6 FINANCE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Clientèle des particuliers
Bonnes pratiques

Politiques de qualité de service

Améliorer les relations banques - clients

Fin 2004, les banques françaises ont proposé un ensemble de mesures destinées à améliorer leurs relations avec la clientèle. Les engagements pris sont de nature à rendre la banque plus claire et plus simple. Ils répondent à des priorités essentielles :

1. Renforcer tout ce qui peut permettre au client de faire jouer la concurrence :

- renforcer l'information sur les prix et la rendre plus accessible, par exemple dans les agences, au moyen d'affiches visibles et de dépliants tarifaires, et sur leur site Internet
- rendre les relevés de comptes plus clairs : un code visuel désignera les frais sur les relevés de compte pour faciliter leur lecture
- faciliter les comparaisons : pour les opérations les plus courantes, une quinzaine de termes ont été définis et serviront de référentiels aux banques et à leurs clients
- accompagner le changement de banques : dans ce cadre, les banques s'engagent à clore gratuitement tous les comptes à vue et comptes sur livret et assimilés ; elles mettent par ailleurs à la disposition de leurs clients un guide de la mobilité expliquant les démarches à effectuer, les précautions à prendre en cas de changement d'établissement.

2. Améliorer l'information sur les produits et services bancaires :

Tout français ou toute française ayant un compte bancaire doit pouvoir disposer d'une convention de compte de dépôt. Les banques s'engagent à mettre en ouvre les moyens adaptés à sa généralisation.

La médiation

La médiation est devenue un mode généralisé de résolution des conflits entre les organismes du secteur financier et leurs clients. Après les assureurs qui ont adopté une charte de la médiation en 1993 et les sociétés financières qui ont fait la même chose en 1995, le dispositif a été étendu à l'ensemble des banques en décembre 2001 en application de la loi MURCEF (mesures urgentes de réformes à caractère économique et financier).

Un tel dispositif existe dans plusieurs pays de l'Europe, comme la Belgique (la fonction d'Ombudsman a été créée en 1990 par l'Association Belge des Banques) et la Grande Bretagne (l'Ombudsman des assurances a été institué en 1981 et celui des banques en 1985).

L'objet de la médiation est de proposer une solution alternative à un contentieux judiciaire. La médiation est un processus par lequel un tiers indépendant (le médiateur) propose aux deux parties une solution fondée sur l'équité.

Cette solution n'a pas de caractère contraignant sauf cas particuliers, où l'avis rendu s'impose à la banque ou à la compagnie d'assurances.

Du coté des clients, la médiation est un moyen de renforcer les droits des consommateurs. A travers elle, ils disposent d'un service (gratuit) qui se propose de faciliter le règlement de litiges les opposant à l'entreprise. Elle permet de rétablir l'équilibre entre client et entreprise dans la mesure où le médiateur traite les deux parties identiquement.

Du coté des organismes de la finance, la médiation est un facteur d'accroissement de la performance économique. En individualisant la résolution des conflits, la médiation peut permettre d'éviter des conflits collectifs coûteux en termes financiers et plus encore en termes d'image. Par ailleurs, c'est un moyen de fidélisation de la clientèle. Exprimer la volonté de désamorcer les conflits est un signe de respect envers le client.

La mesure de la satisfaction clients

AXA a créé en 1999 un outil de mesure de la satisfaction de ses clients, *Customer Scope*, mis à disposition des sociétés du Groupe. Fin 2003, 19 de ces sociétés dans 12 pays utilisent cet outil. Le besoin stratégique de suivre la performance du Groupe a entraîné la création d'un Key Performance Indicator (KPI) consolidé Groupe qui permettra de suivre d'une année sur l'autre le niveau de satisfaction globale des clients d'AXA.

BNP Paribas dispose d'un ensemble varié d'instruments de mesure. Des baromètres ont été élaborés pour mesurer la qualité de service perçue après la mise en place de dispositifs récents, comme les Centres de Relations Clients et les Centres d'Affaires Entreprise. De même, le baromètre annuel de satisfaction des clients particuliers a été démultiplié pour donner des informations pertinentes à l'échelle de chacune des entités opérationnelles.

Dès 1987, le **Crédit Agricole** s'est doté d'outils de mesure de la satisfaction des clients. Il réalise tous les deux ans pour compte commun des Caisses Régionales des études auprès des particuliers, des agriculteurs, des professionnels, des entreprises et des collectivités locales. Chaque Caisse Régionale peut aussi mesurer régulièrement via des « qualitests » normés la satisfaction de ses différentes catégories de clients au niveau de l'agence. Elle peut aussi approfondir la dimension « relation clients particuliers » via une enquête spécifique dite *Météo Régionale*.

