

La protection de la clientèle doit garantir l'intérêt des clientes et clients

L'amélioration de la protection des clients est redevenue d'actualité depuis la crise financière. C'est également le cas en Suisse. Il ne fait aucun doute que les banques doivent respecter leurs obligations de diligence dans les rapports avec leur clientèle. En revanche, il ne faut pas perdre de vue les coûts engendrés par cette protection, car elle pourrait bien se retourner contre ceux qui en bénéficient. Le constat n'est vraiment pas abusif: avec les prescriptions en vigueur et les autorégulations pour la protection de la clientèle dont nous disposons, nous nous en sortons déjà très bien en Suisse. Même la meilleure législation possible ne peut guère éviter les activités criminelles. Ce qui a fait ses preuves en Suisse, c'est une réglementation ciblée et modérée.



Pr Urs Müller
Président de l'Union des banques cantonales suisses, professeur titulaire d'économie nationale à l'université de Bâle

La crise financière a révélé plusieurs faiblesses dans le système financier global, notamment en ce qui concerne les grandes banques actives à l'échelle internationale. Ces établissements sont si importants qu'ils ne peuvent se permettre de disparaître; c'est ce que nous avons vécu en Suisse avec l'affaire UBS. Ce problème est reconnu au niveau mondial et les législateurs ont commencé à s'y attaquer.

Suite à l'insolvabilité de la banque d'investissement Lehman Brothers en 2008 ou au scandale financier autour de Bernard Madoff, qui a porté sur des milliards, les régulateurs se sont aussi intéressés à la protection du consommateur. Ces deux exemples montrent comment les investisseurs ont subi des préjudices par la négligence des prestataires financiers, si ce n'est leurs intentions criminelles. En Suisse, des clients ont essuyé de fortes pertes. Les investisseurs doivent donc être mieux protégés.

Il ne faut pas perdre de vue l'objectif

Avant de réfléchir aux approches matérielles de la réglementation, il faut se rappeler que l'objectif est de protéger les clients du secteur financier contre les pertes prévisibles ou insupportables. C'est la raison pour laquelle le conseiller à la clientèle doit soigneusement analyser les produits pour qu'ils correspondent à son client, puis l'informer de leurs avantages et inconvénients, afin qu'il se décide en connaissance de cause.

C'est – si la comparaison est permise – comme chez le médecin: celui-ci clarifie la situation avec le patient (anamnèse), analyse le problème (diagnostic), puis énonce une ou plusieurs solutions (thérapie). Il est important que le médecin expose, en toute transparence, les avantages et les inconvénients de chaque traitement (y compris les risques connus et les effets secondaires). Cette condition doit être respectée pour que le patient se décide efficacement. Dans certaines situations, une assistante médicale ou un pharmacien peuvent également aider à franchir quelques-unes de ces étapes.

Même si le secteur financier n'est pas synonyme de vie et de mort, mais «que» d'argent, des processus contrôlés permettent, ici aussi, d'éviter les dégâts. Ainsi, la protection de la

clientèle est au centre de la relation entre l'intermédiaire financier et le client. Les banques prennent déjà largement en compte ses préoccupations légitimes: le personnel est formé de manière adéquate grâce au système éducatif suisse. Le client et sa situation spécifique figurent au premier plan lorsqu'une question se pose. Les risques et les pertes potentielles sont également abordés dans la description du produit.

Pas de déficits fondamentaux dans la protection des investisseurs

Le secteur financier n'a pas besoin d'une réglementation plus étayée et plus formaliste que celui de la santé, d'autant plus que la protection des investisseurs ne présente aucun déficit fondamental en Suisse. La satisfaction du client y est sensiblement plus élevée qu'ailleurs en Europe, comme l'a récemment montré une enquête conjointe du Swiss Finance Institute et de McKinsey. Seuls les abus effectifs doivent donc être combattus. Il ne faut, toutefois, pas oublier que les réglementations comportent aussi des risques et des effets secondaires.

Une protection de la clientèle étendue dans la forme entraîne dans un premier temps des surcoûts. Certains sont occasionnés par des améliorations (par exemple formation et informatique), d'autres viennent du fonctionnement (par exemple, inventaire, «compliance»). Or, ces frais supplémentaires désavantagent les petits établissements. Ils sont répercutés sur le client quand c'est possible, ce qui renchérit les services bancaires.

S'il n'est pas possible de répercuter ces coûts – c'est notamment le cas des petits clients dont les entretiens de conseil nécessitent d'importantes ressources en personnel –, ces services ne seront plus proposés. En Allemagne, la réglementation en matière de protection des clients est stricte (obligation d'inventaire sévère, registre des conseillers) et de nombreuses caisses d'épargne, banques populaires et banques Raiffeisen ont cessé de fournir des conseils en investissement. Il faut partir du principe que réglementer sur le modèle de l'UE désavantage tout d'abord les clients privés dont le patrimoine est faible, à l'exemple des artisans. ■