

La banque française et ses clients : Une relation proche, de qualité, durable

*La crise a révélé la différence des modèles bancaires à travers le monde. Celui de la France a beaucoup mieux résisté que les autres. Fondée sur la recherche d'une relation durable et solide avec ses clients, la banque française se caractérise par la diversité équilibrée de ses activités et la gestion rigoureuse de ses risques. C'est pourquoi il n'y a pas eu de distribution irresponsable de crédit (« subprime ») dans notre pays. La France se distingue par son **modèle de banque** basé sur une relation de proximité avec le client, qui bénéficie d'une offre complète de produits et d'un niveau de service parmi les plus élevés d'Europe. Cette relation privilégie la personne et le long terme, par opposition à une relation typique du modèle anglo-saxon plus morcelée et axée d'abord sur le produit.*

*Même si la crise a entamé l'image du secteur bancaire de façon globale, les clients restent très majoritairement satisfaits : **71 % Français ont une bonne image de leur(s) banque(s) (Enquête Ifop, juin 2009) et 90 % des PME sont satisfaites de leurs relations avec leur banque (Enquête KPMG/CGPME réalisée par l'IFOP, janvier 2010).** Forte de cette confiance et de la mobilisation de ses réseaux, la banque française poursuit ses efforts pour améliorer la qualité de son service, aux particuliers comme aux entreprises, consciente de son rôle dans la société : financer les projets dans les meilleures conditions de sécurité pour tous.*

1. Une relation proche

➤ Une présence sur tout le territoire national

Les clients français sont très attachés à la relation qu'ils entretiennent avec leur agence. Ils la fréquentent régulièrement même pour les opérations les plus basiques et sont souvent en contact avec leur(s) conseiller(s), disponibles *via* différents canaux (agence, téléphone, courrier, Internet...).

Afin de répondre à ce besoin de contact de proximité, la banque française est largement installée sur le territoire et concurrentielle.

- **39 700 agences bancaires** en France en 2009 (dont points de vente de La Banque Postale, *Source : Cecei*)
La France figure ainsi au **4^{ème} rang de l'Union européenne pour la densité du réseau** d'agences avec 1 guichet pour 1 600 habitants environ. (*Source : EU Banking Structures, octobre 2008*).
- **53 300 DAB/GAB** en 2008 (*Source : Cecei*)
Internet renforce cette proximité des banques avec leurs clients, leur permettant de consulter leur compte et d'effectuer des opérations 7/7j et 24/24h.

➤ Une interbancaire exceptionnelle

L'interbancaire est une autre spécificité française. Ce système coopératif répond à une attente très forte des Français : celle de pouvoir utiliser leur(s) carte(s) sur l'ensemble du territoire.

- **1,3 million de points d'acceptation CB** à fin 2008

2. Un service de qualité

➤ Un taux de bancarisation parmi les plus élevés d'Europe.

- **Plus de 98 % des Français** sont bancarisés (*Source : Commission européenne, mai 2008*). Avec **50 millions de clients** et **72 millions de comptes courants**, la France est l'un des pays d'Europe les plus développés en matière bancaire (*Source : Cecei*)
- Multi-bancarisation : **1 Français sur 4** a un compte dans plusieurs banques (*Source : Ifop 2009*).

➤ Des prix dans la moyenne pour un service plus complet

La banque française offre l'un des meilleurs services, à des prix qui se situent dans la moyenne européenne.

- **Des crédits à des prix attractifs**
La banque propose des crédits à des taux parmi les plus bas d'Europe. Le taux moyen des crédits immobiliers s'élève à **3,80 %** (décembre 2009), contre 5,15% en novembre 2008. (*Source BDF, janvier 2010*). Les taux d'intérêts des crédits aux entreprises sont passés de **5,22 %** à **2,99 %** en un an (*novembre 2009, BDF*).
- Les prix bancaires sont en baisse de **5,31 %** pour 2010. (*Enquête CLCV – Mieux vivre, janvier 2010*). La part des services financiers continuent à diminuer dans le budget des ménages français. Ils représentent ainsi **0,57 % du budget**, contre 2,16% pour l'assurance ou 2,79 % pour la téléphonie (*Insee, 2009*).

