

La banque: un opérateur mobile

“ Le bon, la Brute et le Banquier ”



l'Economie

«**Science du quotidien**» qui consiste à appliquer des principes économiques et philosophiques de base à notre vie quotidienne, ceci dans le but d'optimiser le rapport:

- moyens financiers
- objectifs de vie
- satisfaction obtenue
- sécurité...

3
les dossiers de l'Economie



IFCCAÉ

construire ensemble

Voleur, escroc, arnaqueur, harceleur, vendeur sans scrupules !.. Si une profession est régulièrement clouée au pilori, c'est bien celle d'employé de banque, que nous appelons plus volontiers entre nous « le banquier ». Les raisons sont multiples, et nous allons tenter de les comprendre.

La banque a évolué de façon fulgurante pour se transformer en véritable machine de guerre commerciale, passant en vingt ans d'une gestion personnalisée de ses clients à une gestion de masse, développant des méthodes industrielles pour vendre pléthore de produits financiers et, surtout, mener à bien son grand projet : **la bancarisation**.

Devenant de plus en plus incontournable, notamment à partir du moment où les salaires furent progressivement versés par chèque ou par virement, la banque a joué successivement plusieurs rôles dans notre vie quotidienne.

Elle accompagne dans un premier temps l'essor des Trente Glorieuses et la naissance du consommateur « Homo economicus », en faisant à la fois la promotion de produits d'épargne innovants (l'épargne logement par exemple) et la publicité pour des formules de crédit permettant la démocratisation de biens jusqu'ici réservés à l'élite (télévision, machine à laver, voiture, ameublement...).

Dans un second temps, avec le développement de modes de paiement à distance comme les chèquiers, les virements, les prélèvements et les cartes bancaires, elle devient le témoin privilégié de tout ce qui rythme notre quotidien, et c'est en partie ce que nous allons lui reprocher.

Après avoir constitué, avec le médecin, le curé, le maire et le maître d'école, le cercle de notables qui, dans les villages et les quartiers, recevait les confidences des uns et des autres, **le banquier de proximité s'est progressivement transformé en commerçant, puis en super-vendeur**. Si nous sommes d'accord pour désigner la banque d'aujourd'hui comme une entreprise commerciale, elle reste une industrie à part.

Un commerce à part...

Lorsque vous vous rendez dans votre supermarché, même si vous êtes de mauvaise humeur parce que vous avez mis du temps à trouver une place de parking, parce qu'il y a du monde et que vous êtes pressé de rentrer chez vous, vous remplissez votre caddie de produits dont vous avez besoin ou envie et, au détour d'un rayon, il n'est pas rare que vous tombiez sur un article nouveau, qui vous interpelle ou qui, du moins, pique votre curiosité.

La grande distribution doit plaire, séduire, étonner, divertir, offrir du multiservice et être multitâche.

Dans un magasin de Hi-Fi/vidéo, le vendeur - pardon, le conseiller commercial - vous explique que son téléviseur est l'un des plus performant du marché et que si vous l'achetez, quand vous rentrerez chez vous le soir après une dure journée de travail, vous pourrez enfin vous détendre et, surtout, vous évader. Vous pourrez oublier vos soucis en vous laissant emporter par la magie de l'écran, par la qualité du son...



La vendeuse de votre boutique de vêtements préférés n'est pas en reste : elle vous explique que ce pull vous va mieux au teint et que, si vous prenez le pantalon bleu, ce serait sacrilège de ne pas prendre les chaussures qui vont si bien avec... « Merci mademoiselle, pour vos bons conseils, je reviendrai vous voir pendant les soldes (petit clin d'œil). »

Tous les commerces, quels qu'ils soient, n'ont qu'un objectif : déclencher l'acte d'achat, principalement en s'appuyant sur des mises en scène attrayantes, déployant des trésors de séduction, développant toute une sémantique autour de la confiance, du partenariat, de la sécurité, du plaisir et du bien-être.

La banque n'échappe pas à ces principes, mais elle ne peut pas non plus échapper à ce qui la caractérise : c'est le seul commerçant qui est toujours aux premières loges dès que nous devons affronter un accident de la vie.

