



## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 21 mars 2017

### **La Banque Postale lance un plan d'inclusion bancaire par le numérique**

**A l'occasion de la tenue des 1<sup>e</sup> Assises de la Banque Citoyenne le 21 mars 2017 au siège de La Banque Postale en présence des principaux acteurs de l'inclusion bancaire, La Banque Postale a annoncé le lancement d'un plan d'inclusion bancaire par le numérique. Elle souhaite apporter des réponses aux défis liés à la transition numérique et aux opportunités qu'elle peut apporter au plus grand nombre. Ce projet, une première dans le secteur bancaire, fait l'objet d'une démarche inédite de co-construction avec des référents de l'action sociale, spécialistes du numérique.**

La Banque Postale, banque et citoyenne, a souhaité mettre en œuvre un plan d'inclusion bancaire par le numérique sur tout le territoire et tous ses canaux, en face à face ou à distance.

*« Dans un monde qui change sous l'effet des progrès et des usages digitaux croissants, La Banque Postale est la première à lancer un plan d'action de ce type, et elle le fait avec la puissance du Réseau la Poste et de ses équipes », a affirmé Remy Weber, Président du Directoire de La Banque Postale.*

Grâce à une étude menée en février 2017 dans un panel de bureaux de poste situés dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville, La Banque Postale a pu dénombrer que la moitié de ses clients rencontrent des difficultés avec le numérique. Parmi eux, 26 % sont en forte précarité, voire en exclusion numérique, tandis que 24 % sont en faible précarité numérique.

Le plan proposé par La Banque Postale concerne tous les clients qu'ils soient en situation d'exclusion, de faible ou de forte précarité numérique. Il se déclinera en trois actions phares :

1. Proposer une alternative relationnelle physique ou à distance au 100 % numérique aux personnes exclues du numérique, chaque fois que cela est possible.
2. Accompagner vers la transition numérique les personnes en forte précarité numérique.
3. Développer des services numériques inclusifs pour les personnes en faible précarité numérique.

Ainsi, La Banque Postale souhaite œuvrer à des alternatives pour que la digitalisation des services bancaires et d'assurance n'exclut aucun de ses clients notamment les plus éloignés du numérique. Elle s'engage aussi à mener des actions de détection, d'accompagnement et de pédagogie au numérique pour réduire les conséquences de la fracture digitale sur l'accessibilité aux produits et services bancaires.

Pour mettre en œuvre ces propositions, La Banque Postale s'appuiera sur les équipes du Réseau La Poste et sur un acteur social, spécialiste du numérique, Wetechcare, association créée par Emmaüs Connect, avec qui elle a signé un partenariat ce jour.

*« A l'heure du numérique, inclusion bancaire et inclusion numérique sont étroitement liées. La Banque Postale et WeTechCare s'associent pour accompagner les clients de La Banque Postale vers l'usage de services bancaires en ligne. Au travers de ce partenariat, il s'agit de développer l'autonomie numérique des personnes, et ainsi de faire du numérique une chance pour tous », a déclaré Jean Deydier, Directeur d'Emmaüs Connect et Fondateur de WeTechCare*

En France, environ 5 millions de personnes sont en situation de précarité financière ou/et exclusion numérique, selon les travaux de WeTechCare et Emmaüs Connect.

Le partenariat avec WeTechCare se construira dans la durée. La Banque Postale va notamment soutenir le développement du site « LES BONS CLICS ». Elle co-construira avec les équipes de WeTechCare la rubrique « services financiers » pour proposer des outils pédagogiques accélérateurs d'usage et d'autonomie au numérique autour de services bancaires en ligne tels que 'consulter mes comptes', 'imprimer un rib', 'effectuer un virement'.

Dans une période de diversification et d'innovation de ses activités au service de tous ses clients, La Banque Postale continue d'affirmer sa singularité de « banque et citoyenne ». Elle innove pour lutter contre la démocratisation inégale des usages digitaux et favoriser ainsi l'accès de tous aux services de banque et d'assurance.

