



Observatoire LCL en ville : Les rapports de voisinage

Villejuif, le 19 novembre 2012. LCL présente le premier Observatoire LCL en ville. Ce sondage a pour objectif de mieux comprendre les attentes, habitudes et comportements des actifs urbains au quotidien. LCL, banque de proximité historiquement très implantée dans les grandes agglomérations souhaite accompagner ses clients au plus près de leurs préoccupations. Cette nouvelle étude¹ sur les relations des urbains avec leurs voisins, est réalisée par Opinionway.

Le rapport au voisinage : des relations peu implicantes

Si les actifs urbains avouent mal connaître leurs voisins (62%), leurs rapports se révèlent être cordiaux (84%) voire même parfois amicaux (56%). Les relations sont peu implicantes sur le plan personnel. Elles s'appuient à la fois sur des petits services rendus au quotidien (69% reconnaissent avoir rendu au moins un service), ainsi que sur le respect de certaines convenances comme la discrétion (65%) et l'amabilité (58%). Vivre entre voisins implique des droits et des obligations pour la grande majorité des personnes interrogées.

Pour autant, les rapports de voisinage sont perçus comme nécessaires (48%), rassurant (36%), voire même enrichissant (35%).

Le voisinage : un attachement plus au quartier qu'aux voisins

Le rôle des relations de voisinage en tant que vecteur de socialisation semble moins important en milieu urbain, mais l'attachement au quartier reste fort. En effet, 84% se déclarent prêts à recommander leur quartier à leur entourage.

Les relations de voisinage : le bonheur à sa porte

A la question « pourriez-vous nous raconter en quelques lignes une anecdote originale ? », une personne a répondu : « *Un jour, un voisin est venu me prévenir qu'il allait faire des travaux ce qui allait provoquer quelques nuisances sonores. Aujourd'hui cela fait 3 ans et demi que nous vivons ensemble !* »

Avoir une personnalité pour voisin : le top 3 !

Les trois personnalités souhaitées en tant que voisin sont : Valérie Damidot (37%), Yannick Noah (32%) et Julien Courbet (30%)

Pour consulter l'étude complète : www.LCL.com

¹ Étude réalisée par OpinionWay auprès d'un échantillon de 816 personnes, représentatif de la population active urbaine âgée de 25 à 49 ans vivant dans une agglomération de plus de 30.000 habitants. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.

A propos de LCL

LCL, filiale du Crédit Agricole SA, est l'une des plus grandes banques de détail en France.

Présent sur l'ensemble du territoire avec 2 065 implantations, LCL est une banque de proximité qui compte aujourd'hui 20 900 collaborateurs au service de 6 000 000 de clients particuliers, 320 000 clients professionnels et 27 000 clients entreprises et institutionnels.

LCL c'est aussi LCL Banque Privée, e.LCL la banque 100% en ligne et LCL Banque des Entreprises (Banque commerciale et Corporate finance).

LCL s'appuie sur une stratégie de développement, d'innovation et de reconnaissance des attentes de ses clients notamment avec le Contrat de Reconnaissance. « Demandez plus à votre banque » est la signature publicitaire de LCL.

Contacts presse : Olivier TASSAIN
☎ 01.42.95.54.77
olivier.tassain@lcl.fr

Pierre BAILLOT
☎ 01.42.95.39.97
pierre.baillot@lcl.fr

Plus d'info : <http://www.lcl.com>