

“Le point clé sera celui du rapport qualité-prix”



MARIE-CHRISTINE
CAFFET

Crédit Mutuel

Pour Marie-Christine Caffet du Crédit Mutuel, les négociations en cours au sein du Comité des usagers des banques à propos de la convention de compte s'achèment vers deux bons compromis.

LA QUESTION CLÉ DÉBATTUE AU sein du Comité des usagers des banques est de déterminer le périmètre des prestations des produits et services que doit englober la convention de compte. La loi parle de convention de «gestion du compte de dépôt». La totalité de la relation clientèle n'est donc pas concernée.

La loi vise précisément les produits et services que les banques ont l'habitude de rattacher à l'ouverture et au fonctionnement d'un compte. C'est-à-dire, tout ce qui a trait aux encaissements, aux retraits, aux moyens de paiements, aux dépôts, et tous les moyens d'utilisation, d'information et de fonctionnement qui peuvent être mis à la disposition du client.

CHÉQUIERS ET CARTES BANCAIRES :
DAVANTAGE DE CLARTÉ

Dans la mesure où l'on part du principe qu'un compte de dépôt à vue fonctionne normalement en position créditrice, les conventions générales de gestion ne peuvent inclure l'automatisme de la mise à disposition de moyens de paiement à risque. A savoir, les chèques et les cartes bancaires qui peuvent mettre le compte dans une position débitrice non autorisée. A l'inverse, les virements, les tips, les cartes de retraits, les chèques de banque ou certifiés feront forcément partie du champ de la convention de compte. Les associations de consommateurs souhaitaient au départ englober le maximum de prestations de services, ce qui est tout à fait compréhensible. Mais, les banquiers, les associations de consommateurs et les syndicats, sont finalement tombés d'accord sur le fait que la mise à

disposition de cartes bancaires, par exemple, relevait forcément d'un contrat distinct de la convention de compte.

La mise à disposition du chéquier est la question qui a soulevé le plus de problèmes. Pour les banquiers, la délivrance d'un chéquier ressort d'une relation de confiance, appréciée a priori selon des critères qui ne sont pas uniquement négatifs, mais aussi des appréciations sur les mouvements du compte attendus à long terme. Cette estimation ne peut donc pas toujours s'effectuer au moment de l'ouverture du compte, mais plutôt au fil du temps. D'ailleurs, l'essentiel des difficultés ne vient pas des populations bénéficiaires des minima sociaux ou de faibles revenus. Elles proviennent plutôt de populations qui se retrouvent du jour au lendemain dans une situation de déséquilibre (passager ou chronique), liée à un problème professionnel ou familial. Sur ce point, les associations de consommateurs raisonnent plutôt par la négative et disent : «sauf si le client est interdit bancaire, il y a une automatisme de la remise du chéquier». Dans les cas où le chéquier n'est pas délivré, «la banque s'engage à le lui remettre après une période probatoire». Sur ce dossier, il y a espoir d'aboutir à un bon compromis : les banques pourraient faire figurer dans les conventions de compte un engagement de réexamen de la situation dans un laps de temps assez court, à la demande du client, sans être pour autant obligées de remettre des formules de chèques. Notons d'ailleurs que la tendance dans les banques est aujourd'hui de délivrer le plus rapidement possible des moyens de paiements à distance comme le chéquier ou la carte bancaire, quitte à limiter le nombre de for-

mules de chèques lors de l'entrée en relation. En revanche, les associations devraient obtenir que les conventions précisent les modalités selon lesquelles elles pourraient retirer l'usage de ces moyens de paiement à risque. Il n'y aura donc pas d'automatisme en matière de prestations, mais davantage de clarté dans les engagements relationnels.

