



La Banque Postale, « banque pas comme les autres », œuvre chaque jour contre l'exclusion bancaire

La Banque Postale joue un rôle essentiel dans la lutte contre l'exclusion bancaire par son action quotidienne en faveur de l'accès du plus grand nombre à des services bancaires de qualité.

La Banque Postale, la Banque de tous

Fidèle à ses valeurs postales de proximité et de services au plus grand nombre, La Banque Postale est guidée par **un principe, l'accueil de tous**, et une démarche, proposer à chacun de ses clients, quelle que soit sa situation, les services bancaires et d'assurance les mieux appropriés, à un tarif raisonnable.

La Banque Postale accueille, en effet, du lundi au samedi, partout en France ses clients dans les bureaux de poste, par téléphone ou par mail via ses Centres financiers et 24h/24, 7j / 7 via ses automates bancaires (DAB/GAB) en libre service¹.

La Banque Postale compte plus de 10 millions de clients actifs. Plus de 26 millions de clients en France détiennent au moins un produit ouvert à La Banque Postale. **Parmi ces clients, elle compte près de 2 millions de clients en situation de fragilité financière.**

Une mission de service public, la mission d'accessibilité bancaire

La Banque Postale est **la seule Banque a s'être vue reconnaître la mission d'accessibilité bancaire**. Cette mission de service public permet à chaque résident, y compris le plus démuné, de bénéficier aux guichets de La Poste d'une prestation de domiciliation de ses revenus, de retrait d'argent liquide et d'émission de titre de paiement².

La mission d'accessibilité bancaire traverse ainsi l'ensemble de l'activité de La Banque Postale. Elle est clairement identifiée sur le Livret A. La Banque Postale a ainsi l'obligation d'ouvrir un Livret A « *à toute personne qui en fait la demande* » ; d'accepter son ouverture à partir de 1,50 euro (contre 10 euros dans les autres établissements bancaires) et d'autoriser les versements et les retraits à partir de ce même montant. Enfin, elle autorise les titulaires à y domicilier certaines opérations de versement et de prélèvement.

Ce rôle concret et quotidien la place à la pointe de la lutte contre l'exclusion bancaire.

Une politique tarifaire claire : « Etre parmi les moins chères des grandes banques à réseau »

A travers l'élaboration chaque année de ses tarifs, La Banque Postale réaffirme sa volonté de modération tarifaire et de service au client. « Banque pas comme les autres », La Banque Postale a fait le choix de **pratiquer des tarifs à des niveaux raisonnables**, c'est-à-dire des tarifs couvrant les coûts inhérents à un service de qualité pérenne et à une couverture solide des besoins essentiels de ses clients, tout en assurant une marge raisonnable à la Banque pour financer son développement.

La Banque Postale est ainsi parmi les moins chères des grandes banques à réseau.

¹ Plus de 6 300 DAB / GAB en France actuellement, dont plus de 1 200 DAB en Zone Urbaine Sensible et près de 500 en zone rurale.

² Code monétaire et financier modifié par la loi n°2005-516 du 20 mai 2005 relative à la régulation des activités postales et par la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie.

Cette politique tarifaire est chaque année vérifiée et reconnue par les comparatifs réalisés par les associations de consommateurs et la presse spécialisée.

La Banque Postale **se distingue par des tarifs en deçà des pratiques du marché (a minima un écart de 20%) pour les opérations liées au fonctionnement du compte (coût du découvert, frais de rejets, etc.), ce qui fait d'elle la Banque la moins chère pour ce type d'opérations.**

Des produits, des services, des pratiques adaptés aux besoins des clientèles fragiles

. Au-delà de sa mission d'accessibilité bancaire et d'une politique tarifaire raisonnable, **La Banque Postale propose des produits adaptés aux besoins des clients les plus fragiles.**

La Banque Postale a été parmi les premiers établissements bancaires à promouvoir des moyens de paiements alternatifs au chèque (Gamme de Paiements Alternatifs - GPA). Elle compte aujourd'hui plus de **2,2 millions de carte à autorisation systématique** et continue de proposer la *Carte Epargne* permettant, gratuitement, les retraits sur les livrets d'épargne.

Depuis 2009, la **formule de compte *Simplicité*** est dédiée à la clientèle interdite de chéquier³ (plus **de 61 000 clients** à ce jour).