*« Nous sommes un pilier de l'inclusion bancaire : il est impensable aujourd'hui de ne pas prendre en compte, après la fracture bancaire, la fracture numérique. Ce plan est inédit par son ampleur et nous espérons ouvrir la voie d'une mobilisation autour de l'inclusion bancaire par le numérique », a précisé Rémy Weber.*

\* \*  
\*

## **A propos de La Banque Postale**

La Banque Postale, filiale du groupe La Poste est présente sur les marchés de la banque de détail, de l'assurance et de la gestion d'actifs. Banque et citoyenne, elle accompagne ses clients dans une relation bancaire durable avec une gamme complète de produits et services accessibles, à un tarif raisonnable. Banque de proximité et de service public, La Banque Postale répond aux besoins de tous : particuliers, entreprises, professionnels et secteur public local. Elle est au service de ses clients à travers le réseau des bureaux de poste, sur Internet et par téléphone dans une relation totalement multicanal.

### **Contacts presse :**

Presse écrite  
David Lhote  
[david.lhote@laposte.fr](mailto:david.lhote@laposte.fr)

Florian Pontarollo  
[florian.pontarollo@laposte.fr](mailto:florian.pontarollo@laposte.fr)

Audiovisuel  
Jacques Gourier  
[jacques.gourier@laposte.fr](mailto:jacques.gourier@laposte.fr)

## **FICHE 1 :**

### **L'EXCLUSION NUMERIQUE EN FRANCE**

L'exclusion numérique est un phénomène de masse pour plus de 5 millions de citoyens qui cumulent précarité sociale et numérique, la numérisation représentant un facteur d'exclusion supplémentaire.

Pour initier son plan d'inclusion bancaire par le numérique, La Banque Postale s'est appuyée sur les constats issus des études nationales menées en 2015 par WeTechCare, ainsi que par une étude spécialement conduite début 2017 au sein de bureaux de poste auprès de ses clients.

Il ressort de la première étude que la précarité numérique est protéiforme : difficultés d'accès liées à la bancarisation des personnes et au coût des équipements, au manque de compétences numériques, méconnaissance des opportunités qu'Internet peut offrir, démotivation ou peur face aux nouvelles technologies... sont autant de freins à l'inclusion numérique – et donc sociale – des plus fragiles.

L'âge (59 % des non internautes ont plus de 70 ans), le niveau d'étude (52 % n'ont pas de diplôme) et de revenus (61 % disposent de bas revenus), le lieu de résidence (52 % habitent en zone rurale) sont les facteurs qui influent le plus.

Parmi les 5 à 8 millions de personnes touchées<sup>1</sup>, l'exclusion numérique concerne environ 20 %, en majorité des personnes âgées, les sans domicile fixe, tandis que la précarité numérique forte (60 %) touche les migrants et les familles en difficulté. Les jeunes en insertion et les demandeurs d'emplois sont quant à eux en précarité numérique faible.

#### **Les résultats de l'étude conduite dans les bureaux de poste**

Pour initier son plan d'inclusion bancaire par le numérique, La Banque Postale s'est appuyée sur les constats issus des études nationales menées en 2015 par WeTechCare, ainsi que par une étude spécialement conduite début 2017 au sein de bureaux de poste auprès de ses clients. 1 078 réponses ont ainsi été recueillies dans cinq bureaux de poste : Aulnay-sous-Bois, Epinay-sur-Seine, Les Lilas, Saint-Denis et Tremblay-en-France.

#### **Principales conclusions de l'enquête auprès des publics de La Banque Postale**

- 1.** Un client sur deux qui se déplace en agence n'est pas autonome sur le numérique :
  - 50% des clients interrogés maîtrisent les compétences numériques nécessaires pour utiliser en toute autonomie les services en ligne de La Banque Postale. Par contre, une partie d'entre eux continuent à se déplacer en agence même pour des démarches simples. Cela veut dire qu'il faut les informer mieux sur les services disponibles en ligne et surtout leur montrer l'intérêt par rapport aux démarches en agence.
  - Parmi les 50 % restants 3 catégories se distinguent :
    - 17 % des personnes interrogées sont en situation d'exclusion numérique. Ces personnes n'ont aucune compétence numérique de base et ont donc besoin d'être assistées numériquement pour faire des démarches en ligne.