En cas de divorce ou de séparation, le face-à-face avec le banquier est inévitable : il faudra clôturer le compte joint, supprimer les procurations éventuelles, procéder aux changements d'adresses, etc. En cas de perte d'emploi, il faudra aussi rencontrer son conseiller pour réorganiser le fonctionnement du compte, modifier le montant du découvert, le temps de retrouver un nouveau travail. En cas de décès d'un proche, il faudra clôturer les comptes du défunt, régler les détails de la succession, etc. Au-delà de ces trois exemples, le plus difficile à accepter, c'est que la banque se livre chaque mois à un exercice que nous détestons tous : **elle nous envoie « notre » relevé de compte.**

*Faites confiance
à un spécialiste
..... de la vente.*



Le relevé de compte : un révélateur...

L'€conomie met en évidence le fait que l'argent ne devrait pas être un thème coupé des autres mais au contraire relié en permanence à ce qui fait notre quotidien. Avec le relevé de compte, vous avez un exemple parfait de ce mélange perpétuel.

Mais au fait, qu'est ce qu'un relevé de compte ?

Si vous tapez « relevé de compte » sur un moteur de recherche, vous tombez sur un tas de sites qui vous expliquent ceci : le relevé de compte contient toutes les opérations effectuées sur votre compte, vous devez le conserver, blablabla... Non, le relevé de compte n'est pas seulement un document comptable, c'est bien plus que cela...

Observez bien votre relevé de compte : il contient toutes les informations liées à nos finances, mais pas seulement.

C'est précisément pour cela que nous n'aimons pas la banque : elle nous renvoie en permanence à la réalité de notre vie, sans rien oublier, sans rien occulter.

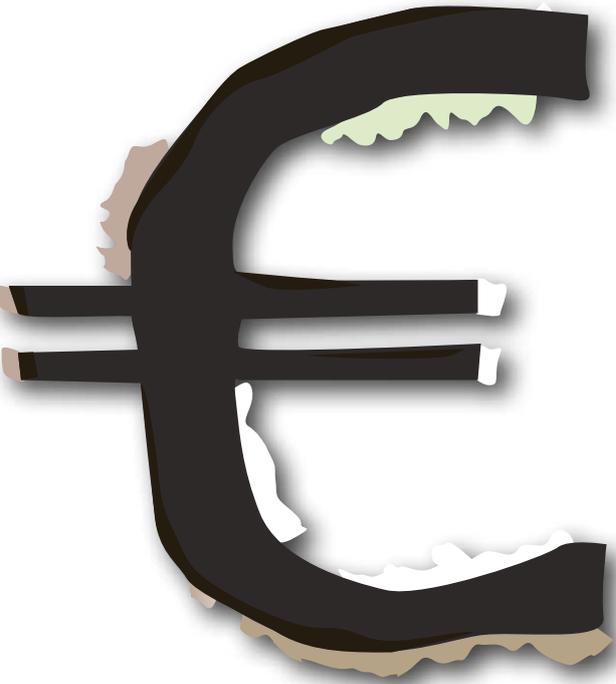
Commençons par les revenus : chaque mois, le relevé de compte enregistre le montant et la nature de nos revenus, qui, pour la plupart d'entre nous, ne suffisent pas à satisfaire la moitié de nos besoins et le quart de nos désirs. Hormis quelques privilégiés qui exercent la profession passionnante et rémunératrice dont ils ont toujours rêvé, la plus grande partie d'entre nous perçoit un salaire qui est la contrepartie d'un travail qui nous ennuie profondément où pour lequel nous nous sentons sous-évalué, sous-payé. Sans parler de tous ceux qui, sans emploi, voient s'afficher sur leur relevé mensuel le sigle des dispositifs sociaux censés les aider mais qui révèle et assoie un sentiment d'échec.

En face, il y a les dépenses. D'abord, le loyer, premier poste de notre budget, qui peut renvoyer lui aussi à un sentiment d'injustice : montant disproportionné par rapport à la superficie, à la qualité ou à l'emplacement du logement. Ensuite, il y a les factures : eau, gaz, électricité, téléphone(s), abonnements magazines, télé, Internet... Stop. Arrêtons-nous un instant sur ces dernières dépenses.

RELEVÉ DE COMPTE:

Ma vie,
mon oeuvre...





Nathalie, 40 ans, vit seule avec son fils. Ces derniers mois, elle a traversé des moments difficiles ; ses longues conversations téléphoniques avec sa sœur lui ont été d'un grand réconfort. Ces conversations salvatrices ont également grandement participé au dépassement de son forfait téléphonique, creusant d'autant son découvert bancaire. Le relevé de compte (et donc la banque) se fait l'écho de nos difficultés et des solutions pas toujours adaptées que nous avons voulu mettre en place. Nathalie, noyée dans sa détresse, pressée par son fils qui veut une console de jeux portable, cède à la proposition du vendeur d'une grande enseigne qui lui offre la carte du magasin pour profiter de paiements échelonnés (lire le dossier sur les crédits). Les premières échéances entraîneront un dépassement de son découvert autorisé, ce qui déclenchera des prélèvements de frais bancaires.

