

Philippe Monnier
Sandrine Mahier-Lefrançois

TECHNIQUES
TERTIAIRES

Techniques bancaires

2017/2018

- > Les marchés financiers > Les crédits > La fiscalité
- > L'environnement bancaire > Produits d'épargne et d'assurance
- > Compte et moyens de paiement > La relation bancaire en mutation

8^e édition

DUNOD



Comment utiliser les compléments en ligne de ce livre ?

1. Téléchargez un lecteur de QR code gratuit et photographiez le QR code avec votre mobile
2. Ou allez directement sur www.techniquesbancaires.fr
3. Téléchargez mises à jour et contenus complémentaires

Graphisme couverture : SG Création

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements



d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).

© Dunod, 2017

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-076516-4

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Avant-propos

Le système bancaire vit actuellement de profondes mutations et c'est en conséquence l'ensemble du modèle économique qui est à repenser, en particulier pour affronter de nouvelles formes de concurrence. Ces changements s'accompagnent également d'évolutions réglementaires fortes que l'on retrouve dans les différents codes de référence (Code monétaire et financier, Code des assurances, Code de la consommation, Code pénal, Code civil).

Table des matières

L'ENVIRONNEMENT BANCAIRE

1	L'organisation du système bancaire	2
2	La mercatique bancaire	10
	Applications	15
3	La segmentation des clientèles	16
	Application	17
4	La connaissance du client bancaire	19
	Applications	21
5	Le cycle de vie du client	24
	Application	25
6	L'analyse externe de l'agence	27
	Application	29
7	L'analyse interne de l'agence	30
	Application	32
8	La rentabilité de l'agence et du portefeuille	35
	Applications	39
9	Un zoom sur la négociation bancaire	40
	Applications	
	Entraînement à la certification professionnelle	43

LE COMPTE ET LES MOYENS (SERVICES) DE PAIEMENT

10	Le compte bancaire et son ouverture	48
	Applications	58

11 L'entretien en face à face	59
Applications	66
12 Les incidents de fonctionnement	68
Applications	71
13 Les agios et autres frais bancaires	73
Applications	77
14 Les services associés au compte	81
Applications	83
15 Le chèque	85
Application	92
16 Les cartes bancaires	93
Applications	97
17 La vente de cartes bancaires : la montée en gamme	98
Application	100
18 Les autres services de paiement	102
Application	105
19 La clôture du compte	106
Applications	
Entraînement à la certification professionnelle	109

LA FISCALITÉ DU PARTICULIER

20 Le système fiscal français	112
21 Les revenus catégoriels et le calcul de l'impôt sur les revenus	115
Application	123
22 Les revenus fonciers et les plus-values immobilières	124
Applications	129

23 Les revenus de capitaux mobiliers et les plus-values de cessions de valeurs mobilières	131
Applications	135
24 L'impôt de solidarité sur la fortune (ISF)	137
Application	139
25 Les successions et donations	141
Application	147
26 Les produits de défiscalisation	149
Applications	
Entraînement à la certification professionnelle	152

L'ÉPARGNE BANCAIRE ET FINANCIÈRE

27 Éléments de mathématiques financières	156
Applications	159
28 L'épargne bancaire	161
Application	167
29 Les produits d'épargne à terme	168
Applications	170
30 L'épargne logement	173
Applications	179
31 L'assurance-vie	183
Applications	193
32 La vente de l'assurance-vie	196
Application	201
33 Le plan d'épargne retraite populaire (PERP)	203
Applications	209

34	Comment augmenter la collecte d'épargne du réseau ?	210
	Applications	
	Entraînement à la certification professionnelle	216

LES CRÉDITS

35	Les crédits de trésorerie et les crédits à la consommation	222
	Applications	227
36	La vente de crédits à court terme	229
	Application	231
37	Les crédits immobiliers et la gestion du risque	233
	Application	237
38	La vente d'un crédit immobilier	239
	Application	241
39	Les prêts aidés	242
	Application	247
40	Le coût d'un crédit	249
	Applications	256
41	Les opérations sur crédit	258
	Applications	263
42	Les prêts relais et prêts <i>in fine</i>	267
	Applications	
	Entraînement à la certification professionnelle	269

