

LAB'BP

CAMPAGNE

"JEUNES SOCIÉTAIRES":

UNE MOBILISATION

D'AMPLEUR

Menée dans le cadre du **LAB'BP**, dispositif d'écoute et d'engagement sociétaire déployé depuis 2020, cette nouvelle campagne nationale visait à **mieux comprendre les attentes des jeunes sociétaires**, dans une démarche volontairement **inclusive**, ouverte à **l'ensemble des sociétaires**.



Chiffres clés

10

Banques
Populaires
engagées

2,93 millions

de sociétaires contactés



9 007

réponses de sondage



2 068

contributeurs



3 501

inscrits sur la plateforme **LAB'BP**



773

contributions
(665 idées - 108 commentaires)

Résultats consolidés – campagnes menées en décembre 2025.

CE QUE LES JEUNES SOCIÉTAIRES ATTENDENT CONCRÈTEMENT



3 leviers clés

- L'utilité concrète
- La complémentarité de la relation
- L'intérêt et sens du modèle coopératif



Quelles actions plairaient aux jeunes sociétaires ?

67%

Des **informations utiles**
aux moments clés de la vie.
(études, permis, logement, emploi...)

59%

Être **invité(e)** à des événements
Banque Populaire (sportif, culturel,...)

46%

Des formations thématiques
(cybersécurité, cryptomonnaie, etc..)

Les jeunes
attendent
d'abord
**des actions
utiles** pour eux.

Comment communiquer auprès des jeunes ?

55%

Application
mobile



44%

Conseiller
en direct



38%

Réseaux
sociaux

Le digital
informe,
l'humain met
en relation.
Les jeunes
attendent une
complémentarité,
pas un choix.

Quelles sont les principales raisons de devenir sociétaire ?

50%

Bénéficier d'offres dédiées
et privilégiées

42%

Soutenir une banque qui
valorise un développement
à long terme

40%

Soutenir une banque
coopérative, sans
actionnaire, qui donne
la parole à ses sociétaires

Le sociétariat
est perçu
comme **utile,**
engagé
et porteur
de sens.

DES ATTENTES ET MOTIVATIONS LARGEMENT PARTAGÉES ENTRE GÉNÉRATIONS

Les attentes et motivations **des 18-25 ans** sont **globalement cohérentes** avec celles des autres sociétaires.



Top 3 des idées clés



Recevoir des informations utiles aux moments clés de la vie



Être invité à des événements organisés par la Banque Populaire



Bénéficier d'offres et d'avantages dédiés aux sociétaires

Nuances générationnelles

Plus marquées chez les 18 - 25 ans :



- Formations thématiques
- Usages digitaux
- IA / nouveaux outils

Plus marquées chez les 26 ans et + :



- Engagement associatif
- Vie coopérative
- Ancrage territorial

Un socle commun, enrichi par des priorités générationnelles.

Des écarts d'intensité, mais un socle d'attentes et de motivations largement partagé,
au service d'un sociétariat durable.