



COMMUNICATION
CONSEIL CULTURE
S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

ENGAGÉS ET RESPONSABLES, BÂTISSONS ENSEMBLE LA POSTE 2030.



FLASH INFO !

de vos administrateurs parrainés par la CFDT

N°3 - Mai 2021



© Domaine public



LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION DE LA POSTE : UN MODÈLE INNOVANT ET MODERNE !

© Benjamin Genet



© La Poste/L.Pebeyre

Le milieu bancaire ne cesse de se transformer à un rythme accru surtout depuis la crise de la Covid19. Une étude de Columbus Consulting réalisée entre février et mars de cette année par Opinion Way (*échantillon représentatif de 1100 Français*) montre que la fréquentation des agences est en baisse de 13% par rapport à 2019. Cette érosion de la fréquentation devrait se poursuivre cette année, 6% des Français ayant l'intention de se rendre moins fréquemment dans leur agence à l'avenir, une part qui monte à 11% lorsqu'il s'agit de clients patrimoniaux.

L'étude montre que pour inverser la tendance, les banques doivent se réinventer. **Selon cette étude, deux tiers des clients des banques traditionnelles, et quatre jeunes sur cinq, pourraient se rendre plus régulièrement en agence si celle-ci fournissait de nouveaux services, comme être un point relais (46%), proposer des formations (42%), des événements (39%) ou devenir un espace de coworking (22%).** La Poste dispose du seul réseau national à proposer d'autres services que bancaires (*colis, courrier, aides à la personne, accès aux services publics dans les MSAP ou Maison France Services, etc.*) mais également comme cela est le cas à Arcachon, un espace de coworking. **Notre réseau de distribution multi-métiers et multi-services est en parfaite adéquation avec les attentes des Français, et La Poste devrait communiquer plus cet avantage commercial !**

L'étude révèle également que 14% des Français prévoient de changer de banque dans les douze prochains mois, ces derniers évoquant en guise de premier argument le prix (40%), devant la qualité des services (28%) et les promotions (22%). L'argument du prix est un marqueur essentiel pour se tourner vers les néo-banques et les banques en ligne qui gagnent en notoriété, et les agents et salariés des bureaux de poste l'ont bien compris en devenant de formidable ambassadeurs de Ma French Bank.

Tous ces éléments montrent à quel point notre réseau de distribution est un outil essentiel, que tous les moyens doivent être mobilisés (*fonds propres mais également compensations de l'Etat pour répondre à l'accessibilité bancaire*) et que les transformations d'usages doivent être accompagnées par de la formation aux agents et salariés du Réseau. Les administrateurs parrainés par la CFDT seront attentifs à la trajectoire financière au sein de la Maison Mère et demanderont des bilans d'impacts des actions menées par la Direction.



Téléchargez l'appli