nouvelle stratégie, notre nouvelle signature et notre nouvelle promesse témoignent de l'élan qui anime notre entreprise et expriment la relation de partenariat que nous proposons à nos clients pour leurs projets »,* conclut Laila Mamou, Directrice générale déléguée de Sofinco.

**Service presse Sofinco** : +33 (0)1 87 38 11 81 - [presse@ca-cf.fr](mailto:presse@ca-cf.fr)

**À propos de Sofinco et de Crédit Agricole Consumer Finance**

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Consumer Finance, filiale de crédit à la consommation de Crédit Agricole S.A. qui distribue une gamme étendue de crédits aux particuliers et de services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente (automobile et équipement de la maison) et partenariats. Sofinco propose des solutions souples, responsables et adaptées aux besoins de ses clients et de ses partenaires (grandes enseignes de la distribution, de la distribution spécialisée et institutionnels), qui s'inscrivent dans son projet « Sofinco for Good, la promesse d'un progrès partagé ». Le Benchmark UX Finance 2021 de Google a attribué à Sofinco.fr le titre de « Meilleur parcours client ». En 2020, Sofinco a financé 1,8 million de projets de consommation.

Pour en savoir plus : [www.sofinco.fr](http://www.sofinco.fr)