---

<sup>1</sup> \*études WeTechCare/Crédoc

Pour ceux qui sont en capacité d'apprendre et qui le souhaitent il est également nécessaire de leur proposer des ateliers d'initiation au numérique.

- 9 % sont en précarité numérique forte. Cette catégorie a peu de compétences numériques et a donc besoin de formations de perfectionnement pour renforcer les acquis et avancer vers l'autonomie.
  - Finalement, 24 % sont en situation de précarité numérique faible. Cette catégorie est proche de l'autonomie numérique et a besoin surtout de réassurance et d'un accompagnement « coup de pouce ».
- 2.** 50 % des publics qui se rendent en agence n'utilisent aucun service en ligne de La Banque Postale.
  - 3.** Cette enquête confirme que l'exclusion numérique touche particulièrement 2 publics : les seniors et les précaires. Il faut noter que les jeunes doivent aussi être accompagnés, contrairement aux idées reçues. En effet, bien que les moins de 25 ans sont très connectés et à l'aise avec les usages récréatifs du numérique, il n'y a pas une transposition systématique vers des usages professionnels ou administratifs.
  - 4.** La motivation reste le principal levier pour accompagner les publics vers une utilisation autonome du numérique. Le partenariat entre La Banque Postale et WeTechCare s'inscrit dans ce contexte car la question bancaire sera au cœur des solutions proposées. L'objectif est de tirer les gens vers le numérique par l'inclusion bancaire, et ainsi renforcer globalement leurs capacités grâce à une meilleure maîtrise du numérique.

## **FICHE 2 :**

### **LE PLAN D'INCLUSION BANCAIRE PAR LE NUMERIQUE DE LA BANQUE POSTALE**

**La Banque Postale a annoncé le lancement d'un plan d'inclusion bancaire par le numérique, co-construit avec WeTechCare, association créée par Emmaüs Connect. Ce plan d'action, qui se déploiera notamment au sein du réseau des 9 000 bureaux de poste et qui sera porté par les équipes du Réseau la Poste, est inédit par son ampleur.**

La Banque Postale, Banque et citoyenne, a souhaité mettre en œuvre un plan d'inclusion bancaire par le numérique sur tout le territoire et tous ses canaux, en face à face ou à distance.

La Banque Postale a choisi Wetechcare, association créée par Emmaüs Connect, qui développe des solutions qui permettent un accompagnement massif des publics fragiles vers l'autonomie numérique.

Ce plan concerne tous les clients qu'ils soient en situation d'exclusion, de faible ou de forte précarité numérique. Il se déclinera en trois actions phares :

1. Proposer une alternative relationnelle physique ou à distance au 100 % numérique aux personnes exclues du numérique, chaque fois que c'est possible.
2. Accompagner vers la transition numérique les personnes en forte précarité numérique.
3. Développer des services numériques inclusifs pour les personnes en faible précarité numérique.

#### **Trois mesures phares**

**La première s'adresse aux « exclus » du numérique à qui La Banque Postale s'engage à proposer une alternative au 100 % digital avec une relation clients solidaire et adaptée, soit en face à face soit à distance.**

**La relation 100 % humaine** est notamment essentielle dans les quartiers prioritaires de la politique de la ville (QPV) où difficultés sociales et difficultés numériques se cumulent. Les gestionnaires de clientèle y accompagnent les clients dans les opérations bancaires courantes en appui des chargés de clientèle. 300 Bureaux de Poste situés en ZUS (zone urbaine sensible) et QPV proposent des interprètes, médiateurs ou associations pour accompagner tous les clients en situation en vulnérabilité administrative.

**A distance**, les chargés de clientèle de L'Appui qui accompagnent déjà par des conseils bancaires et budgétaires les clients rencontrant des difficultés financières, détecteront et orienteront les clients en difficulté numérique vers les structures associatives spécialisées.