➤ Des solutions bancaires pour les plus fragiles

Le **droit au compte** et le service de base bancaire, gratuit, existent pour les personnes les plus démunies. La gamme de paiements alternatifs et la carte à autorisation systématique à prix très modique sont proposées aux personnes interdites de chèques.

Les banques proposent également à ceux qui ont des difficultés à accéder au financement classique : le **microcrédit personnel accompagné (MCA)**. Grâce à ce dispositif, les emprunteurs bénéficient d'un accompagnement social pendant toute la durée de l'opération.

➤ Des efforts pour rendre l'information plus claire

Les banques ont pris des mesures pour rendre les tarifs plus facilement accessibles et comparables grâce :

- au récapitulatif annuel de frais envoyé depuis 2009 par les banques ;
- aux tarifs disponibles sur Internet ou dans les agences.

Des améliorations sont toujours possibles. Les banques s'impliquent pour renforcer encore plus la transparence (élaboration de glossaire commun à l'ensemble des banques...)

La Fédération bancaire française a également lancé en 2004 le programme pédagogique « **Les Clés de la Banque** » afin de donner des réponses pratiques aux particuliers sur la banque et l'argent. Ce programme se compose d'un site Internet et d'une collection de mini-guides thématiques. En 2009, le site a reçu plus d'**1 490 000 visites** en 2009 et près de **580 000 mini-guides** ont été diffusés. La banque française est aussi l'un des premiers secteurs professionnels à avoir mis en place des services de **médiation** destinés au traitement amiable des litiges.

3. Une relation durable

➤ Des crédits pour financer les projets

La banque française finance les projets des entreprises et des particuliers. Elle pratique le crédit de **façon responsable**, c'est-à-dire en fondant sa décision d'octroi sur la capacité de remboursement dans le temps du client pour ne pas le mettre en difficulté.

Les banques françaises ont continué à prêter malgré la crise. L'encours des crédits aux ménages a progressé de **4,1 %** en rythme annuel à fin décembre 2009. La banque française finance également les projets de développement des entreprises quelle que soit leur taille, et notamment les PME.

- En septembre 2009, **80,4 % des entreprises** avaient obtenu **le crédit qu'elles demandaient**, contre 42,2 % en Espagne ou 74,4 % en Allemagne (*Enquête BCE, septembre 2009*).

➤ Une finance au service de l'économie réelle

La finance directe (par opposition à la finance intermédiée qui distribue le crédit) est essentielle à l'économie. C'est elle qui assure la liaison entre l'épargne et l'investissement grâce aux marchés de capitaux. Elle permet notamment le financement et la couverture des risques des grandes entreprises et des Etats.

Trois des cinq premières banques de financement et d'investissement (BFI) de la zone euro aujourd'hui sont françaises. C'est un atout pour l'indépendance de notre économie nationale. Elles sont très articulées sur l'économie réelle et le financement de l'économie (exportation, infrastructures) ; elles cultivent des points forts dans des métiers choisis, un développement endogène basé sur une forte compétence technique (financements de projets), peu de diversification hasardeuse. En outre, les banques françaises pratiquent peu ou pas de titrisation, d'où un accompagnement durable des clients et une forte incitation à contrôler les risques.

➤ Une offre de service globale, compétitive, maîtrisée

Les banques françaises offrent ainsi à leurs clients particuliers et entreprises un grand choix de produits et de services : gestion du compte, moyens de paiement, protection (retraite, assurances...), financement de projets...

Privilégiant le long terme et la sécurité, les banques françaises investissent dans la technologie et la conformité pour concilier performance, compétitivité et maîtrise des risques.