



COMMUNIQUÉ

FÉDÉRATION NATIONALE DES SALARIÉS DU SECTEUR DES ACTIVITÉS POSTALES ET DE TÉLÉCOMMUNICATIONS CGT
263, rue de Paris - Case 545 - 93515 Montreuil Cedex Tél. 01 48 18 54 00 • Fax 01 48 59 25 22 • www.cgt-fapt.fr • fede@cgt-fapt.fr

Montreuil, le 12 juillet 2012

La Banque Postale

Contacts presse

Sylvie Féola

Claude Quinquis

La Banque Postale soigne sa communication afin de valoriser ses actions auprès des clients à forte valeurs ajoutées !

Elle oublie de communiquer sur la suppression de toutes les prestations issues du service public postal qui faisaient jusqu'à présent sa spécificité de « banque pas comme les autres » et sa différence avec le monde bancaire, notamment pour les particuliers.

Une enveloppe qui passe de 2 Mds d'€ à 4 Mds d'€, pour offrir l'accès aux prêts pour les collectivités locales, mais où prend elle l'argent ?

La Banque Postale omet de communiquer sur les mesures qui piochent dans la poche de ses clients !

- Modification de la date de prélèvement des cartes bancaires à débit différé qui passe dès septembre du 5 du mois au dernier jour du mois ouvré. Difficile pour les clients, qui se verront, pour le débit différé d'août, prélevés en septembre le 5 et le 28. Le mois est bien choisi pour une telle décision : retour de congés, rentrée scolaire, tiers provisionnel.

- Abaissement du plafond du compte Jeune « Swing » qui est passé de 3000 euros à 1600 euros. Une perte financière pour les jeunes puisque la rémunération est de 3,25 % contre 2,25 % pour le livret A. Les jeunes sont largement courtisés par les banques comme clients potentiels. Cette mesure n'est pas un geste commercial, ne sont-ils pas la population qui à le plus besoin d'être soutenu financièrement dans la période ?

A cela s'ajoute :

- 35 euros de frais supplémentaires pour les clients possédant un compte inactif, Il a fallu des centaines de réclamations pour que La Banque Postale fasse machine arrière de cette décision.

- La facturation de 0,65 euros des le 6ème retrait d effectué dans un distributeur de billets non postal.

- L'augmentation régulière de tous les tarifs avec l'argumentation que celle-ci reste encore la banque la moins chère sur le marché.

Tout cela sous couvert d'un alignement sur les autres banques. Le directeur de La Banque Postale affirme vouloir « prouver sa différence ».

On se demande bien laquelle ???

Il met en place une stratégie axée sur le profit financier.

« Une banque différente qui le prouve chaque jour à ses clients » « Banque de tous, Banque utile, Banque de confiance, Banque responsable, Banque attentive » les dirigeants ne manquent pas d'éloges pour la définir.

Mais pour qui et à quel prix ??

Sous couvert d'évolution, de changement, de vouloir répondre à tous, ils suppriment ce qui fait sa différence.

La CGT dit « STOP à cette hémorragie ». Les dirigeants de la Banque Postale et de la Poste doivent cesser de dilapider un héritage construit à partir du service public.

Pour se réclamer du service public, il faut en appliquer les valeurs. Accessibilité bancaire, égalité de traitement quel que soit le revenu, gratuité des prestations indispensables à la vie quotidienne, tout ce qui touche au droit fondamental de l'accessibilité bancaire.

Il est grand temps que La Banque Postale joue véritablement son rôle de Service Public.

Répondre aux besoins de toute la population, Être la banque de proximité,

Proposer des services différents et gratuits accessibles à tous, sur tout le territoire.