**La deuxième mesure phare concerne les clients en précarité numérique forte grâce à un nouveau mode relationnel renforcé et structuré. Il sera co-porté avec des réseaux associatifs pour autonomiser les clients sur les services bancaires en ligne essentiels au quotidien.**

Au-delà de ce que La Banque Postale fait déjà en bureau de poste et à distance via des aides à l'utilisation des services en ligne par téléphone (aide à la montée de version des navigateurs, aide à l'utilisation de certaines fonctionnalités, etc.), elle lance un

programme de formation d'une ampleur inédite porté par les équipes des bureaux de poste. Après avoir évalué le niveau le niveau de compétences numérique des clients, elle les formera aux services bancaires en ligne essentiels et/ou les orientera vers les réseaux des aidants numériques les plus proches.

**Concernant ces réseaux d'aidants,** La Banque Postale apportera son soutien à ce modèle en cours de création pour le développer et le pérenniser. Elle co-construira par ailleurs avec eux des formations adaptées pour autonomiser les clients aux services bancaires en ligne essentiels.

**Enfin, pour les clients en faible précarité numérique et plus largement pour tous ses clients,** La Banque Postale continuera à développer des services numériques transparents, simples et intuitifs pour être encore plus inclusifs. Elle vient de lancer un service de vidéo chat pour les clients sourds et malentendants qui a rencontré un vif succès dès son lancement.

Depuis le début de sa mise en place (17 janvier au 3 mars), ce service comptabilise en moyenne plus de 120 appels par semaine.

La Banque Postale s'apprête à lancer Talk to pay, première solution d'authentification par biométrie vocale sur le marché français. Conforme aux valeurs de la Banque, cette innovation offre un dispositif accessible au plus grand nombre – et notamment aux personnes malvoyantes – sur tous types de téléphone (et pas uniquement les smartphones).

La Banque Postale participe également à la création d'un service digital de gestion budgétaire, développée par l'Agence nouvelle des solidarités actives (ANSA) et par SOS Famille Emmaüs Nanterre, à l'initiative du projet. La version beta disponible à la fin du premier semestre 2017 sera testée avec des clients en fragilité sociale et financière.

La Banque Postale soutient enfin l'application bénéficiaire de Crésus qui permet aux personnes en surendettement de mieux suivre leur budget.

### **En savoir plus sur WeTechCare**

Wetechcare a été créée pour développer des solutions qui permettent un accompagnement massif des publics fragiles vers l'autonomie numérique. Les projets de l'association couvrent les dimensions suivantes :

- LesBonsClics, une plateforme numérique « tremplin » pour faciliter l'accès de tous aux services numériques essentiels (accès aux droits, services financiers,...). La plateforme héberge des fonctionnalités de e-learning et collaboratives. Elle permet la mise en lien entre des personnes en difficulté sur le numérique et des aidants, professionnels ou bénévoles, autour de contenus pédagogiques adaptés, facilitant la prise en main des services numériques essentiels.

- Une expertise pour la construction de réseau d'aidants sur les territoires en lien avec les collectivités, les acteurs sociaux, la médiation numérique et les associations dédiées au soutien de proximité.

WeTechcare conseille aujourd'hui des collectivités telles que la Ville de Paris ou le département de Seine Saint Denis dans la construction de leur stratégie d'inclusion numérique.

- En lien avec son association sœur Emmaüs Connect, elle propose des ateliers aux publics pour s'initier aux services numériques clés. Elle permet également l'accès, à tarif solidaire, à des offres de connexion à la téléphonie mobile et l'internet mobile.

## **FICHE 3 :**

### **L'ACCESSIBILITE DES OUTILS DIGITAUX DE LA BANQUE POSTALE EN CONSTANTE AMELIORATION**

**Pour répondre à la digitalisation croissante des usages bancaires, La Banque Postale améliore sans cesse l'accessibilité numérique de son offre pour ses clients et prospects, quelle que soit leur situation.**

La Banque Postale propose un dispositif omnicanal sans équivalent sur le marché. Les clients ont la possibilité de choisir le canal qui leur convient le mieux parmi : 17 000 points de contact dont 9 000 bureaux de poste sur tout le territoire, le téléphone (3639), internet (labanquepostale.fr) et internet mobile.

