

Un nouveau territoire de marque



Ma vie. Ma ville. Ma banque.

Devenir la première des banques urbaines



“ Depuis mon arrivée à la Direction générale de la banque en 2016, nous avons travaillé avec l’ensemble des équipes de LCL sur notre nouveau positionnement stratégique.

L’ADN urbain historique de LCL s’est rapidement imposé comme une évidence. LCL est “ **born for the cities** ”* !

Depuis notre création à Lyon en 1863, nous accompagnons des générations d’urbains à chaque grande étape de leur vie. 92 % des revenus de la banque sont générés en ville. Nous croyons que ce lien intime avec les habitants des villes de France est la raison du succès de LCL.

Nous voulons devenir **la première des banques urbaines** !

Notre réseau d’agences est un actif clé. Le digital n’a pas tué les réseaux de proximité, bien au contraire. Au cœur de chaque quartier, une agence LCL est un repère familial, gage de confiance. Avec nos **1 000 agences de coin de rue**, les collaborateurs de LCL sont les témoins privilégiés et les acteurs des évolutions urbaines.

LCL invente la banque continue, parce que nous avons conscience que la vie en ville est spécifique, que le rythme urbain est singulier car multiple.

La banque continue assure la linéarité dans le temps et dans l’espace de notre relation avec nos clients. Chez LCL, nous vous proposons de nous retrouver “ #AnywhereAnyways ” n’importe où, n’importe quand : dans une des agences de notre réseau national bancaire, sur notre application mobile, sur Internet, ou via notre plate-forme téléphonique. Il est possible de commencer une opération en agence et de l’achever en ligne ou dans n’importe quelle autre agence, et même prendre rendez-vous via l’application mobile directement dans l’agenda de son conseiller.

C’est parce que nous connaissons les urbains que nous sommes en mesure d’adapter notre offre de services bancaires à leurs besoins. LCL sera la première banque à expérimenter des horaires d’ouverture étendus jusqu’à 20 heures pour certaines de ses agences, notamment pour accompagner la sortie des bureaux.

Aujourd’hui nous sommes fiers d’affirmer notre volonté de devenir la première des banques urbaines, au service de tous les habitants des villes. C’est l’objectif de la campagne publicitaire inédite que nous lançons en cette rentrée. Nous voulons aujourd’hui que chaque urbain sache que LCL se tient à ses côtés !

C’est notre ambition commune pour donner à LCL la place qu’elle mérite dans le cœur et l’esprit de tous les Français ”.

Michel Mathieu
Directeur général

LCL vit au rythme de toutes les vies en ville



“ LCL est une marque puissante dans le paysage bancaire français et bénéficie d’une forte notoriété. Suite au changement de dénomination en 2005, cette notoriété s’est construite au travers de différentes campagnes publicitaires centrées sur des engagements consuméristes.

Ces campagnes ont fortement contribué à la notoriété de la marque mais n’ont pas permis de créer une identité suffisamment claire pour exprimer l’ADN et les valeurs de LCL.

C’est pourquoi, nous avons décidé en 2016 de réduire temporairement notre exposition publicitaire et de repenser notre positionnement de marque. Il s’inscrit pleinement dans le plan de transformation de la banque d’ores et déjà engagé, avec la modernisation accélérée de

notre réseau d’agences, le renouvellement de nos offres et la digitalisation de nos services bancaires.

Ce double travail de transformation et de réflexion stratégique réalisé, il restait à faire émerger notre marque avec une identité claire, incarnée et créatrice d’émotion positive.

L’ambition de cette campagne publicitaire conçue par l’agence de communication DDB est de **positionner LCL comme “ LA ” banque urbaine.**

Déclinés à la fois à la télévision, en digital, sur les réseaux sociaux, dans les vitrines de nos agences et sur les panneaux d’affichage en ville, les messages témoigneront de la proximité que nous souhaitons avoir avec les urbains et leur quotidien.

Nous avons voulu que cette campagne publicitaire soit à l’image de la ville et de ses habitants, humaine et digitale, ancrée dans le réel, proche, faite de rencontres. Elle s’incarne dans une toute nouvelle signature.

LCL. Ma vie. Ma ville. Ma banque.

Caroline Arnould
Directrice de la communication

Au cœur de la ville



La flexibilité bancaire

Des services en continu : agence, digital, téléphone

Un réseau bancaire national

Appli "LCL Mes Comptes" disponible
24h/24, 7/7

Certaines agences ouvertes jusqu'à 20 heures



"Born for the cities"

1863 - Date de création à Lyon

1865 - Implantation à Paris et Marseille

1882 - Le siège central s'installe à Paris au 19 boulevard des Italiens

2015 - Le 19 LCL à Paris devient ouvert à tous, mobile et connecté



Un ADN urbain

92 % des revenus générés en ville

80 % des agences implantées en ville

1 000 agences situées au coin d'une rue

Objectifs : 1 urbain sur 7, client de LCL
1 ETI sur 2 et 1 PME sur 3



Quelques chiffres sur la vie en ville

77,5 %

des Français habitent en ville
(INSEE 2012).