Ce genre d'incident est arrivé à bon nombre d'entre nous. Notre premier réflexe est d'en vouloir à notre banque, considérant injuste, alors que notre situation financière est déjà délicate, de se voir prélever des frais qui vont contribuer à accentuer nos difficultés.

Combien d'entre nous ont été capables, en lisant sur notre relevé de compte le montant des frais prélevés par la banque, de faire l'effort de remonter dans le temps, jusqu'à l'achat de trop qui a généré l'incident ?

Nathalie saura-t-elle comprendre que ses conversations téléphoniques et la carte du magasin sont les causes de ses problèmes de découvert, la banque n'en étant que le révélateur ?

Révélateur, état des lieux, réceptacle de tous nos comportements de consommation : le relevé de compte est tout cela à la fois. Notre compte bancaire et, par extension, notre banque, enregistre toutes les actions qui ont une matérialisation financière. Vous allez chez votre coiffeur pour vous faire une nouvelle tête : enregistré sur le relevé de compte. Vous craquez pour un vêtement en solde : enregistré sur le relevé de compte. Vous retirez 50 € dans un distributeur d'un quartier chaud à 1 heure du matin : enregistré sur le relevé de compte. Vous invitez un collègue de travail à déjeuner : enregistré sur le relevé de compte. Je pourrais continuer ainsi sur des dizaines de pages : notre relevé de compte enregistre tout, devient une mémoire implacable où la réalité des chiffres nous rattrape inévitablement.

C'est un miroir qui nous renvoie en permanence un mélange de sentiment d'impuissance, de frustration, de désir, d'espoir, de contrainte, d'obligation, de responsabilité, dont nous aimerions pouvoir nous soustraire. Nous cherchons sans cesse un moyen de nous évader, nous aimons nous « vider la tête », nous voudrions ne plus penser. La télévision, Internet, les jeux vidéo, notre baladeur MP3, la lecture et même les antidépresseurs, les somnifères ou l'alcool sont autant de moyens qui nous permettent d'oublier temporairement que la vie quotidienne est à la fois complexe et compliquée.

Pourtant, notre relevé de compte constitue une formidable radiographie de ce que nous vivons tous les jours. Si nous souhaitons construire ou reconstruire un projet de vie différent, celui-ci ne pourra voir le jour que si notre point de départ n'est pas une réalité travestie.



C'est peut-être parce que la banque nous renvoie sans cesse à la réalité de ce que nous vivons que nous sommes nombreux à ne pas l'aimer.

La divine comédie...

Pas question d'oublier que nous vivons une époque difficile sur le plan économique et social, avec près de 8 millions de Français vivant avec moins de 950 € par mois. Malgré cette situation, nous assistons à des pratiques bancaires qui frôlent parfois le cynisme. Sans aller jusqu'à inscrire sur le frontispice de chaque agence bancaire « vous qui entrez ici, laissez toute espérance », comme sur la porte des enfers du chef-d'œuvre de Dante, les modes opératoires d'une bonne partie de la profession bancaire doivent nous inspirer, pour le moins de la prudence, pour le mieux de la méfiance.

J'ai toujours été fasciné par le nombre de personnes exprimant leur désir de « confiance ». C'est-à-dire leur envie de faire confiance à leur banquier en espérant que celui-ci gèrera toujours au mieux leurs avoirs ou leurs difficultés bancaires. Pourquoi s'obstiner à mettre de la confiance entre un consommateur et un vendeur qui sont, par essence, régulièrement et de plus en plus en conflit d'intérêt. Le sociologue Pierre Bourdieu, en son temps, avait très bien saisi l'articulation client/vendeur : « Le client est roi mais il redevient valet dès qu'il a consommé. » Réservez la confiance à notre cercle amical, à notre famille, et pourquoi pas, à notre animal de compagnie. Mais, pour la relation bancaire, soyons plus pragmatique. Bien utiliser sa banque exige de savoir ce qu'elle est, comment elle fonctionne et aussi, de connaître certains petits travers qui pourrons nous éviter quelques déceptions. Banque, qui es-tu, que fais-tu, où vas-tu ?...

