



insign

LE MINISTRE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETE INDUSTRIELLE ET NUMERIQUE LANCE AVEC INSIGN SA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE GRAND PUBLIC

Depuis 4 ans, la Direction générale des Finances Publiques (DGFIP) continue sa dynamique de transformation autour de plusieurs réformes et projets d'ampleur afin de mieux accompagner les usagers dans leurs démarches et obligations fiscales : le prélèvement à la source, la déclaration automatique des revenus mais aussi de nouveaux services en ligne innovants comme « Gérer mes biens immobiliers » ou la déclaration des dons en ligne. Ces nouveaux dispositifs ont ainsi largement contribué à ce que « l'impôt s'adapte à votre vie ».

Parce que la vie change et qu'elle est faite d'évènements heureux, et parfois moins heureux mais aussi prévus ou inattendus... grâce au prélèvement à la source, vous pouvez adapter votre impôt au plus près de vos changements de situation.

En effet, si le prélèvement à la source varie mécaniquement en fonction des revenus, le taux, lui, reste inchangé jusqu'à la prochaine déclaration l'année suivante. C'est pourquoi, il est possible de demander à le recalculer et le faire correspondre à une nouvelle situation : demi-part supplémentaire pour l'arrivée d'un enfant, déclaration commune pour les mariages ou les pacs, augmenter ou baisser son taux en cas de promotion, de départ à la retraite, perte d'un client (pour les AE) ou chômage...

L'objectif ? Ne pas faire d'avance de trésorerie et réduire au maximum le potentiel solde qui sera remboursé aux contribuables (ou à payer en cas d'augmentation de revenus, divorce, départ d'un enfant à charge etc.) l'année suivante.

A titre d'exemple, seulement un peu moins de 245 000 naissances ont été déclarées en temps réel via le service « gérer mon prélèvement à la source » en 2021 alors qu'il y a eu 738 000 naissances. Le même constat a été tiré pour les mariages, les pacs, les divorces etc...

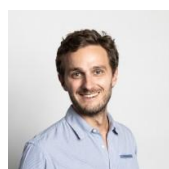
Les Finances publiques ont donc fait le choix de proposer une campagne publicitaire, à la fois en temps réel et « fil rouge », déclinée tout au long de l'année pour inviter chaque contribuable à prendre l'habitude de signaler spontanément son changement de situation au moment où il intervient et ainsi obtenir le taux de prélèvement mensuel le plus juste.

Prenant appui sur le rythme de vie des contribuables, la campagne lancée aujourd'hui se déclinera donc de juin 2022 à février 2023 à travers 4 spots publicitaires diffusés à la télévision, en radio, sur le web et les réseaux sociaux. La campagne fera également l'objet d'une campagne d'affichage. S'articulant autour des grands moments de vie qui nécessitent de déclarer un changement de situation (juin : mariage / septembre : naissance & pacs / novembre : retraite / février : promotion salariale), la campagne « Impôts 2022 » a été

pensée comme un outil serviciel et facilitateur pour rappeler à tous le bénéfice de ce type de déclaration.



Avec une tonalité positive et volontairement non injonctive, cette campagne de proximité s'illustre par des scènes de vie représentant le quotidien et la pluralité des comportements lors de grandes annonces. L'idée créative développée par l'agence Insign est ici de mettre en exergue les annonces faites aux entourages (famille, proches, collègues, etc.) tout en rappelant astucieusement les bénéfices réels de partager ces informations aussi aux impôts.



insign

« Nous avons volontairement pensé cette campagne, joyeuse et créative, d'un point de vue serviciel afin d'accompagner les usagers dans la juste compréhension de leurs démarches fiscales et créer chez eux des automatismes », déclare **Frédéric Genre**, directeur associé de l'agence Insign.

Du côté de Bercy :

« Dans un contexte économique difficile ou incertain (crise sanitaire, inflation...), pouvoir ajuster son taux de prélèvement à la source et le montant de son impôt chaque mois au plus près de sa situation en temps réel est un vrai bénéfice dans la gestion de son budget pour les ménages. Il fallait donc le (re)faire savoir, afin que les contribuables s'approprient pleinement cette nouvelle possibilité qui désormais offerte par la réforme du prélèvement à la source. C'est l'objectif de cette campagne. »

Confiée au studio de production Seize-Dix-Huit Images, la campagne, dirigée à la création par Franck Luminier, a été réalisée par Rémy Fournigault. La musique est signée Pountchak.

À propos de l'agence Insign Créée en 2010, Insign est une agence indépendante dirigée par Lionel Cuny et basée à Paris, Lyon, Tournon-sur-Rhône, Dakar et Los Angeles. L'agence accompagne des grands groupes, ETI, start-up et institutions dans leur stratégie de croissance et de visibilité. Véritables associés de leurs clients, les 250 creative partners d'Insign hybrident les disciplines du consulting, du marketing, du digital et de la communication pour accélérer la transformation et le développement de ses clients vers des modèles durables et profitables au plus grand nombre.

Contact PRESSE : Fabien Lerou

06 69 61 79 82 - fabien.lerou@insign.fr