LES MARCHÉS FINANCIERS

43	L'organisation des marchés financiers	274
44	La cotation et le fonctionnement des marchés	277
	Application	280

45 Les ordres de bourse	283
Application	288
46 Les actions et opérations sur actions	289
Applications	292
47 Les obligations	293
Applications	296
48 Les organismes de placements collectifs en valeurs mobilières (OPCVM)	298
Application	305
49 Le plan d'épargne en actions (PEA)	306
Application	309
50 La vente d'un PEA	310
Applications	
Entraînement à la certification professionnelle	313

LES PRODUITS D'ASSURANCE

51 Les produits d'assurance	318
52 La vente de produits d'assurance	323
Applications	
Entraînement à la certification professionnelle	327

LA RELATION BANCAIRE EN MUTATION

53 La gestion d'un client mécontent	332
Applications	
Entraînement à la certification professionnelle	335
54 Le visage de la banque de demain : les innovations numériques à travers la banque 3.0	337
Index	339

L'ENVIRONNEMENT BANCAIRE

- 1** L'organisation du système bancaire
- 2** La mercatique bancaire
- 3** La segmentation des clientèles
- 4** La connaissance du client bancaire
- 5** Le cycle de vie du client
- 6** L'analyse externe de l'agence
- 7** L'analyse interne de l'agence
- 8** La rentabilité de l'agence et du portefeuille
- 9** Un zoom sur la négociation bancaire

1 L'organisation du système bancaire

Avant toute chose, il est indispensable de se référer au Code monétaire et financier pour bien comprendre qui sont les acteurs du système bancaire français et leurs prérogatives.

Extrait de l'article L. 511-1

« Les établissements de crédit sont les entreprises dont l'activité consiste, pour leur propre compte et à titre de profession habituelle, à recevoir des fonds remboursables du public mentionnés à l'article L. 312-2 et à octroyer des crédits mentionnés à l'article L. 313-1.

Les sociétés de financement sont des personnes morales autres que des établissements de crédit, qui effectuent à titre de profession habituelle et pour leur propre compte des opérations de crédit dans les conditions et limites définies par leur agrément. Elles sont des établissements financiers au sens du 4 de l'article L. 511-21 ».

Les opérations de banque comprennent la réception de fonds remboursables du public, les opérations de crédit, ainsi que les services bancaires de paiement. (Article L. 311-1).

Par ailleurs, un établissement de crédit peut réaliser des opérations connexes au sens de l'article L. 311-2 :

Extrait de l'article L. 311-2

1. Les opérations de change ;
2. Les opérations sur or, métaux précieux et pièces ;
3. Le placement, la souscription, l'achat, la gestion, la garde et la vente de valeurs mobilières et de tout produit financier ;
4. Le conseil et l'assistance en matière de gestion de patrimoine ;
5. Le conseil et l'assistance en matière de gestion financière, l'ingénierie financière et d'une manière générale tous les services destinés à faciliter la création et le développement des entreprises, sous réserve des dispositions législatives relatives à l'exercice illégal de certaines professions ;
6. Les opérations de location simple de biens mobiliers ou immobiliers pour les établissements habilités à effectuer des opérations de crédit-bail ;
7. Les services de paiement mentionnés au II de l'article L. 314-1 ;
8. L'émission et la gestion de monnaie électronique.

Lorsqu'il constitue la fourniture de services d'investissement au sens de l'article L. 321-1, l'exercice des opérations connexes et de l'activité de conservation est subordonné à l'agrément préalable prévu à l'article L. 532-1.

L'activité bancaire (mesurée par le Produit Net Bancaire) représente 2,3 % de l'emploi salarié privé avec 371 000 emplois en 2015 (dont 39 000 recrutements).

1 Les différentes catégories d'établissements

Le livre V du code monétaire et financier distingue :

- ▶ les prestataires de services bancaires ;
- ▶ les prestataires de services de paiements, les changeurs et les émetteurs de monnaie électronique ;
- ▶ les prestataires de service d'investissement (PSI) ;

- ▶ les autres prestataires (les conseillers en investissement financier, les conseillers en investissement participatif, les intermédiaires en investissement participatif, les sociétés de gestion de placements collectifs).