Un gigantesque club de rencontres...

Plus fort que Meetic et eDarling réunis, la banque est certainement le plus grand club de rencontres du monde. Il n'est pas question ici de dialogue fiévreux sur Internet ou de rendez-vous au café du coin avec une rose à la boutonnière. Il s'agit juste de décrire une réalité qui n'est pas forcément perçue par tout le monde.

Nous sommes tous obligés de passer par la case banque pour percevoir nos revenus, que ce soit nos salaires, des prestations familiales ou sociales, des remboursements de santé... Toutes ces rentrées sont stockées dans un premier temps sur des comptes, puis, notre « ami financier » les utilise pour faire des crédits, des avances de trésorerie, des découverts. Le plus incroyable, c'est que ce mécanisme, sans vraiment le vouloir, fait jouer une solidarité qui ne s'exprimerait peut-être pas s'il n'existait pas. En effet, l'intermédiation bancaire (la banque joue les intermédiaires entre les offreurs - ceux qui déposent leur argent - et les demandeurs - ceux qui souhaitent emprunter -) permet des rencontres improbables.



Attention, caricature :

imaginons un robuste gaillard prénommé Adolphe, 1 m 90, crâne rasé et croix gammée tatouée sur le biceps droit, déposant chaque mois son salaire dans son agence. Imaginons également dans la même banque, M. Mouloud, 1 m 65, plutôt frêle de sa personne, venant solliciter son conseiller financier pour un crédit. Après avoir étudié la capacité de remboursement de M. Mouloud, la banque décide d'accorder le prêt. En poussant le raisonnement à l'extrême, on peut dire que, pour une part de l'emprunt, la banque aura utilisé l'argent du « sympathique » Adolphe.

Si nous retirons le gigantesque écran de fumée que constitue le principe d'intermédiation bancaire, il reste des hommes en face d'autres hommes, des Mouloud en face des Adolphe. Et là, nous n'avons pas la certitude que la rencontre sera productive...



Une compagnie de transport...

Au début de ce dossier, j'ai fait allusion au grand projet de la banque de détail en parlant de bancarisation. Bancariser un client consiste à « l'équiper » d'un ensemble de produits et services associés à son compte de dépôt. Cet équipement, censé assurer à l'établissement financier une rentabilité minimale, se compose de divers « produits » :

- **Un découvert bancaire autorisé.**
- **Un chéquier.**
- **Une carte de paiement.**
- **Une carte de crédit (faisant aussi office de carte de paiement).**
- **Des services de prélèvement et de virement.**
- **Des assurances diverses.**
- **Un crédit (idéalement).**

Le tout étant conditionné au fait que le client domicilie ses revenus dans l'établissement. **Souvent, la majorité de ces produits sont proposés sous la forme d'un « forfait de services ».**

Si chacun d'eux peut avoir une certaine utilité dans la vie de tous les jours, il n'en demeure pas moins que nous ne pouvons utiliser un produit dans de bonnes conditions qu'à partir du moment où nous connaissons ses caractéristiques. Nous pourrions croire que la majorité d'entre nous sait ce qu'est un chèque ou une carte bleue ; nous allons voir que c'est loin d'être évident pour tout le monde.

Prenez votre chéquier et votre carte bancaire en main et montrez-les à un ami ou à un collègue en lui demandant ce qu'il voit. Il vous répondra dans un premier temps qu'il voit des moyens de paiement ; si vous insistez, il ajoutera qu'il voit aussi du papier (le chéquier), du plastique (la carte), et si vous insistez encore, il vous dira enfin qu'il voit de l'argent, de l'argent « dématérialisé ».

Cette interprétation des moyens de règlement est en partie la cause de l'augmentation des accidents de paiement que nous connaissons aujourd'hui. Pourquoi ? Vous allez comprendre...

Si votre carte et votre chéquier son bien en plastique pour l'un, en papier pour l'autre – jusque-là, pas d'erreur –, si l'on peut effectivement les qualifier de moyens de paiement – c'est leur utilité première –, il est très dangereux en revanche de les assimiler à de l'argent dématérialisé. En effet, votre carte et votre chéquier n'ont aucune parenté avec l'argent ; ce sont seulement des moyens de le transporter d'un point A à un point B, en l'occurrence, de votre propre compte jusqu'à un compte de « l'entité » que vous payez par chèque ou par carte.



