



Ma vie. Ma ville. Ma banque.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Villejuif, le 21 décembre 2020

Observatoire des Urbains, une étude LCL- Harris Interactive

La ville : entre fêtes et crise sanitaire

Dans un contexte où les mesures sanitaires et les restrictions à la vie quotidienne se sont multipliées dans les grandes villes afin de lutter contre la reprise du virus, **l'urbanité est-elle devenue plus terne ? Quel impact ont pu avoir la mise en place successive des couvre-feux et du reconfinement sur les habitants des grandes agglomérations ?**

C'est ce que cherche à mesurer la nouvelle **étude LCL- Harris Interactive** menée à l'approche des fêtes de fin d'année auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1 009 urbains âgés de 18 ans et plus.

Dans cette enquête, les urbains étonnent par **leur capacité de résilience et leur pragmatisme** en cette fin d'année placée sous le signe de l'incertitude. Leur attachement à l'urbanité, transformée par la crise, ne faiblit pas.

Les principaux enseignements :

- Alors que les confinements successifs auraient pu dégrader largement le plaisir de la vie en ville, **75% des urbains déclarent qu'il est aujourd'hui agréable d'y résider**. Les interrogés font preuve d'adaptabilité et ont conscience que le quotidien et la normalité de la vie en ville prendront de nouveaux contours.
- Face aux bouleversements de leurs habitudes de consommation, les urbains étonnent dans leur pragmatisme et leur capacité à innover. **44% des urbains ont eu recours au click&collect et autant envisagent de pérenniser cette pratique**. Signe qu'ils peuvent concilier soutien aux petits commerçants et digitalisation de leurs habitudes.
- Plus jeunes, plus diplômés que la moyenne, c'est à dire concentrant des catégories plus favorables aux vaccins, **les urbains indiquent pour 63% d'entre eux indiquer vouloir se faire vacciner contre le coronavirus** tout en observant une certaine prudence.

Les urbains sont satisfaits de leur vie en ville et sont conscients de la mutation à venir post crise...

Malgré les confinements successifs, l'attrait pour l'urbanité ne faiblit pas. Un sentiment de lassitude est légitimement ressenti sans toutefois exclure une grande capacité d'adaptation de la part des habitants des grandes métropoles.

- **Le plaisir de la vie en ville reste quasi intact** : 75% des urbains déclarent qu'il est aujourd'hui agréable d'y résider. Et ce chiffre est d'autant plus important chez les moins de 35 ans (84%). La dégradation importante des indicateurs à laquelle on aurait pu s'attendre n'a pas été constatée : la joie d'habiter en ville subit une légère baisse de 8 points depuis septembre.
- **Les urbains se montrent satisfaits de leurs conditions de vie en ville sans cacher leur envie d'évasion** : il en va de leur niveau de confort, de leur quartier, de la ville qu'ils habitent, etc. des indicateurs qui recueillent tous la satisfaction de 8 urbains sur 10. Ce confort n'empêche pas d'envisager la perspective d'un déménagement. À long terme ensuite, 65% des urbains émettent le souhait d'éventuellement déménager à l'avenir. Cette envie de nouveauté n'est pas synonyme d'un renoncement à la vie en ville puisque 48% des interrogés envisagent un déménagement dans une autre ville.

- **La lassitude dont ils font preuve n'empêche pas l'adaptabilité** : dans un contexte aussi sinistré, les urbains manifestent un attachement à leur mode de vie et une disposition particulière à s'adapter aux changements. 46% estiment que le visage de la vie en ville aura nécessairement changé post-crise et qu'il faudra prendre de nouvelles habitudes.

...malgré un bouleversement sans précédent de leurs habitudes de consommation

Les urbains ont vu leurs habitudes de consommation bouleversées par la cohabitation avec le virus. Tirillés entre leur volonté de soutenir les petits commerçants et la nécessité/l'envie d'acquérir certains produits, les urbains ont su être pragmatiques.

- **Un sentiment d'inquiétude émerge et fait naître des alternatives plus sécurisantes** : la crainte de contracter le virus en ville est ressentie par 43% des interviewés. Cette crainte est motrice de la digitalisation des pratiques privilégiées par les urbains pour qui le paiement sans contact est plébiscité à 51%.
- **Le pragmatisme est de mise quand il s'agit de consommer** : les interrogés indiquent avoir eu recours à 60% à l'achat sur des plateformes de vente en ligne. Cette pratique n'exclut pas un soutien des urbains aux petits commerçants. En effet, au niveau individuel, les urbains sont 54% à avoir effectué dans un petit commerce plutôt que sur Internet et 43% à avoir retarder leur achat pour en faire bénéficier les petits commerçants.
- **La solution du click&collect réconcilie les deux tendances** : le click&collect apparaît comme un système hybride à haut potentiel pour les urbains puisqu'ils sont 44% à déclarer y avoir eu recours dans un contexte de confinement et autant à souhaiter y avoir recours à l'avenir.