45 %

des Français aiment la ville principalement grâce aux commerces de proximité

(INSEE 2010 publiés en 2016, étude Bonial-Nielsen 2015).

31 %

des 18-25 ans vivent ou ont déjà vécu en colocation

(Baromètre Se Loger 2016).

30 %

des salariés travaillent parfois chez eux
(INSEE 2015).

1 heure

en moyenne passée dans les transports en commun

(Sondage CSA réalisé pour Direct Matin, 2016).

Faciliter la vie en ville

LCL est la banque qui vit au rythme des villes ! S'appliquer à nous-même la flexibilité du temps urbain, avec l'ouverture jusqu'à 20 heures de certaines agences et la disponibilité de conseillers par téléphone jusqu'en début de soirée, sont des engagements forts de LCL pour répondre à la diversité des urbains.

LCL s'engage pour "le mieux-vivre" en ville. **L'accélération de l'usage du vélo en agglomération comme solution de mobilité est le premier de nos engagements.** Il est cohérent avec notre partenariat historique avec le Tour de France. Ainsi, pour accélérer l'essor du vélo pour les petits déplacements du quotidien, nous avons proposé durant tout l'été une offre de financement à taux 0% TAEG fixe et sans frais de dossier pour financer l'achat d'un vélo. Cette offre a rencontré un vif succès avec plus de 15 000 crédits souscrits.

En tant que banquier urbain, nous souhaitons également **accompagner tous ceux qui se mobilisent pour créer des espaces naturels en ville.**

LCL lancera dans les prochains mois un grand prix qui récompensera les meilleures initiatives pour des villes toujours plus respectueuses de l'environnement ! Nous afficherons dans toutes nos agences une "green city map" qui indiquera les espaces verts à proximité.

Nous aimons la ville. Nous avons décidé de la mettre à l'honneur en organisant un grand prix photo avec les écoles d'art et de photographie sur l'ensemble du territoire. Nous transformerons nos plus grandes "agences de coin de rue" en galeries d'art éphémères pendant un mois en 2019 pour faire rentrer l'art en ville au plus près des urbains.



Au cœur des villes, au coin de la rue, à vos côtés

Les nouveaux films publicitaires LCL réalisés par l'agence DDB situent l'action au cœur de l'énergie des villes, au plus proche des gens, au niveau de la rue. Dans ce lieu symbolique où se croisent chaque jour des milliers d'histoires, de destins : le coin de rue. Ce coin de rue devient à la fois métaphore de toutes les vies en ville et un véritable identifiant pour **la marque dont l'ancrage urbain est l'un des plus forts du secteur bancaire en France.**

En juillet dernier, LCL a déjà pris la parole au moment du Tour de France, avec un film institutionnel Sponsoring, qui anticipait ces nouveaux codes publicitaires autour de l'humain et de la ville et valorisait le partenariat historique avec le Maillot Jaune et son engagement pour tous les cyclistes du quotidien.

A partir du 16 septembre, cette nouvelle campagne publicitaire incarnera une nouvelle signature "**LCL. Ma vie. Ma ville. Ma banque.**", positionnant LCL comme un facilitateur des vies en ville.

#MaVieMaVilleMaBanque

Retrouvez la nouvelle campagne publicitaire sur la chaîne Youtube LCL :

 **YouTube** <https://www.youtube.com/playlist?list=PLjJuvEnz7NcS9i3Sa-7jJN6sVnnAM9svv>

Ou directement depuis ce QR Code



A propos de LCL

LCL, filiale de Crédit Agricole SA, est l'une des plus grandes banques de détail en France majoritairement implantée en zone urbaine. LCL se consacre exclusivement aux activités de banque et d'assurance de proximité sur l'ensemble du territoire et aux Antilles Guyane. Ses 18 000 collaborateurs accompagnent 6 000 000 de clients particuliers, 337 000 professionnels, et 29 000 entreprises et institutionnels. LCL offre à ses clients une relation qui conjugue humain et digital avec près de 1 900 implantations, des conseillers disponibles par téléphone 6j /7, des sites Internet et des applications mobiles. LCL c'est aussi LCL Banque Privée, et LCL Banque des Entreprises (Banque commerciale et Corporate finance).

Contacts Presse :

Julie Terzulli

Tél : 01 42 95 10 61 - julie.terzulli@lcl.fr

Brigitte Neige

Tél : 01 42 95 39 97 - brigitte.neige@lcl.fr



Ma vie. Ma ville. Ma banque.