La **Société Générale** gère un système d'écoute à deux niveaux :

- Au niveau national, un baromètre de satisfaction concurrentiel annuel pour chacun de ses trois principaux marchés de clientèle : particuliers, professionnels, entreprises
- Au niveau local, des enquêtes menées annuellement auprès de la clientèle de particuliers de chaque point de vente.

Le **Crédit Coopératif** vient d'initier une enquête satisfaction client pour mesurer à la fois, l'accueil et l'écoute en agence et la perception du respect des valeurs de solidarité évoquées dans les publicités, une fois un produit solidaire acheté par un nouveau client. Objectif, que tout nouveau client puisse exprimer son ressenti dans les mois qui suivent son achat.

L'assurance qualité

Les organismes du secteur financier ont mis l'accent sur l'assurance qualité afin d'améliorer en permanence le niveau et la sécurité des prestations délivrées aux clients. A cet effet, la plupart des établissements ont développé d'importants programmes de certifications ISO 9001.

Afin de s'assurer d'une plus grande satisfaction de ses clients, **AGF** a entrepris de faire certifier ses points de vente.

La politique ISO de **BNP Paribas** engagée dès 1994, a permis en 10 ans, d'obtenir une soixantaine de certifications.

A fin 2004, le nombre de certificats ISO 9001 obtenus par le **Groupe Crédit Agricole** était de 26.

Dexia Sofaxis a mis en place, fin 2002, un système de management intégré Qualité, Sécurité, Ethique (QSEE), basé sur l'intégration des normes ISO 9001 (qualité), ISO 14001 (environnement), OHSAS 18001 (sécurité et santé au travail) et SA 8000 (responsabilité sociale et éthique). Dexia Sofaxis s'est vu décerner, en octobre 2002, le Prix Européen de la Qualité par le European Foundation for Quality Management (EFQM).

Un exemple de charte qualité

La charte qualité est un document par lequel une entreprise s'engage auprès de sa clientèle.

La **Société Générale** a lancé en septembre 2001 une telle charte auprès de sa clientèle de particuliers. Cette charte repose sur trois engagements correspondant aux attentes majeures de la clientèle en termes de qualité de service :

- Engagement n° 1 : « Vous offrir la relation que vous attendez »
- Engagement n° 2 : « Vous conseiller dans les bons comme dans les mauvais moments »
- Engagement n° 3 : « Vous simplifier la banque »

Ces engagements s'appuient sur onze « preuves » concrètes, par exemple :
« Vous n'êtes pas satisfait d'un service ou de ses conditions d'utilisation ? Dans les trois mois suivant sa souscription, nous nous engageons à vous rembourser le montant de votre cotisation. » ou encore « Si vous changez d'agence Société Générale, les formalités administratives sont simplifiées, car votre numéro de compte, lui, ne change pas...».

Offre dédiée

Développement de la prévention dans les assurances

Outre les services traditionnellement offerts et payants, proposer des services gratuits qui apportent une véritable valeur ajoutée, peut constituer un élément important dans le processus de fidélisation du client. Certaines de ces prestations s'inscrivent dans une logique de responsabilité sociétale.

Avec la création de *Santé Conseil Service* en 1999, **AGF** offre à l'ensemble de ses assurés santé une gamme de services gratuits leur permettant d'obtenir le juste prix dans leurs dépenses de santé grâce à des conseils de spécialistes, ou d'obtenir des tarifs et services préférentiels ainsi qu'une visite gratuite chez un chirurgien-dentiste partenaire.
De même dans le domaine de la prévention en automobile, AGF organise des opérations post-permis et propose un stage de révision de connaissance aux conducteurs expérimentés.
www.agf.fr/developpementdurable

Aviva dispose d'un base « Web santé » dont l'accès est gratuit pour les clients. Elle leur permet de décrire leurs symptômes et d'ouvrir un diagnostic en ligne immédiat. Ce service permet également d'avoir accès à un médecin dans les 24 heures.