. La Banque Postale a **noué, de longue date, des liens solides avec des partenaires locaux** pour **trouver des solutions simples, pratiques et concrètes pour accompagner et aider ses clients en situation de fragilité financière.**

La Banque Postale et l'**UNCCAS** se sont associées, en 2006, pour **améliorer sur le terrain l'information, le conseil et l'orientation des personnes en situation d'exclusion bancaire**. Ce partenariat s'est étoffé en 2010 puisque que La Banque Postale et l'UNCCAS sont engagés dans le projet **REFLEX** (Réagir Ensemble et Fédérer la Lutte contre l'Exclusion) en cours de déploiement et avec de premières réalisations à Grenoble et Montpellier. Ce projet vise à coordonner les actions respectives de La Banque Postale (à la fois Centres Financiers et Bureaux de Poste) et des CCAS, en direction des clients de La Banque Postale en situation de fragilité financière, de manière à encourager et faciliter leur « rebond ».

La Banque Postale propose, également, depuis 2007, une offre de micro crédit personnel en **partenariat avec des associations locales, partout en France**, chargées de détecter et d'accompagner des projets portés par des personnes physiques en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité (ex. d'associations partenaires : Secours Catholique, UDAF, Croix Rouge, Restos du Cœur, etc.).

L'offre de crédits à la consommation de La Banque Postale intègre, en outre, depuis son lancement en 2009, un service assuré par l'association **CRESUS**, visant à prévenir le risque de surendettement et accompagner les clientèles fragilisées.

. Enfin, **par des actions simples et concrètes**, La Poste et La Banque Postale **accompagnent chaque jour, partout en France, les clients fragiles** dans les bureaux de poste.

Elles favorisent notamment l'accès aux liquidités via les guichets et les automates bancaires au moment du versement des prestations sociales, entre le 5 et le 7 de chaque mois. Autres exemples :

- Dans les bureaux où cela est le plus utile, la Poste met à disposition des interprètes pour les clients en difficulté de compréhension.
- Le service « Allo facteur » de La Poste, qui permet des prestations financières de versements et de retraits d'espèces à domicile, dans la limite de 150 euros par jour⁴.

³ Pour 7 euros par trimestre, elle se compose d'une carte à autorisation systématique, des relevés de compte, des services de banque en ligne, des alertes multimédia, de l'exonération des frais de renouvellement en cas de perte ou vol de la carte et de conditions tarifaires dérogatoires sur la commission d'intervention, réduite à 4 euros et plafonnée à 5 opérations par mois.

⁴ Ce service est particulièrement apprécié en zone rurale et auprès des personnes isolées géographiquement ou ne pouvant, en raison d'un handicap, se rendre dans un point de contact postal.

La Banque Postale **soutient donc la démarche engagée par l'UNCCAS, le Secours catholique et la Croix Rouge française** dans le cadre du « *Manifeste pour l'inclusion bancaire en France des populations fragiles ou comment lutter à grande échelle contre une forme latente d'exclusion sociale* », qui **s'inscrit pleinement dans la droite ligne des pratiques de La Banque Postale, vis-à-vis des clientèles fragiles.**

Plus que jamais, La Banque Postale reste ainsi à l'écoute des besoins de ses clients en situation de fragilité financière, pour mieux les accompagner et les servir. Elle le réaffirme dans son plan stratégique 2011-2015 : « L'intérêt du client d'abord : prouvons la différence », puisque l'une de ses priorités immédiates est de « travailler à des solutions adaptées aux clients fragiles ».

* *
*

A propos de La Banque Postale (www.labanquepostale.fr)

La Banque Postale, filiale bancaire du groupe La Poste, est une banque unique et singulière sur le marché de la banque de détail en France. Fidèle à ses valeurs d'intérêt général, de confiance et de proximité, La Banque Postale place l'accueil attentif de tous au cœur de son métier. Elle accompagne ses clients, particuliers comme entreprises, dans une relation bancaire durable, avec une gamme de produits et services accessibles, à un tarif raisonnable. Elle enrichit sans cesse son offre en s'appuyant notamment sur l'expertise de filiales et partenaires, s'ouvrant ainsi à de nouveaux domaines. La Banque Postale est accessible 24h/24, 7j/7, en tout lieu et à tout moment.

La Banque Postale c'est :

- 5,215 milliards d'euros de PNB
- 11,4 millions de comptes courants postaux
- 10,04 millions de clients actifs
- 480 000 clients Entreprises, Collectivités et Associations
- 5 981 Dab/Gab en France
- 322,7 milliards d'euros d'encours clientèle
- Plus de 6,6 millions de cartes bancaires, soit 10,8 % du marché
- 17 000 points de contact

(Chiffres à fin 2010)