A Les prestataires de services bancaires

Catégories d'établissement	Caractéristiques
Banques commerciales	Banque de détail traditionnelle, banque de marché, banques d'affaires, banques universelles. Ces banques sont des sociétés de capitaux (BNP Paribas, Société Générale, LCL).
Banques coopératives ou mutualistes	Les clients de ces réseaux sont porteurs de parts sociales. C'est la différence essentielle avec les banques commerciales (Crédit Mutuel, Caisse d'Épargne, Crédit Agricole).
Caisses de crédit municipal	Établissement public de crédit et d'aide sociale. Octroi des crédits, collecte des dépôts et offre des services bancaires. Ces caisses ont un droit exclusif pour les prêts sur gage corporels confirmé par la loi du 15 juin 1992.
Établissement de crédit Spécialisés (ECS)*	Elles ne peuvent pas réaliser toutes les opérations de banques. Crédit foncier et société de financement de l'habitat. Crédit aux entreprises, affacturage.
Sociétés de financement	Société de cautionnement, société de crédit-bail (mobilier, immobilier).

*La directive CRD4 a modifié la définition des établissements de crédit. L'ordonnance du 27 juin 2013 a supprimé le statut des sociétés financières et des institutions financières spécialisées, remplacées ainsi par les établissements de crédit spécialisés et les sociétés de financement.

Aujourd'hui, le marché français est dominé par 5 grands réseaux (Crédit Agricole-LCL, BNP-Paribas, le groupe Caisse d'Épargne-Banque Populaire, le groupe Crédit Mutuel-CIC, la Société Générale). Le système bancaire gère 73 millions de comptes à vue et 150 millions de comptes à terme et comptes d'épargne à régime spécial (Livret A, livret bleu, CEL, PEL, LEP, livret Jeune, livret de développement durable).

Des banques en ligne ont été créées par des groupes bancaires pour compléter leur réseau d'agences bancaires physiques dites « de proximité ».

Quelques exemples de banques en ligne : Boursorama Banque (filiale de la Société Générale, positionnement visé : banque universelle), Fortuneo (filiale du Crédit Mutuel Arkea) ; B for Bank (émanation des caisses régionales du Crédit Agricole hors Ile-de-France, positionnement visé : banque en ligne haut de gamme), Cortal Consors (filiale de BNP-Paribas) ; ING Direct (filiale du groupe néerlandais ING, positionnement visé : banque universelle).

Le paysage bancaire a considérablement changé ces dernières années avec l'apparition de nouveaux acteurs (les FinTech) et l'accélération de la digitalisation des processus. Ces évolutions ont conduit à une révision de la directive des services des paiements (DSP). Ainsi, la DSP2 (octobre 2015) devrait entrer en vigueur en France le 13 janvier 2018. En effet, l'article 70 de la loi Sapin 2 autorise sa transposition en droit français par voie d'ordonnances.

Les FinTech proposent des services financiers (plateforme de financement participatif, conseil en investissement financier...), des services de gestion avec les agrégateurs (les

services d'agrégation d'informations permettent aux clients multibancarisés de bénéficier d'une vision consolidée de l'ensemble de leurs comptes sur une seule interface), des services de paiement (qui permettent au client de demander à un tiers de présenter et d'exécuter des opérations de paiements aux banques en son nom)¹.

Afin de mieux suivre ces évolutions, l'AMF a créé une division « Fin Tech, Innovation et Compétitivité » en juin 2016.

B Zoom sur la part sociale de la banque mutualiste

Cette banque émet des parts sociales. Une part sociale peut être vue comme « mi-action et mi-obligation » dans le patrimoine de la banque mutualiste. Un client qui a souscrit une part sociale devient sociétaire de la banque. L'argent des clients sociétaires investi en parts sociales renforce les capitaux propres de la banque. À titre d'exemple, l'assurance-vie mobilise des fonds propres.