AXA, avec **AXA Prévention**, intervient en faveur de la sécurité routière en initiant une série d'actions pour les enfants (diffusion de documents de sensibilisation, réalisation d'enquêtes, ...), pour les jeunes conducteurs (stages en conduite, diffusion d'un *Kit 1ère assurance auto*, ...), pour l'ensemble des assurés auto (diffusion du « Petit livre sympa pour rouler en toute sécurité », ...) et pour les collaborateurs d'AXA France (campagnes de sensibilisation, formations, en vue de renforcer la culture de sécurité dans l'entreprise).

Groupama a développé une offre en matière de formation et de sensibilisation à la sécurité routière, en particulier en direction des jeunes (réseau *Centaure* qui permet de sensibiliser le conducteur grâce à la reconstitution « à blanc » des principales situations d'accident ; *10 de conduite jeune* destiné notamment à tester les connaissances des jeunes de 16 à 18 ans en matière de code de la route, *10 de conduite rurale* pour initier les jeunes à la conduite en sécurité des engins agricoles...).

Groupama propose par ailleurs un ensemble de services pour prévenir, améliorer la qualité des soins et réduire les coûts (exemples : *Groupama Santé Active,* une assurance complémentaire frais de soins ; *Groupama Partenaires Santé* destiné à améliorer la coordination entre médecins généralistes et assurés...).

Accompagnement des assurés

L'accompagnement des assurés d'**Aviva** dépasse le dédommagement financier. L'assureur aide les victimes des accidents graves de la route au Canada et au Royaume-Uni à reprendre leurs activités courantes au plus vite avec un team d'experts.
En 2004, **Hibernian**, filiale irlandaise d'Aviva, a commencé le programme de rééducation « back on your feet » à l'intention des salariés victimes d'accidents de travail. Ce programme leur permet de reprendre leur activité plus rapidement, grâce a des analyses et un suivi plus adaptés. L'objectif est d'étendre ce programme aux victimes d'accidents de la route courant 2005.

CNP Assurances est actionnaire principal du réseau *Age d'Or Services*, qui propose une gamme de services variés pour combattre efficacement l'isolement et la dépendance des personnes âgées. Ces services, proposés par 75 franchisés en France et en Belgique, répondent à des besoins quotidiens ou prévisibles (aide à la mobilité, promenades, livraison à domicile, petit bricolage et jardinage, soutien à domicile) ou à une situation urgente et imprévisible (retour à domicile après hospitalisation, pose d'appareils de télé assistance, services d'assistance).

Assurance dédiée

La **MAAF** propose aux conducteurs de voitures « écologiques » (électrique, hybride, GPL ou GNV[1]) une prime d'assurance voiture *Pur Bonus*, qui consiste en une remise de 100 euros sur la première cotisation de leur assurance voiture.

[1] *GNV = Gaz Naturel Véhicule*
GLP = Gaz Pétrole Liquéfié

Norwich Union Insurance (Groupa Aviva) propose une assurance automobile *Pay as you drive*, qui permet aux souscripteurs de bénéficier de tarifs personnalisés. A partir d'une boîte noire installée dans le véhicule, l'assureur mesure la fréquence, le moment et le lieu de l'usage de la voiture et calcule la prime d'assurance mensuelle en fonction..

Prêts dédiés

Par le biais de la **Banque Populaire d'Alsace**, à l'intention des ses clients particuliers, le Groupe Banque Populaire a développé *PREVair Construction*, facilitant les investissements de nature immobilière visant à protéger l'environnement. Ce prêt d'une durée de 15 ans pour les constructions neuves et de 7 ans pour les travaux de rénovation a bénéficié d'un taux préférentiel sur fonds propres de la banque.
Cette pratique de prêt incitatif pour l'environnement a été la base des premiers partenariats publics privés de financements écologiques avec :

PREVair ADEME : le principe est le même que PREVair Construction mais certains critères écologiques sont finançables au taux de 2 % fixe sur 15 ans pour les constructions neuves et de 7 ans pour les travaux de rénovation. Cette expérience prélude à l'instauration du premier appel d'offres de prêts bonifiés lancé par l'ADEME au niveau national et inscrits dans le Plan climat.

