

Massy, le 11 juin 2026

Pour ses 75 ans, Sofinco dévoile son plan stratégique « Infiniment client » et une nouvelle identité visuelle pour devenir le leader du financement du quotidien et des projets des Français

Avec son plan stratégique 2028 “Infiniment Client” et sa nouvelle identité visuelle, Sofinco ouvre un nouveau chapitre de son histoire : une marque plus utile, plus technologique et plus proche des usages, avec l’ambition de s’imposer comme un acteur de référence de la consommation du quotidien.

Une évolution fidèle à ce qui fait la marque depuis 75 ans : donner de l’avance à ses clients

20 millions de Français ont déjà fait appel à Sofinco au cours de leur vie, soit près d’un Français sur trois. Forte de cet ancrage unique, la marque de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility engage une nouvelle étape de sa transformation. À l’occasion de ses 75 ans, Sofinco dévoile son plan stratégique 2028, “Infiniment Client”, avec une ambition claire : devenir le leader français du financement du quotidien et des projets des Français.

Dans un contexte où les attentes des consommateurs évoluent rapidement, le crédit ne peut plus être seulement un produit financier. Il doit devenir une expérience simple, fluide, personnalisée et utile au quotidien. C’est sur cette conviction que Sofinco construit sa trajectoire : conjuguer puissance technologique, qualité relationnelle et ancrage dans les usages réels des Français.

Une stratégie de transformation construite autour d’un impératif : mieux servir les clients

Avec “Infiniment Client”, son plan stratégique à horizon 2028, Sofinco place le client au cœur de toutes ses décisions. L’enjeu est de faire évoluer la marque d’un spécialiste historique du crédit à la consommation vers un acteur plus global de la gestion budgétaire, du financement et des services, capable d’accompagner les projets de vie comme les besoins du quotidien.

Cette stratégie repose sur trois piliers complémentaires :

- **être plus proche de ses clients**, en faisant de Sofinco un partenaire du quotidien, capable d’aider chacun à piloter ses dépenses, financer ses projets et gagner en autonomie ;
- **être plus utile pour tous**, en développant des solutions de financement et de services qui répondent aux grands enjeux de société, notamment la rénovation énergétique de l’habitat et le bien vieillir à domicile ;
- **être plus fort avec la technologie**, en mobilisant pleinement la data et l’intelligence artificielle pour fluidifier les parcours, personnaliser l’accompagnement et proposer des expériences plus simples, plus rapides et plus conversationnelles.

Déjà engagée depuis plusieurs années, cette transformation s’appuie sur des avancées concrètes : déploiement de l’open banking, montée en puissance de l’intelligence artificielle dans les parcours et les

outils internes, nouvelle application mobile, ou encore forte réduction du “time to yes”, passé de plusieurs jours à quelques minutes sur certains parcours.

L'application, la carte et les services : nouveaux marqueurs de l'ambition Sofinco

Lancée en 2025, l'application Sofinco devient le cœur de la relation client. Elle permet déjà aux utilisateurs de suivre leurs dépenses, de visualiser plusieurs comptes grâce à l'open banking et de mieux gérer leur situation financière. À terme, elle a vocation à devenir un outil du quotidien, combinant gestion, paiement, financement et services dans une expérience unifiée.

Cette logique d'usage sera renforcée dès l'automne 2026 avec le lancement d'une nouvelle carte de paiement enrichie de services et pensée pour s'inscrire dans les nouveaux comportements de consommation. Cette future offre contribuera à repositionner Sofinco sur un terrain plus large que le crédit : celui de la consommation du quotidien, du paiement et de l'accompagnement financier personnalisé.

Une nouvelle identité de marque pour soutenir un repositionnement stratégique

Sofinco dévoile également une nouvelle identité de marque, conçue pour traduire visuellement sa transformation. Nouveau logo, nouvelles couleurs, nouvelle typographie, nouvelle écriture visuelle : cette évolution accompagne un repositionnement plus affirmé, plus contemporain, plus digital.

Pensé avec l'agence BETC, ce nouveau territoire de marque exprime l'ambition de Sofinco de s'inscrire davantage dans les codes de simplicité, de fluidité et d'innovation attendus aujourd'hui sur le marché. Il traduit une évolution profonde : celle d'une marque historique du crédit qui entend désormais jouer un rôle central dans l'univers du financement, du paiement et des usages financiers du quotidien.

Sofinco

Pour accompagner ce lancement, Sofinco publie également un film inédit, “L'Art du paiement”, réalisé intégralement grâce à l'intelligence artificielle. Ce film met en scène l'histoire et la transformation de la marque à travers un récit incarné, en cohérence avec son nouveau positionnement. [Lien vers le film](#)

« Le crédit à la consommation ne peut plus être seulement un produit financier. Il doit devenir une expérience utile, intuitive et accessible. Plus largement, il doit permettre d'accompagner les projets de vie comme les besoins du quotidien. C'est cette conviction qui guide la transformation de Sofinco pour devenir une marque plus utile, plus technologique et plus proche des usages, et l'ambition de s'imposer comme le leader du financement du quotidien et des projets des Français. » **Franck Oniga, Directeur général de Sofinco**

Contact Presse

Claire Garcia / presse@ca-pfm.com /+33 (0)6 80 41 17 77

À propos de Sofinco

Sofinco est, en France, la marque commerciale de Crédit Agricole Personal Finance & Mobility. Depuis 75 ans, elle distribue une gamme étendue de solutions de paiement et de financement à ses clients et des services associés sur l'ensemble des canaux de distribution : vente directe, financement sur le lieu de vente et plateforme e-commerce. 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) pour leur donner de l'avance au quotidien. Pour en savoir plus : www.sofinco.fr