Le sociétariat permet de fidéliser la clientèle et de faire participer celle-ci à la gouvernance du groupe. Le sociétaire devient alors membre d'un mouvement mutualiste fortement enraciné dans la vie locale. Il participe alors à l'assemblée générale de la caisse (communication des résultats...), élit des administrateurs, peut être candidat à l'élection des membres du conseil de la caisse et ainsi participer à l'orientation, à la mise en œuvre, à l'animation et au contrôle de l'activité de la caisse. Des produits et services peuvent même lui être exclusivement réservés. Une part sociale s'échange à sa valeur nominale et n'est pas soumise aux fluctuations du marché. Le risque de perte en capital est faible. Mais en cas de défaillance de la banque, la valeur de la part sociale peut être réduite à 0. Le rendement de la part sociale se nomme « l'intérêt statutaire » (plafonné au taux moyen des obligations privées). Les parts sociales ne se cèdent pas rapidement (existence d'un préavis). La demande de remboursement est soumise à l'autorisation du conseil d'administration afin de respecter les ratios réglementaires de fonds propres. En pratique, une demande de remboursement n'est jamais refusée à condition qu'il y ait un acheteur en face. Les nouvelles normes réglementaires sur les capitaux propres des banques (Bâle III) peuvent entraîner un allongement des délais de remboursement des parts sociales. Une part sociale est donc moins liquide qu'un livret.

La fiscalité des actions est appliquée aux parts sociales : impôt sur la plus-value au barème de l'IR et prélèvements sociaux. Les dividendes sont également imposés au titre de l'IR après un abattement de 40 %. Si les parts sociales sont placées dans un PEA détenu dans l'établissement concerné, les prélèvements sociaux ne seront acquittés qu'à la clôture de plan.

2 La réglementation bancaire

A Les principaux textes sur l'activité bancaire

Textes	Contenu
Loi bancaire de 1984	Elle impose le principe d'universalité. La loi distingue : <ul style="list-style-type: none">▶ les banques ;▶ les établissements coopératifs, les caisses d'épargne et de prévoyance et les caisses de crédit municipal ;▶ les sociétés financières et les institutions financières spécialisées.

1. Source : Fédération Bancaire Française (FBF).





Textes	Contenu
Loi du 2 juillet 1996 : modernisation des activités financières	Cette loi concerne les services d'investissement (passage des ordres de bourse, compte titre). Les établissements de crédit ne sont alors plus seuls à proposer ces services puisqu'une nouvelle catégorie (les entreprises d'investissement) est créée.
Loi de juin 1999 sur l'épargne et la sécurité financière	Modification de statuts des caisses d'épargne qui deviennent des établissements de crédit coopératifs. Création également d'un fond de garantie des dépôts auquel doivent obligatoirement adhérer les établissements de crédit qui collectent des dépôts.
Loi MURCEF (mesure d'urgence à caractère économique et financier) en 2001	Loi qui prévoit un certain nombre de dispositions visant à améliorer la relation entre la banque et son client. Elle instaure en particulier la création d'un service de base bancaire, met en place un dispositif de médiation, généralise le recours aux conventions de compte et clarifie la communication sur les tarifs bancaires.
Loi du 2 août 2003 sur la sécurité financière	Création de l'autorité des marchés financiers par la fusion de la COB (Commission des opérations de bourse) et du CMF (Conseil des marchés financiers).
Ordonnance du 12 avril 2007	Transposition de la directive européenne sur les Marchés d'Instruments financiers (MIF).
Ordonnance du 30 janvier 2009	Transposition de la 3 ^e directive européenne sur la lutte contre le blanchiment des capitaux et le financement du terrorisme.
1 ^{er} novembre 2009	Entrée en vigueur de la directive des services de paiement (voir fiche 16).
Loi du 1 ^{er} juillet 2010	Loi Lagarde réformant le crédit à la consommation.
Loi du 26 juillet 2013	Loi de séparation et de régulation des activités bancaires.

B Les acteurs du système bancaire

Le système bancaire français est supervisé par le gouverneur de la Banque de France et le ministre de l'Économie et des Finances.

Les établissements de crédits visés par la loi bancaire de 1984 doivent adhérer, soit à un organisme professionnel, soit à des organes centraux.

- ▶ Organismes professionnels :
 - La Fédération Bancaire Française (FBF) ;
 - L'Association française des Sociétés Financières (ASF), l'Association Française des Marchés Financiers (AMAFI), L'Association Française de la Gestion financière (AFG) ;
 - La Conférence permanente des caisses de crédit municipal (CPCCM).
- ▶ Organes centraux :
 - Crédit Agricole SA ;
 - La Confédération nationale du Crédit Mutuel ;
 - L'organe central des Caisses d'Épargne et des Banques Populaires (BPCE) créé par la loi du 18 juin 2009.

