



Communiqué de presse
Paris, le 15 septembre 2022

La Banque Postale s'engage en faveur du pouvoir d'achat de ses clients et annonce le gel de ses tarifs bancaires

Face à une inflation inédite, La Banque Postale est pleinement mobilisée pour défendre le pouvoir d'achat et annonce le gel de ses tarifs bancaires en 2023 pour l'ensemble de ses clients.

En adéquation avec ses valeurs citoyennes et son statut d'entreprise à mission, elle renforce son engagement auprès de ses 1,6 million de clients en situation de fragilité¹ qu'elle accompagne au quotidien, à travers l'accessibilité de son réseau postal de proximité, sa plateforme de conseil budgétaire L'Appui ou encore son réseau d'associations partenaires.

Preuve de son engagement, elle accélère le développement de sa formule de compte Simplicité (OCF²), avec plus de 260 000 clients équipés, en progression de +45% par rapport à l'année dernière. A la suite des échanges du 13 septembre avec le ministère de l'Economie et des Finances, cette offre sera proposée dès 2023 à 1 euro par mois.

« En cette période de rentrée, marquée par un contexte inflationniste inédit, La Banque Postale s'engage résolument auprès de ses clients avec le gel de ses tarifs pour 2023 sur l'ensemble de ses gammes bancaires. Cette mesure vise à conjuguer pouvoir d'achat et inclusion financière, en lien avec nos valeurs citoyennes. Nous poursuivons également notre engagement aux côtés des plus démunis, ayant pleinement conscience que la transition énergétique va peser lourdement sur leur pouvoir d'achat. » **Philippe Heim, président du directoire de La Banque Postale**

L'ensemble de ces mesures représente un investissement important de La Banque Postale en faveur du pouvoir d'achat des Français. Elles viennent s'ajouter aux efforts déjà entrepris en 2022, avec notamment la revalorisation de leur épargne pour ses près de 15 millions de clients titulaires d'un livret d'épargne réglementée (Livret A, LLDS, Livret Jeune, Livret d'Epargne Populaire) et la politique de prix modérée mise en place par La Banque Postale depuis de nombreuses années.

¹ Près de 40% des clients fragiles en France en 2021, selon l'Observatoire de l'inclusion bancaire.

² Offre spécifique dédiée à la clientèle fragile.

La Banque Postale avait déjà pris dès le début de l'année 2022 des mesures fortes en faveur du pouvoir d'achat de ses clients :

- **Après des jeunes et des personnes en situation de fragilité financière**, elle a notamment **gelé le prix de ses formules de compte** début 2022 ;
- Après des clients accédant au crédit immobilier, elle a également été le premier bancassureur à **annoncer le gel de ses tarifs d'assurance emprunteur** et à **supprimer les surprimes pour les risques aggravés de santé de niveau 2**, en complément du dispositif prévu par la loi dite « Lemoine » ;
- Après de tous ses clients, La Banque Postale a été l'une des premières banques de détail à **généraliser la gratuité du virement instantané** en mai dernier ;
- Après des ménages les plus vulnérables, elle a lancé en février dernier le **Prêt avance rénovation**, afin de leur permettre de rénover leur logement et d'abaisser leur facture énergétique, sans impacter leur pouvoir d'achat à court et moyen terme ;
- Enfin, La Banque Postale a été la **première banque à supprimer dès fin 2021 les frais de rejet sur les représentations de prélèvements**. Cette mesure a été depuis généralisée dans le cadre de la loi du 16 août dernier sur le pouvoir d'achat.

Au-delà de ses mesures tarifaires, **La Banque Postale porte une vigilance constante à sa clientèle fragile**. Cela passe par un dispositif de prévention dans lequel l'humain est au centre de ses actions :

- En proposant un bouquet d'offres accessibles et adaptées aux besoins spécifiques, dont la formule de compte Simplicité (OCF). Les **260 000 clients titulaires de la formule de compte Simplicité (OCF)**, accèdent à un compte bancaire sans découvert autorisé, avec une carte à autorisation systématique. Ils bénéficient du plafonnement des frais d'incident bancaire à 20€ par mois et 200€ par an. **Cette offre spécifique dédiée à la clientèle fragile a vu son nombre de clients progresser de 45% en un an à La Banque Postale** ;
- En sensibilisant les clients en situation de fragilité financière et en mettant à leur disposition des outils d'aide à la gestion du budget et des contenus d'éducation budgétaire ;
- En détectant les clients fragiles avec **un score prédictif et une définition des clients fragiles la plus inclusive de la place** ;
- En mettant à leur disposition gracieusement **L'Appui, une plateforme téléphonique d'accompagnement budgétaire et bancaire**, dédiée à tout client qui rencontre des difficultés financières passagères ou durables.

A propos de La Banque Postale

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un bancassureur européen de premier plan, 11ème de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires diversifié lui permet d'accompagner 20 millions de clients personnes physiques et morales avec une gamme complète accessible à tous. Filiale du Groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec 17 000 points de contacts dont 7 300 bureaux de poste. Leader de la finance durable, elle figure aux 1ers rangs des agences de notation extra-financière. Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », La Banque Postale se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanale de services de bancassurance articulée autour de trois marques distinctes : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale. Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale se positionne au service d'une transition juste, répondant aux enjeux environnementaux, sociétaux, territoriaux et numériques.

Contacts presse :

France Plasse – france.plasse@laposte.fr – 06 08 47 75 41