PREVair CESI 0 % : Une convention passée avec le Conseil Régional d'Alsace est destinée à favoriser l'installation de 1.000 chauffe-eau solaires individuels (CESI) par an en Alsace. La banque permet à l'acquéreur de financer l'investissement, de percevoir la subvention, de constituer une épargne éthique, de payer des mensualités allégées. Avant ce partenariat, tout particulier souhaitant avoir un financement devait faire sa demande de subvention d'un coté et chercher un prêt de l'autre avec un taux qui variait selon les établissements. Le Conseil régional d'Alsace a cherché, sous forme d'appel d'offre, la banque pouvant proposer le meilleur financement pour les particuliers.
Le partenariat vise aussi à ce que la banque soit le canal de distribution des subventions (450 euros /projet) de la Région et propose d'utiliser une partie de ladite subvention pour ramener le prêt de 3,25 à 0 %. Ainsi le client touche sa subvention sous la forme d'un prêt à 0 % (très utile pour un remboursement dans la durée) et d'un reliquat lui permettant de rembourser les premières échéances. Le particulier en Alsace pourra donc obtenir un prêt à 0 % pour son investissement en plus du crédit d'impôt.

Cette action de prêts écologiques est en cours de diffusion auprès des autres Banques Populaires régionales.

Le **Crédit Coopératif** a mis au point un prêt immobilier "Quinoa Eco-habitat" destiné à toute personne physique ou SCI à caractère familial qui souhaite acheter une résidence principale ou secondaire à usage personnel ou locatif.
Le client peut moduler ses échéances annuellement.

Prêts Travaux Développement Durable du **Groupe Caisse d'Epargne** : afin d'aider ses clients qui souhaitent installer par exemple un chauffe-eau solaire, un plancher chauffant basse température, une isolation extérieure performante..., la Caisse d'Epargne Languedoc-Roussillon propose un prêt travaux bénéficiant de conditions financières attractives.

SOLFEA, filiale de Gaz de France et du groupe Lafayette-Laser, a créé un prêt Dolce Vita Rénovation Durable. Ce prêt, bonifié par Gaz de France, est réservé aux particuliers propriétaires de leur logement, pour le financement du renouvellement de leur installation de chauffage/eau chaude individuel au gaz naturel (chaudière à basse température ou à condensation avec ou sans chauffe-eau solaire, systèmes solaires combinés).

Des prêts à taux préférentiel pour le financement du bâtiment durable des particuliers existent en Allemagne depuis 1996 sous l'égide du **Kreditanstalt fûr Wiederaufbau-KfW**, banque publique détenue conjointement par l'Etat fédéral et les Lander. Ils sont distribués par les banques commerciales. La bonification est assurée grâce à des fonds publics alloués dans le cadre de programmes pluriannuels.

Aux Etats-Unis, un organisme public définit et certifie le niveau énergétique des logements en fonction duquel des prêts "efficacité énergétique" peuvent être accordés. Ce système de prêts offre des taux bonifiés ou permet à l'acquéreur du logement d'emprunter des sommes plus importantes en intégrant à sa capacité d'endettement les économies financières résultant des investissements d'éfficacité énergétiques réalisés.

Epargne dédiée

Pour alimenter les prêts PREVair, la **Banque Populaire d'Alsace** a mis en place en 1999 une ressource dédiée, le livret *CODEVAIR*. Avec CODEVAIR le client fait plus qu'un placement financier : il donne du sens à son épargne en l'utilisant dans des projets régionaux, pour l'amélioration de l'impact écologique des entreprises et de l'habitat individuel. L'emploi de la collecte de CODEVAIR est réservé au financement des PREVair. En 2004 CODEVAIR a obtenu le label FINANSOL La formule des CODEVAIR est en cours de déploiement au sein du Groupe Banques Populaires.

Green Funds : aux Pays-Bas, les premiers prêts à taux préférentiels dédiés au financement de projets "développement durable" ont été accordés dans le cadre de dispositif des "Fonds verts" défiscalisés mis en place en 1995. Les banques ayant mis en place un Fonds Vert font périodiquement des appels à l'épargne. Elles doivent ensuite redistribuer dans les trois mois, au moins 70 % des fonds collectés pour financer des investissements "verts" (construction durable, énergies renouvelables, agriculture biologique ...).
C'est l'administration qui certifie que les projets retenus entrent bien dans la catégorie des projets éligibles.

Sensibilisation aux enjeux

ING cherche à améliorer la connaissance des problématiques environnementales de son personnel par le biais d'une formation sur la contamination des sols, proposée aux gestionnaires de comptes dans le domaine des produits hypothécaires.

Les fiches "Finance et développement durable" ont été élaborées sur la base des travaux du Club Finance de l'ORSE.

ORSE • 7 impasse Léger • 75017 Paris
Adresse postale : 57 rue de Tocqueville • 75017 Paris
Tél. : +33 1 56 79 35 00 • Fax : +33 1 56 79 35 03 • contact@orse.org
www.orse.org