Enfin, l'ensemble de ces organismes professionnels est affilié à l'Association française des établissements de crédit et des entreprises d'investissement.

Zoom sur la Banque publique d'investissement (BPI) : cette institution est chargée de soutenir les PME. Elle doit améliorer le financement public des entreprises, venir en aide aux PME, soutenir en priorité les « filières d'avenir ». La BPI regroupe les moyens de la banque publique OSEO, du fonds stratégique d'investissement (FSI) et de CDC Entreprises (filiale de la Caisse des dépôts). La BPI est détenue à parts égales par l'État et la Caisse des dépôts. Cette banque diffère des autres de par sa vocation à être un « investisseur de long terme, patient, responsable, n'attendant pas des taux de rentabilité comparables aux autres acteurs financiers ».

C Contrôle et supervision du système

Organe	Missions
Le Comité consultatif de la législation et de la réglementation financière	Assiste le ministre de l'Économie dans l'exercice du pouvoir réglementaire. Ce comité a pour mission de donner un avis sur tous les projets de texte relatifs à la réglementation bancaire et financière.
Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR)	Cet organisme : <ul style="list-style-type: none"> ▶ délivre les agréments; ▶ s'assure que les établissements de crédit et entreprises d'assurance remplissent leurs missions dans le respect des textes législatifs et réglementaires; ▶ valide les plans préventifs de rétablissement des établissements de crédit dans le cadre de sa mission de prévention et de résolution des crises bancaires; ▶ détient des pouvoirs de sanction.
Autorité des marchés financiers (AMF)	Elle délivre les agréments, contrôle les activités de services d'investissement (voir fiche 43).
Comité consultatif du secteur financier (CCSF)	Organisme chargé de la question des relations entre les clients et les établissements de crédit. Peut être à l'origine de propositions sur ces questions.

D Gestion des risques et contrôle prudentiel

De par sa nature, l'activité bancaire est une activité où le risque est permanent. Les banques doivent en effet faire face aux risques de crédit (risque d'immobilisation, de non-remboursement et de taux), aux risques opérationnels et aux risques de marché. La crise financière qui a débuté en 2007 avec la crise des *subprimes* s'est manifestée par une crise de liquidité sans précédent et la nécessité de recapitaliser de nombreuses banques. C'est pour cette raison que les règles prudentielles permettant d'éviter une crise systémique ont été renforcées avec les accords de Bâle III signés le 16 décembre 2010.

Les accords de Bâle III prévoient la création de deux nouveaux ratios de liquidité totalement opérationnels en 2019 (voir ci-après le calendrier).

- ▶ Ratio de liquidité à court terme : le ratio de liquidité à court terme (*Liquidity Coverage Ratio*, **LCR**) impose aux banques de détenir suffisamment d'actifs liquides de haute qualité pour résister à une pénurie de financement de 30 jours, sur la base d'un scénario défini par les responsables prudentiels.
- ▶ Ratio de liquidité à long terme : le ratio de liquidité à long terme (*Net Stable Funding Ratio*, **NSFR**) est un indicateur structurel conçu pour corriger les asymétries de liquidité. Il couvre la totalité du bilan et incite les banques à recourir à des sources de financement stables.

Source : Banque des règlements internationaux

Par ailleurs, le principal ratio de solvabilité (CORE TIER 1) sera porté de 2 % à 7 % (4,5 % + 2,5 % de coussin de conservation constitué en période haute du cycle économique et destiné à absorber les pertes dans un environnement conjoncturel dégradé).

Un coussin de fonds propres contra-cyclique (de 0 à 2,5 %) pourra être instauré afin de ralentir la croissance des crédits à l'économie en cas de besoin.