Les fêtes de fin d'année sont accueillies avec résilience par les urbains...

Si les urbains confient à 74% l'importance des fêtes de fin d'année dans leur vie quotidienne, ils font preuve de résilience quant aux conditions de déroulement de ces dernières dans ce contexte de crise.

- **Les fêtes de fin d'année font toujours autant rêver les urbains** : le décorum qui entoure les fêtes est toujours apprécié des urbains pour qui les illuminations, les vitrines, les arbres ou les marchés de Noël viennent sublimer la ville à 70%.
- **Même si leur caractère exceptionnel est souligné** : 76% des interrogés ont conscience du caractère particulier de cette fin d'année et s'attendent à des fêtes différentes. Sur le plan sanitaire comme financier, les urbains indiquent faire preuve de prudence. Face à l'incertitude, 77% indiquent vouloir surveiller plus que les autres années leur budget.
- **Les urbains font preuve de résilience en cette fin d'année** : le contexte sinistré n'empêche pas les urbains – plus jeunes et plus aisés que la moyenne des Français – de se montrer relativement sereins à l'approche des fêtes de fin d'année (66%), plus sereins, même, qu'ils ne l'étaient à la rentrée (57%).

... alors que la perspective du vaccin se rapproche

Les caractéristiques socio-économiques des urbains expliquent en grande partie leur disposition à la vaccination. Mais c'est surtout l'espoir d'une sortie de crise qui les anime.

- **Les urbains sont majoritairement favorables à la vaccination** : la population des villes est relativement plus jeune, plus diplômée que la moyenne. Il en résulte que 63% des interrogés souhaitent se faire vacciner contre le coronavirus.
- **La prudence est pour autant de rigueur** : parmi ces 63%, il n'y a que 23% d'entre eux qui déclarent leur intention de se faire vacciner dès que possible quand 40% envisagent plutôt de se faire vacciner dans un second temps, une fois qu'une première vague aura déjà été effectuée.

- **Le vaccin est attendu pour sa capacité à endiguer l'épidémie** : si les urbains sont peu à penser que le vaccin permettra de mettre fin à la crise à court-terme (10%). Ils sont 40% à estimer qu'on pourra en voir les effets dans un délai de 6 mois à un an après sa sortie.

À propos de l'enquête

Cette enquête centrée sur la fin d'année représente la seconde partie d'une étude chapeautée par l'Observatoire des Urbains de LCL et Harris Interactive qui se décline en 3 parties. Après la thématique de la rentrée 2020, un bilan d'opinion un an après le confinement, sera dressé en mars 2021.

À propos de l'Observatoire LCL

L'Observatoire LCL a pour objectif de mieux comprendre les attentes, les habitudes et les comportements de l'ensemble des urbains au quotidien. LCL, banque de proximité historiquement très implantée dans les grandes agglomérations souhaite accompagner ses clients au plus près de leurs préoccupations.

A propos de LCL

Filiale de Crédit Agricole SA, LCL est l'une des plus grandes banques de détail en France. Elle ambitionne d'être la banque urbaine de référence d'1 urbain sur 7, d'1 ETI sur 2 et d'1 PME sur 3. LCL propose une gamme complète de produits de banque au quotidien, de crédits, d'assurances de personnes et de biens et d'épargne, sur l'ensemble du territoire métropolitain et aux Antilles Guyane. LCL offre des services de « banque en continu », combinant humain et digital avec 1 700 agences au cœur des villes, des conseillers disponibles par téléphone jusqu'en début de soirée, ses sites Internet et son appli « LCL Mes Comptes », élue meilleure appli bancaire 2020 enrichie de l'agrégation de comptes. LCL c'est aussi LCL Banque Privée, et LCL Banque des Entreprises et des Institutionnels. LCL compte 17 500 collaborateurs au service de la satisfaction de 6 millions de clients particuliers, 342 000 professionnels et 29 500 entreprises et institutionnels.*

**Prix décerné par Meilleurebanque.com, pour la 3ème année consécutive.*

Contacts Presse Julie TERZULLI Tel 01 42 95 10 61 @ julie.terzulli@lcl.fr Brigitte NEIGE Tel : 01 42 95 39 97 @ brigitte.neige@lcl.fr