Quand vous prenez le bus, vous ne devenez pas le bus et le bus ne devient pas vous : le bus ne fait que vous véhiculer d'un point à un autre.

De même, quand vous utilisez votre carte bancaire, elle n'est pas de l'argent, mais seulement le moyen de le transporter.

Cette façon d'appréhender les moyens de paiement est capitale car elle les définit pour ce qu'ils sont concrètement ; par extension, elle définit également ce qu'est la banque moderne : une énorme compagnie de transport, une entreprise qui passe l'essentiel de son temps à convoier des flux financiers, sachant que les virements, les prélèvements et, bien sûr, les cartes et les chèquiers, constituent sa flotte de véhicules.

Cette façon d'envisager les moyens de paiement est primordiale car elle définit les règles de bonne utilisation de ces outils :

- avant de donner un ordre de transport à sa banque, vérifier que l'on a de l'argent à transporter ;
- s'assurer que cet argent est suffisant (il suffit d'un centime en négatif pour basculer dans les comptes en incident), disponible (s'assurer que des prélèvements ou des chèques faits antérieurement ne vont pas diminuer le solde sur lequel vous vous êtes basé) et préalable (que l'argent est bien sur votre compte au moment du paiement).

Les moyens de paiement peuvent également se révéler dangereux si nous sommes tentés de les utiliser comme outils de crédit :

faire un chèque à un commerçant en lui demandant de l'encaisser le mois prochain, bien qu'étant une pratique courante, est toujours une prise de risque maximale. Pour peu qu'en plus, on développe une utilisation inadaptée de son découvert autorisé, les conséquences peuvent devenir problématiques.

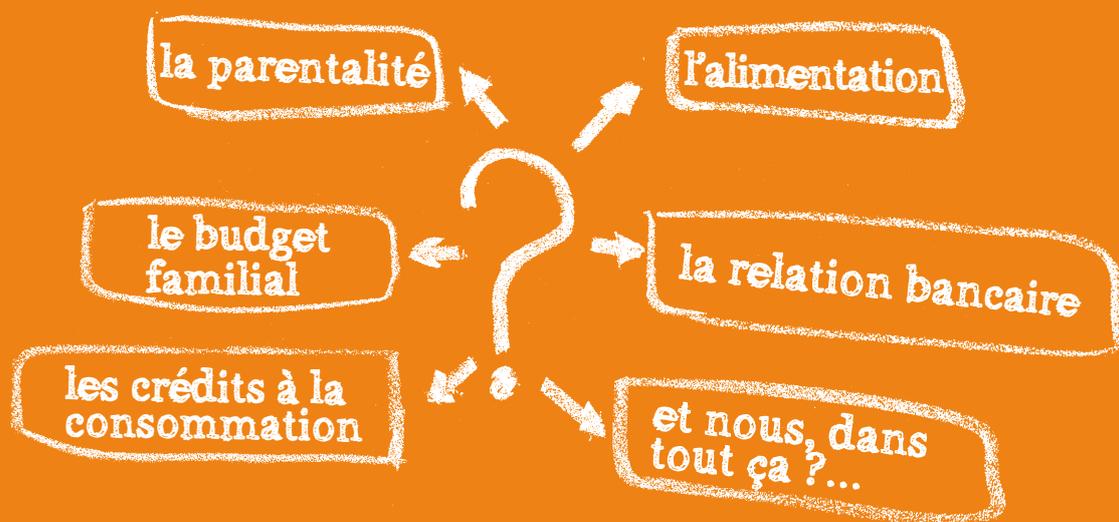
Si nous devons incriminer la banque du 21^e siècle, c'est certainement sur son manque de pédagogie vis-à-vis de ses clients.

Alors qu'elle propose des produits de plus en plus complexes, le temps de conseil se réduit comme peau de chagrin au profit du temps commercial pur et dur. Ce qui explique peut-être que les « conseillers commerciaux » d'aujourd'hui sont bien en peine d'expliquer clairement le fonctionnement des produits qu'ils vendent, notamment les formules de crédit à géométrie variable qui occupent une place de plus en plus grande dans notre vie de consommateur. Il ne faut donc attendre de notre banquier que ce qu'il peut nous donner – ou plutôt « nous vendre » –, et rien de plus... ■



Econovie

un nouveau point de vue sur:



connaître pour savoir | savoir pour comprendre | comprendre pour agir



IFCCAÉ

Informer et former
sur les comportements
de consommation et
l'accompagnement collectif