Calendrier de mise en œuvre Bâle III

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Common equity capital ratio			3,5 %	4 %	4,5 %	4,5 %	4,5 %	4,5 %	4,5 %
Coussin de conservation des fonds propres						0,625 %	1,25 %	1,875 %	2,5 %
Ratio minimal composante actions ordinaires + coussin de conservation			3,5 %	4 %	4,5 %	5,125 %	5,75 %	6,375 %	7 %
Ratio minimal de Tier 1			4,5 %	5,5 %	6 %	6 %	6 %	6 %	6 %
Ratio minimal de solvabilité			8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %
Ratio minimal de solvabilité + coussin de conservation			8 %	8 %	8 %	8,625 %	9,25 %	9,875 %	10,5 %

Source : d'après Banque des règlements internationaux

3 Les fichiers de la Banque de France

En qualité de banque centrale, c'est à la Banque de France qu'il revient de centraliser sous forme de fichiers les incidents et les évènements qu'enregistrent les différents acteurs du système bancaire. Ces fichiers sont consultables par les banques et vont être un outil supplémentaire d'appréciation du niveau de risque que représente tel client ou telle opération. Cependant, l'absence de fichiers positifs (fichiers recensant à la fois les incidents mais également permettant de garder une trace des encours de crédit par exemple) en France laisse la place à des zones d'incertitudes.

Les différents fichiers

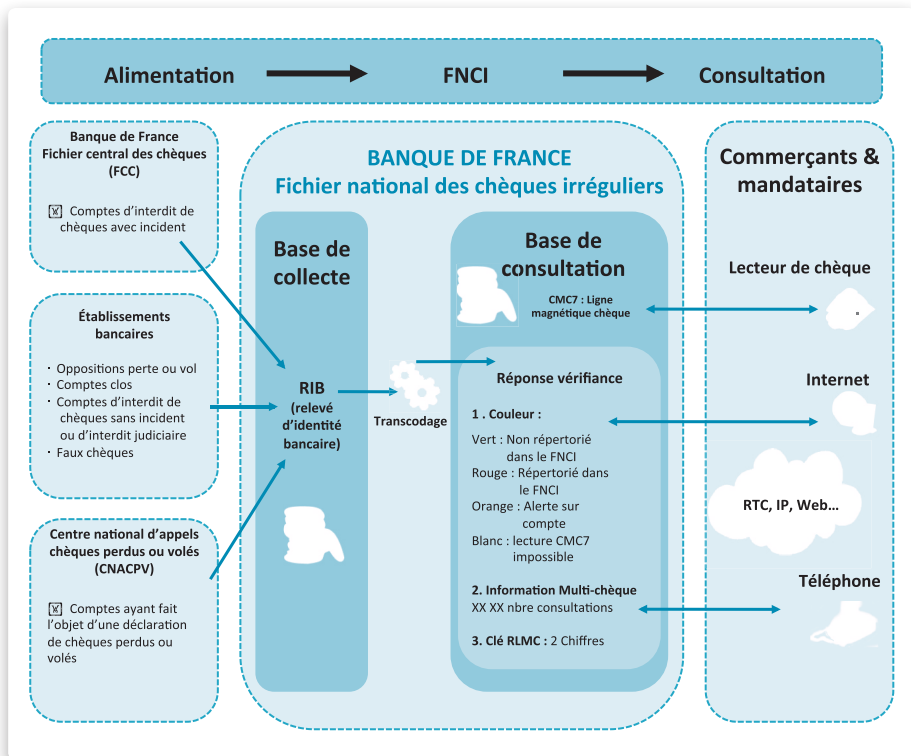
Fichiers	Contenu et fonctionnement
Fichier central des chèques (FCC)	<p>Ce fichier enregistre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Les incidents de paiement (l'émission de chèques sans provision) ; ▶ L'interdiction judiciaire d'émettre des chèques : L'inscription est conservée tant qu'un incident n'a pas été régularisé (avec un maximum de 5 ans) ; ▶ Les retraits de carte pour usage abusif. Dans ce cas, l'inscription est faite par la banque pour 2 ans et seule cette dernière peut demander l'annulation de l'inscription. Cette mesure n'empêche pas d'émettre des chèques.
Fichier national des chèques irréguliers (FNCI)	<p>Sont inscrites les coordonnées bancaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ des comptes clos ; ▶ des comptes pour lesquels une déclaration de perte ou de vol de chéquier a été enregistrée ; ▶ des comptes dont le titulaire est frappé d'interdiction. <p>La Banque de France a externalisé la gestion des consultations de ce fichier par les commerçants à la société Mantis. Depuis le 1^{er} janvier 2007 ce service de consultation s'appelle Verifiance-FNCI-Banque de France : le résultat d'une consultation du système est transmis sous la forme d'une couleur.</p>
Fichier national des incidents de remboursement des crédits au particulier (FICP)	<p>Ce fichier a été mis en place en 1989 afin de lutter plus efficacement contre le surendettement. Deux cas se présentent.</p> <p>Cas 1 : Les retards de remboursement</p> <p>Les incidents de paiement caractérisés à l'occasion de l'octroi d'un crédit : un incident est caractérisé lorsque deux échéances consécutives restent impayées (cas de crédit amortissable mensuellement) ou lorsque le retard dépasse 60 jours pour d'autres formes de crédits. Sera considérée comme incident caractérisé la persistance d'une dette d'au moins 500 €, 60 jours après mise en demeure (découvert bancaire) ou enfin lorsque la banque engage une procédure judiciaire ou prononce la déchéance du terme.</p>





