

Groupe de travail
« Inclusion bancaire et lutte contre le surendettement »
Conférence sur la lutte contre la pauvreté et pour l'inclusion bancaire

Contributions de La Banque Postale au groupe de travail

1. La Banque Postale, acteur engagé de la lutte contre l'exclusion bancaire

La Banque Postale joue un rôle essentiel dans la lutte contre l'exclusion bancaire par son action quotidienne en faveur de l'accès du plus grand nombre à des services bancaires de qualité et l'accompagnement des clientèles en situation de fragilité financière.

1.1 La Banque Postale, la Banque de tous

- Fidèle à ses valeurs postales de proximité et de services au plus grand nombre, La Banque Postale est guidée par **un principe, l'accueil de tous**, et une démarche, proposer à chacun de ses clients, quelle que soit sa situation, les services bancaires et d'assurance les mieux appropriés, à un tarif raisonnable.

- La Banque Postale accueille du lundi au samedi, partout en France ses clients dans les bureaux de poste, par téléphone ou par mail via ses Centres financiers et 24h/24, 7j / 7 via ses automates bancaires (DAB/GAB) en libre-service.

La Banque Postale compte plus de 10 millions de clients actifs. Plus de 26 millions de clients en France détiennent au moins un produit ouvert à La Banque Postale.

1.2 Une mission de service public, la mission d'accessibilité bancaire

- La Banque Postale **s'est vue reconnaître la mission d'accessibilité bancaire**. Cette mission de service public permet à chaque résident, y compris le plus démuné, de bénéficier aux guichets de La Poste d'une prestation de domiciliation de ses revenus, de retrait d'argent liquide et d'émission de titre de paiement.

- La **mission d'accessibilité bancaire traverse ainsi l'ensemble de l'activité** de La Banque Postale. Elle est reconnue au plan législatif sur le Livret A. La Banque Postale a ainsi l'obligation d'ouvrir un Livret A « *à toute personne qui en fait la demande* » ; d'accepter son ouverture à partir de 1,50 euro (contre 10 euros dans les autres établissements bancaires) et d'autoriser les versements et les retraits à partir de ce même montant. Enfin, elle autorise les titulaires à y domicilier certaines opérations de versement et de prélèvement.

Ce rôle concret et quotidien la place à la pointe de la lutte contre l'exclusion bancaire.

1.3 Une politique tarifaire claire : « Etre parmi les moins chères des grandes banques à réseau »

- A travers l'élaboration chaque année de ses tarifs, La Banque Postale réaffirme sa volonté de modération tarifaire et de service au client. « Banque pas comme les autres », elle a fait le choix de **pratiquer des tarifs à des niveaux raisonnables**, c'est-à-dire des tarifs couvrant les coûts inhérents à un service de qualité pérenne et à une couverture solide des besoins essentiels de ses clients, tout en assurant une marge raisonnable à la Banque pour financer son développement.

La Banque Postale est ainsi parmi les moins chères des grandes banques à réseau. Cette politique tarifaire est chaque année vérifiée et reconnue par les comparatifs réalisés par les associations de consommateurs et la presse spécialisée (des tarifs en deçà des pratiques du marché pour les opérations liées au fonctionnement du compte - coût du découvert, frais de rejets, etc., ce qui fait d'elle la Banque la moins chère pour ce type d'opérations).

1.4 Des produits adaptés aux besoins des clientèles en situation de fragilité financière

- Au-delà de sa mission d'accessibilité bancaire et d'une politique tarifaire raisonnable, **La Banque Postale propose des produits adaptés aux besoins des clients les plus fragilisés.**

- La Banque Postale a été **parmi les premiers établissements bancaires à promouvoir des moyens de paiement alternatifs au chèque (GPA).**

- Elle compte aujourd'hui plus de **2,2 millions de carte à autorisation systématique** et propose la *Carte Epargne* permettant, gratuitement, les retraits sur les livrets d'épargne. Depuis 2009, la **formule de compte Simplicité** est dédiée à la clientèle interdite de chéquier.

- La Banque Postale propose des crédits à la consommation aux intérimaires depuis septembre 2010.

1.5 Des expérimentations en cours pour mieux servir ses clientèles en situation de fragilité financière et favoriser l'inclusion bancaire :

- Partenariat avec l'UNCCASS pour **améliorer sur le terrain l'information, le conseil et l'orientation des personnes en situation d'exclusion bancaire** :
 - Un partenariat noué dès 2006 et qui s'est étoffé en 2010 dans le cadre du projet **REFLEX** (Réagir Ensemble et Fédérer la Lutte contre l'Exclusion), en test à Grenoble et Montpellier.
 - Ce projet vise à **coordonner les actions respectives de La Banque Postale** (à la fois Centres Financiers et Bureaux de Poste) **et des CCAS, pour des clients en situation de fragilité financière, de manière à encourager et faciliter leur « rebond ».**

- Création du **club de réflexion et d'action « L'Initiative contre l'exclusion bancaire »** :
 - Club réunissant les acteurs engagés du monde social et associatif qui souhaitent développer de nouvelles initiatives contre l'exclusion bancaire et financière.
 - Ce Club s'inspire des propositions du « Manifeste pour l'inclusion bancaire » de décembre 2011 (porté par le Secours Catholique, la Croix Rouge et l'UNCCAS).

