



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 28 août 2005

# LCL est né

À compter de ce jour, Le Crédit Lyonnais c'est LCL.

**LCL traduit un nouvel engagement : « Demandez plus à votre argent ».**

Cette nouvelle signature reflète le positionnement consumériste que souhaite adopter dorénavant LCL.

Cela fait plus d'un an que les 27 000 salariés du groupe, sous l'impulsion de leur directeur général Georges Pauget, se sont mobilisés autour d'un projet d'entreprise particulièrement ambitieux visant à construire un modèle bancaire unique, fortement différencié des concurrents nationaux. En effet, LCL est aujourd'hui la seule banque à réseau national qui se consacre exclusivement aux activités de banque de détail sur le marché des Particuliers, des Professionnels et des Entreprises.

Ce projet d'entreprise se concrétise par un nouvel engagement et une nouvelle identité, approuvés par l'ensemble des salariés et attendus par une large majorité des 150.000 clients récemment consultés.

### Un nouvel engagement client

LCL a décidé de se rapprocher davantage de tous ses clients en les aidant à demander plus à leur argent : plus d'accueil, plus d'efficacité, plus de rapidité, plus de disponibilité, plus de services....

Ceci se traduit concrètement par l'allègement des procédures en interne, des agences plus proches et plus accueillantes, la simplification des relations bancaires, des moyens de paiement plus pratiques, une réponse plus rapide au crédit immobilier, une offre d'assurances complète et originale, des placements plus performants, davantage de souplesse pour les professionnels, ...

### Une nouvelle identité

LCL, c'est le Crédit Lyonnais en plus court, plus moderne, plus dynamique, plus efficace, plus rapide. La nouvelle image de LCL s'inscrit dans la continuité des codes couleurs du Crédit Lyonnais : le jaune et le bleu.

Le nouveau monogramme, conçu par Desgrippes Gobé, sera appliqué progressivement sur l'ensemble des supports de la banque : le réseau composé de 1895 agences, les chéquiers, les cartes bancaires, les relevés de compte, internet et les courriers porteront la nouvelle identité.

Cette nouvelle identité est soutenue par une campagne de publicité ambitieuse, imaginée et conçue par Aubert Storch Associés Partenaires.