Fichiers	Contenu et fonctionnement
	<p>Cas 2 : La saisine de la commission de surendettement</p> <p>La levée de l'inscription sera effective si les incidents ont été régularisés (dettes remboursées). L'inscription demeure en cas d'effacement de la dette par le juge. La loi Lagarde a ramené à 5 ans la durée maximale d'inscription au FICP.</p>

Le fichier des comptes bancaires et assimilés (FICOBA) recense l'ensemble des opérations d'ouverture, de modification et de clôture des comptes en France. Il renseigne sur la nature du compte, l'identité de son titulaire et sur l'établissement teneur du compte.



Source : d'après <http://www.verifiance-fnci.fr>

2 La mercatique bancaire

Les établissements de crédit ne se gèrent pas de la même manière que les autres commerces (intermédiaires financiers, secteur réglementé...). Presque toutes les banques proposent aujourd'hui les mêmes produits et services... d'où la difficulté pour les acteurs du marketing de trouver pour leur établissement des avantages concurrentiels...

Selon Michel Badoc (HEC), « *la mercatique bancaire est tout ce qui permet d'attirer, de conserver et de plaire aux clients des banques. Elle vise les clients bancarisés et les nouveaux clients, principalement des jeunes. Elle touche tous les segments : du particulier à l'entreprise en passant par le professionnel* ».

1 L'évolution de la mercatique bancaire

Après l'image du « banquier technicien » des années 1960 dans un réseau de distribution peu étendu où l'innovation produit était limitée, la banque a commencé à connaître de profondes mutations. Dans les années 1970, la bancarisation s'est élargie (multiplication des comptes) accompagnant un développement des réseaux. Les produits se sont démocratisés ; l'offre bancaire s'est diversifiée.

La mercatique bancaire des particuliers existe depuis les années 1970-1980. Les nouvelles technologies (carte bancaire...) et la déréglementation bancaire ont accompagné le lancement d'un équipement bancaire standard, une segmentation de la clientèle et la tarification des prestations des établissements.

La mercatique bancaire va donc du traitement de masse à une mercatique spécialisée, de produits packagés à des prestations individualisées. C'est un marketing de services.

On a l'habitude de dire que la mercatique est un ensemble de techniques... mais aussi un état d'esprit !

Les établissements bancaires ont été globalement confrontés à un affaiblissement de leur image depuis la crise financière de 2008. Le taux d'attrition clientèle (nombre de clients perdus/nombre de clients total au début de la période) a augmenté. 1 banque sur 4 constate un taux d'attrition supérieur à 10 %. Les banques ont dû ensuite rappeler régulièrement au grand public, qu'elles n'étaient pas à l'origine de la crise, qu'elles avaient tiré des leçons en termes de régulation. La confiance est une valeur forte devenue la base de la démarche mercatique des banques. Les agences développent le dialogue de proximité. Le développement des nouvelles technologies a modifié le comportement des consommateurs. Internet ou le mobile permet aux clients de consulter leurs comptes, réaliser des opérations, entrer en relation avec leur conseiller. « Le tout mobile » et les réseaux sociaux s'inscrivent dans le quotidien des clients. Faire venir en agence le client devient de plus en plus difficile. Les banques intègrent donc ces changements dans leur marketing stratégique : une relation 100 % digitale, la co-construction des solutions de services du client... Le conseiller devra ainsi être bien formé aux nouvelles technologies, aider à trier les informations obtenues par le client

lui-même, démontrer en permanence de l'empathie et continuer à être autonome dans l'acquisition de connaissances bancaires.