- Expérimentation **d'ateliers d'éducation budgétaire** dans des missions locales dispensés par des jeunes du Service Civique, formés et accompagnés par La Banque Postale :
 - Expérimentation avec 9 missions locales en 2012
 - Renouvellement et extension de l'expérimentation pour 2013
 - Thèmes : bonne gestion d'un budget, utilisation d'un compte bancaire, bon usage du crédit et de l'épargne.

- En projet : expérimentation en 2013 d'une **plateforme d'intermédiation et d'orientation pour permettre de prévenir les fragilités bancaires et financières ou leur aggravation.** Objectifs :
 - Accompagnement budgétaire et bancaire
 - Mise en relation avec des associations ou des services sociaux pour développer l'accès aux droits ou à des tarifs spéciaux (lutte contre le non recours)
 - Accès à des offres adaptées aux besoins des clients en situation de fragilité financière (ex. optique solidaire)

1.6 Des expérimentations en cours pour prévenir et lutter contre le surendettement :

- Commercialisation d'une **offre de micro crédit**, en partenariat avec des associations chargées de détecter et d'accompagner des projets portés par des personnes physiques en situation d'exclusion bancaire du fait de leur faible solvabilité :
 - Depuis 2007, La Banque Postale propose une offre de **micro crédit personnel** (ex. d'associations partenaires : Secours Catholique, UDAF, Croix-Rouge française, Restos du Cœur, etc.). Environ 1 000 dossiers /an
 - Depuis juin 2012, La Banque Postale propose également une offre de **micro crédit professionnel** en partenariat avec l'ADIE (partenariat sur 3 ans)

- Un dispositif complet pour **prévenir le risque de surendettement** :
 - mis en place dès la commercialisation de l'offre de crédit à la consommation de La Banque Postale en mars 2009
 - Services proposés aux clients détenteurs d'un crédit à la consommation de La Banque Postale Financement et composés :
 - D'un bilan budgétaire une fois / an
 - D'un service d'accompagnement intégré au sein de La Banque Postale Financement pour accompagner les clients fragilisés
 - D'un partenariat unique sur le marché avec l'association CRESUS spécialisée dans l'accompagnement budgétaire et financier

1.7 Des actions menées aussi avec le groupe La Poste :

Par des actions simples et concrètes, La Poste et La Banque Postale accompagnent chaque jour, partout en France, les clients en situation de fragilité financière dans les bureaux de poste :

- Elles favorisent notamment l'accès aux liquidités via les guichets et les automates bancaires au moment du versement des prestations sociales, entre le 5 et le 7 de chaque mois.
- Dans les bureaux où cela est le plus utile, la Poste met à disposition des interprètes pour les clients en difficulté de compréhension.

=> Des moyens humains importants (engagement fort de l'ensemble des collaborateurs sur le terrain)

2. Contributions La Banque Postale : « Comment développer l'inclusion bancaire ? »

2.1 Développer l'éducation financière et budgétaire :

- Mettre en place un apprentissage **à l'école** (éducation à l'argent et aux finances personnelles, intégrée dans les programmes d'enseignement) ;
- Former ou renforcer la **connaissance des travailleurs sociaux et autres relais** (bénévoles, cadres des associations de lutte contre l'exclusion) ;
- Développer la **pédagogie financière vis-à-vis des consommateurs**, notamment dans la documentation commerciale, à l'instar de La Banque Postale

2.2 Développer l'accompagnement des clients en situation fragile par ... :

- une **information accessible et claire** des clientèles en difficultés financières sur leurs droits, particulièrement dans les domaines de compétences des banques ;
- la **détection et la prévention des difficultés financières avec le soutien actif d'acteurs sociaux**
- Un accompagnement budgétaire et bancaire ;

2.3 ...en s'appuyant notamment sur le tissu associatif partout en France :

- Ces partenaires associatifs doivent être référencés et agréés...
- ...et bénéficier d'aide ou de compensation financière (élargissement du fonds de cohésion social)
- La Caisse des dépôts pourrait favoriser, en lien avec les conseils généraux, la mise en place de plateformes départementales d'accès aux acteurs de l'accompagnement social, utiles pour tous les acteurs bancaires de la place.