LE DÉCOUVERT BANCAIRE : UN CONTRAT DISTINCT DE LA CONVENTION DE COMPTE

Quant au découvert bancaire, ces conditions générales de fonctionnement et d'accès peuvent être reprises dans les conventions. En revanche, les conditions particulières applicables à chaque client doivent figurer hors du champ de ces conventions : en effet, à partir du moment où l'on formalise un découvert, ponctuel ou permanent, il s'agit d'un contrat de crédit, forcément distinct de la convention de compte. De plus en plus fréquemment, les banques sont amenées à formaliser, sous la forme de contrat Scrivener, les facilités de caisse qu'elles accordent à leurs clients, ce mouvement touchant peu à peu l'ensemble des réseaux. Cette procédure est d'ailleurs jugée satisfaisante par les organisations de consommateurs parce qu'elle favorise une meilleure compréhension du fonctionnement du compte. On s'achemine donc, là aussi, vers un bon compromis qui serait de faire figurer l'existence des découverts dans la convention de compte ainsi que les moyens d'y accéder. Et de renvoyer à des accords distincts pour déterminer les prestations particulières accordées à chaque client. Devraient alors figurer dans la convention de gestion du compte, outre les conséquences d'une position débitrice non autorisée, les frais perçus (les commissions d'intervention ou de services, ainsi que les commissions qui concernent les incidents divers qui peuvent affecter un compte).

LES TARIFS : EN ANNEXE DU CONTRAT

Quant aux tarifs qui sont liés à tous les produits listés dans la convention de compte, ils deviennent une annexe du contrat. La banque devra notifier au client, en respectant un préavis de trois

mois, toute modification ou introduction d'une ligne nouvelle de tarifs. Dans la pratique, même si certains produits ne relèvent pas de la convention de gestion du compte stricto sensu, il est probable que ces procédures seront standardisées dans les grands réseaux, et que le préavis de trois mois aura une application large pour des raisons de coûts de traitement.

QUOI FAIRE AVEC LA CLIENTÈLE EXISTANTE ?

L'autre question posée est de savoir comment aborder la clientèle existante car la loi ne s'applique pas simplement aux conventions nouvelles. Le 30 juin 2002, les banques devront avoir établi des conventions de compte avec tous leurs clients. D'ici là, elles vont devoir envoyer près de 60 millions de conventions de compte. Les banques sont donc en train de réfléchir à la façon la plus efficace de procéder : faut-il envoyer la même convention de compte à tout le monde, avec les conditions générales standards, ou faire une distinction par catégorie de clientèles entre les clients qui ont déjà souscrit des conventions de services et ceux qui n'en n'ont pas ? Faut-il sinon distinguer compte principal et compte secondaire, sachant toutefois qu'il est de plus en plus difficile de faire la différence entre les deux ?

DÉDRAMATISER LE DÉBAT SUR LES VENTES LIÉES

Paradoxalement, la loi Murcef donne aux banques davantage de visibilité sur les ventes liées, même si les contraintes ont été renforcées. Le code de la consommation interdit en effet purement et simplement la vente subordonnée et la vente à prime. La loi Murcef, elle, interdit la vente subordonnée, sauf exception.

Les tarifs des produits qui étaient autrefois proposés dans le cadre d'offres groupées vont devoir être individualisés, mais uniquement lorsque les offres sont dissociables. L'archétype du produit indissociable étant toutes les petites prestations liées aux cartes bancaires. A moins qu'il soit possible de créer une carte qui ne fasse que la fonction paiement et retrait. Mais qui accepterait une telle offre ?

Le Crédit Mutuel a constaté que les 1 500 000 personnes qui avaient sous-

crit l'Eurocompte avaient acheté en moyenne six produits touchant directement à la gestion du compte à vue. Ceux qui n'ont pas souscrit ce contrat disposent en moyenne de 5,5 produits qu'ils ont achetés séparément. On peut en déduire que les offres groupées rejoignent de très près les besoins des consommateurs : le débat sur le package peut donc à juste titre être dédramatisé.

A l'avenir, les politiques commer-

ciales seront certainement influencées par ces mesures. Faire l'effort de détailler ce qu'il y a dans les forfaits ou les conventions de services pour en expliciter le prix obligera les banques à se positionner sur des combinaisons d'offres/tarifs comparables. A terme, le marché sera certainement amené à se standardiser fortement. Le point clé sera alors celui du rapport qualité-prix, comme dans toute activité commerciale. ■

**“La banque devra
notifier au client, en
respectant un préavis
de trois mois,
toute modification
ou introduction
d'une ligne nouvelle
de tarifs.”**