



Pour aller de l'avant.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Villejuif, le 6 octobre 2025

LCL dévoile sa nouvelle signature de marque

« Pour aller de l'avant. »

LCL fait de sa marque le reflet direct de ses ambitions stratégiques en lançant un nouveau territoire de marque porté par une signature forte « Pour aller de l'avant. ». LCL affirme ainsi son engagement auprès de toutes celles et ceux qui entreprennent, dans leur vie professionnelle comme personnelle.

Un nouveau territoire de marque au service des ambitions stratégiques

Ce nouveau territoire de marque reflète la volonté de LCL, partenaire historique des entrepreneurs, d'encourager et d'accompagner tous les Français qui entreprennent dans leur vie personnelle ou professionnelle. Qu'il s'agisse de créer ou racheter une entreprise, acheter un logement, fonder une famille, déménager, se lancer dans des études, changer de voiture ou encore passer au vélo électrique... chaque projet est un pas en avant. Et en ce sens, 68 millions de Français entreprennent chaque jour !

À travers cette nouvelle signature franche et directe, LCL se positionne comme la banque partenaire des projets de vie des Français, grands ou petits, personnels ou professionnels.

Une campagne qui fait bouger les codes de l'univers bancaire

Ce nouveau territoire de communication traduit l'état d'esprit et la mission de LCL : une banque qui croit dans les projets de ses clients et qui libère l'énergie d'entreprendre des Français.

Il s'incarne dans une campagne de communication multicanale (télévision, affichage, digital et réseaux sociaux) qui réinvente les codes de la communication bancaire et sera déployée à partir du 6 octobre. A découvrir ici : [LCL - YouTube](#).

Pensée pour créer du lien avec toutes les générations et développée en collaboration avec l'agence GRINTA, cette nouvelle campagne s'appuie notamment sur quatre films publicitaires de 25 secondes, au ton résolument décalé, humoristique et moderne.

« LCL se dote d'une nouvelle signature « Pour aller de l'avant. » qui reflète intrinsèquement notre identité et notre mission. Nous sommes une banque humaine et animée par l'envie de nous dépasser tous les jours pour nos clients, mais aussi plus largement pour toutes celles et qui entreprennent, nourrissent des projets et souhaitent transformer notre société. Cette énergie, cette envie, cette dynamique, nous avons à cœur de les retrouver dans cette nouvelle campagne. » Elodie Bossuyt, Directrice Communication de LCL

A propos de LCL

Filiale de Crédit Agricole S.A., LCL banque urbaine est l'une des plus grandes banques de détail en France. LCL a fait de la satisfaction clients sa priorité absolue et ambitionne d'être la banque n°1 en termes de satisfaction. Combinant humain et digital, LCL propose à ses 6 millions de clients particuliers, dont 220 000 clients Banque privée, 400 000 professionnels et 31 000 entreprises et institutionnels, une relation omnicanale forte de ses 1 400 agences au cœur des villes, de ses centres de relation clients à distance « LCL Mon Contact » avec 400 conseillers disponibles par téléphone, de ses sites et applis dont « LCL Mes Comptes » plébiscitée par ses clients. Avec une gamme complète de solutions bancaires/assurances et extra-bancaires, LCL conseille ses clients au quotidien et dans tous leurs projets de vie. Fidèle à sa stratégie de banque urbaine, LCL se mobilise et accompagne également les clients qui veulent agir concrètement et participer à la lutte contre le dérèglement climatique.



Étude BVA – Viséo CI – Plus d'infos sur escda.fr.