Le contexte actuel réglementaire (exigences Bâle III, protection de la clientèle, lutte contre la fraude et le blanchiment, mécanisme de supervision unique = futur gendarme du secteur bancaire européen, loi Macron sur la mobilité bancaire...) va profondément changer le modèle bancaire.

2 Les défis de la mercatique bancaire

A Une pression réglementaire accrue

Objectifs :

- ▶ prendre en compte les contraintes réglementaires dans le cycle de vie des produits bancaires ;
- ▶ former en permanence les salariés pour être en règle ;
- ▶ informer la clientèle sur ses droits et obligations.

B Une meilleure connaissance des clients

Objectifs :

- ▶ répondre à leurs besoins et projets ;
- ▶ favoriser l'expérience d'anticipation, de consommation et d'expérience du souvenir du client (cf. fiche 4 « La connaissance du client bancaire ») ;
- ▶ mieux les séduire ;
- ▶ mieux les fidéliser ;
- ▶ augmenter la rentabilité de l'établissement.

C La conquête de nouveaux clients avec des nouvelles attentes à satisfaire

Objectifs :

- ▶ assurer le renouvellement du fonds de commerce ;
- ▶ augmenter les parts de marché du réseau ;
- ▶ accroître la rentabilité du réseau (en élevant le PNB et en baissant les charges d'exploitation) ;
- ▶ répondre au besoin de transparence exprimé par le client (« où va mon argent ? À quoi sert-il ? »).

D La convivialité des agences physiques

Objectifs :

- ▶ repenser le modèle opérationnel de la banque de détail ;
- ▶ donner à l'agence une image de « banque nouvelle génération » ;
- ▶ doter de plus en plus l'agence de technologies accessibles à la clientèle ;
- ▶ respecter la confidentialité des relations commerciales ;
- ▶ optimiser les coûts du réseau physique de distribution.

E La gestion du multicanal

Objectifs :

- ▶ continuer à répondre au besoin de liberté dans le mode de consommation des produits et services bancaires, de confort (contact à partir du domicile sans déplacement vers l'agence, e-coffre, demande de crédit en ligne, signature électronique, simulateur en ligne...), de rapidité dans le traitement des opérations courantes (virement...);
- ▶ suivre les opérations réalisées à distance par la clientèle;
- ▶ aider la clientèle à poursuivre sa transaction sur un autre canal (mobile, agence, téléphone fixe ou mobile, internet, tablette, GAB);
- ▶ accompagner le client lors de sa recherche d'informations à distance pour éviter qu'il se tourne vers la concurrence notamment les banques en ligne multipliant les offres séduisantes;
- ▶ gagner des parts de marché;
- ▶ renforcer les actions de conquête et de fidélisation;
- ▶ optimiser la personnalisation de la relation client;
- ▶ provoquer des rendez-vous en agence plutôt que de les subir;
- ▶ améliorer les gains de productivité du pilotage commercial.

F Une recherche d'éthique à l'activité bancaire

Objectifs :

- ▶ améliorer l'image du système bancaire après les scandales financiers médiatisés;
- ▶ communiquer auprès du grand public sur l'ensemble des valeurs, la culture du groupe bancaire;
- ▶ donner du sens à la gestion de la relation clientèle;
- ▶ proposer à la clientèle des placements intégrant des critères sociaux et environnementaux;
- ▶ monter des produits en renforçant la volonté de prise de responsabilité de l'épargnant;
- ▶ développer les chartes éthiques avec les parties prenantes (salariés, fournisseurs, clients...).

G Les trois piliers forts de la mercatique bancaire du XXI^e siècle

- ▶ La transparence.
- ▶ Le sur-mesure.
- ▶ Le multicanal.

Objectif principal : lutter contre l'attrition de la clientèle.

Zoom sur les causes d'attrition de la clientèle

Montant des frais facturés, contacts médiocres en agence, erreurs dans l'exécution d'opérations bancaires, manque de personnalisation des services, offre globale limitée, gestion insuffisante d'une réclamation, refus de demandes clients par la banque, offre d'un nouvel entrant bancaire non traditionnel (acteurs du monde internet tels paypal...).