2.4 Développer l'accès au crédit :

Commercialiser des offres pour **élargir l'accès au financement aux personnes solvables actuellement exclues** :

- Offres de crédits pour les intérimaires, CDD
- Développement de l'accession sociale à la propriété pour les clients modestes
- Développement du micro crédit personnel et professionnel

2.5 Autres pistes pour développer l'accessibilité bancaire :

- **Accepter et promouvoir**, dans la sphère publique, **d'autres moyens de paiement** que le chèque / espèces
- Ouvrir un groupe de travail avec les grands facturiers, sous l'égide du CCSF, pour **optimiser les dates de paiement des factures** en fonction des dates de versement des ressources récurrentes domiciliées (ex. : allocations, pensions)

2.6 Repenser la relation avec les clients fragilisés en mettant en place une politique clientèle adaptée pour faciliter la gestion du compte au quotidien :

- Mieux **connaître les typologies de clientèles** concernées ;
- Construire des **offres de produits et services** adaptées à leurs besoins **spécifiques** ;
- **Proposer**, à l'instar de La Banque Postale, des **tarifs raisonnables**.

2.7 Favoriser l'épargne solidaire ou la micro épargne

La Banque Postale soutient le Manifeste pour l'inclusion bancaire, démarche initiée conjointement par le Secours catholique, la Croix Rouge française et l'UNCCAS.

3. Contributions La Banque Postale : « Comment développer la lutte contre le surendettement et sa prévention ? »

3.1 Proposer des crédits responsables

- Un crédit qui engage la banque et son client, en toute transparence.
- Un processus d'octroi du crédit rassurant qui place l'intérêt du client avant celui de la Banque (le « devoir de dire non »)

- Un accompagnement pédagogique et personnalisé des clients pendant toute la durée des prêts, notamment la mise en place d'outils de détection des signaux potentiellement précurseurs de difficultés à venir dans le remboursement du prêt.

3.2 Mettre en place un répertoire national des crédits

- Le registre des crédits est **un outil de détection d'une accumulation de crédits**.
- Il ne se substitue pas aux vérifications de chaque établissement qui sont liées à sa politique de risque, mais il sert à **protéger les consommateurs d'une spirale de multi-endettement contraint**.
- Pour être efficace et utilisé pour prévenir le surendettement, ce registre doit :
 - être **géré par la Banque de France** ;
 - être de taille raisonnable et **comporter les seules données utiles à l'appréciation des charges financières des emprunteurs** ;
 - utiliser un identifiant unique et fiable : **l'identifiant dérivé du NIR** tel que proposé dans le rapport Constans semble le seul identifiant fiable permettant d'éviter les homonymies
- Pour que les données collectées soient protégées contre toute exploitation contraire aux libertés et aux droits des personnes, **ce registre ne doit pouvoir être consulté** par aucune institution publique ou privée, aucun intermédiaire ou distributeur de crédit, autres **que les prêteurs ayant eux-mêmes la qualité d'établissements financiers, soumis au secret bancaire**.
- **Proposition de contours et contenu du registre des crédits** :
 - Seuls les crédits à la consommation seraient référencés avec répartition en trois catégories : prêts personnels, crédits renouvelables et rachats de crédit.
 - Le périmètre du fichier serait alors limité aux flux avec l'inscription des nouveaux crédits à la consommation ; et les nouvelles utilisations de crédit renouvelable.
 - Chaque établissement déclarerait mensuellement au registre le montant des capitaux restant dus (CRD) sur la base de chaque crédit actif (réellement utilisé) et dont le solde est > 200 €.
 - L'historique d'encours devra être restitué crédit par crédit à la consultation car c'est dans les mois qui précèdent les premiers incidents que s'accumulent les utilisations répétées de crédit (cet historique permettra d'évaluer les situations de fuite en avant).
 - Pour des raisons de simplicité et de difficulté à gérer la demande d'autorisation auprès des clients, le stock peut être hors champ. Compte tenu des durées d'amortissement et de la rotation du stock de crédits à la consommation, en l'espace de 24 à 36 mois le stock sera *de facto* intégré. Cette solution permettrait de démarrer dans des délais acceptables.

3.3 Renforcer l'accompagnement des clients en situation de surendettement :

Obligation d'accompagnement pour les banques « créancières » (alors que la loi n'oblige actuellement que l'accompagnement pour les banques « teneurs de compte »)

3.4 Promouvoir le micro crédit personnel et professionnel...

- en impliquant les réseaux des banques dans la connaissance des dispositifs et des partenariats noués par l'établissement,
- à défaut, savoir renvoyer les clients vers une information de place facilement accessible (ex. : www.francemicrocredit.org)