L'utilisation de ces derniers est en plein essor. Labanquepostale.fr compte 50 millions de visites par mois. Plus de 5,3 millions de clients se connectent chaque mois sur leur Banque en ligne ou leur application La Banque postale. L'usage du mobile ne cesse de croître tant en termes d'utilisateurs que d'usage : les connexions à l'espace clients via l'application mobile dépassent maintenant celles via Internet, avec 44 millions de connexions par mois.

#### **Accessibilité des produits et services pour tous**

Aujourd'hui, quel que soit le support utilisé (web, tablette, smartphone), les parcours proposés offrent un haut niveau d'accessibilité numérique à l'information, aux produits et aux services. Il est aussi possible d'obtenir de l'aide en ligne ou de bénéficier de services dédiés (formulaire assistance accessibilité numérique, mode opératoire accessibilité en ligne, édition de relevés en braille...)

#### **Accessibilité des produits et services pour les personnes en situation de handicap**

Le site Labanquepostale.fr satisfait aux critères obligatoires du Référentiel Général d'Accessibilité des Administrations (RGAA), et prend en compte bon nombre de critères supplémentaires.

Sur tout le site, la taille du texte peut être augmentée ; Toutes les associations de couleurs utilisées sur le site ont été testées de façon à produire un taux de contraste facilitant la navigation pour les personnes déficientes visuelles ; La Banque Postale fournit à ses clients un clavier virtuel de connexion sécurisé et vocalisé. Enfin, une boîte aux lettres dédiée à l'accessibilité numérique est disponible pour décrire tout problème en relation avec le handicap ou avec les outils d'adaptation.

La Banque Postale a amélioré en janvier 2017 l'accessibilité de son site Internet en mettant en place un onglet « Espace sourds et malentendants » qui permet à toute personne, cliente ou non, d'être mise en relation avec un conseiller maîtrisant la Langue des Signes Française (LSF) via une relation vidéo. Celui-ci peut alors l'orienter en fonction de ses besoins : apporter des renseignements sur les rubriques du site La Banque Postale, orienter les clients sur la banque en ligne pour la gestion des comptes ou la souscription de produits, proposer d'écrire à son Centre Financier via la messagerie sécurisée, ou encore l'aider pour une prise de rendez-vous avec un conseiller.

#### **Aide et pédagogie sur les usages digitaux**

Tutoriels, moteur de recherche de type FAQ (70% de clients satisfaits), tchat à disposition des prospects, service SAV sur Twitter, espace dédié sur la chaîne YouTube... La Banque Postale multiplie les actions pédagogiques pour aider ses clients à utiliser les fonctionnalités digitales jusqu'à leur proposer une aide technique en ligne via le 3639 (aide sur montée de version des navigateurs, accès via identifiant et mot de passe, aide à l'utilisation de certaines fonctionnalités).

### **Une démarche de long terme qui complète l'accessibilité des bureaux de Poste**

Pour développer l'accessibilité de ses médias digitaux, La Banque Postale s'appuie sur des référents « accessibilité numérique » internes et s'est dotée de l'accompagnement permanent d'un partenaire expert. Elle a la volonté d'offrir des interfaces et services en ligne pour tous répondant aux exigences que s'est fixées le groupe La Poste en matière d'accessibilité numérique.

La démarche de La Banque Postale s'intègre dans celle initiée dans de nombreux bureaux de poste depuis 2013. Un accompagnement personnalisé est mis en place dès l'entrée des clients dans l'espace de vente, des rendez-vous clients avec un interprète LSF sont expérimentés, et de nombreux espaces sont équipés d'amplificateur de son pour un meilleur échange avec les personnes équipées ou non d'appareil auditif. Le 3631 (service consommateur de La Poste) et le site internet [www.laposte.fr](http://www.laposte.fr) sont également accessibles aux sourds et malentendant.