

## **La Banque Postale pourrait être investie d'une double mission**

### **1) Contribuer au financement des 4 piliers du service public postal**

Sur ce premier point, nous vous renvoyons à la lecture du document FO Communication, intitulé « Comment financer le service public postal ? ».

### **2) Participer à la relance de la consommation**

La Banque Postale serait un vecteur dynamique pour une relance de la consommation, levier indispensable pour sortir du marasme économique actuel. Elle vient de signer un accord de partenariat avec la Société Générale en vue de commercialiser, en 2010, des prêts à la consommation.

Plusieurs remarques s'imposent :

- Il serait opportun que les parlementaires puissent connaître, avec précision, les termes de l'accord qui lie les cocontractants. Il faut savoir que d'autres organismes, dépourvus de réseau mais possédant le savoir-faire technique étaient sur les rangs !
- L'accord prévoit que La Banque Postale serait un simple apporteur d'affaires au profit de la Société Générale.
- L'évaluation de la prise de risque serait de la seule responsabilité de La Société Générale, ce qui confine La Banque Postale dans une situation de dépendance. Pourquoi avoir créé une banque de plein exercice pour en arriver là ?
- Il est tout à fait possible de transférer, sans attendre, la prise de risques à La Banque Postale sous réserve de former les personnels concernés.

Les guichetiers et conseillers n'ont pas à démontrer leur compétence et leur capacité d'adaptation. On peut admettre que La Banque Postale soit amenée à recruter quelques spécialistes dans son « back office », mais on ne voit pas pourquoi les postiers seraient moins aptes que les employés de chez Leclerc ou les salariés des centres d'appels de certaines banques sans guichets.

De l'avis des banquiers les commerciaux de La Banque Postale bénéficient d'une excellente formation et sont considérés comme d'excellents professionnels. C'est pour cette raison qu'ils n'hésitent pas à les recruter en leur offrant, de surcroît, une rémunération plus attractive !

Au sein du réseau, il existe des spécialistes de la commercialisation des prêts immobiliers appelés conseillers spécialisés en immobilier (CSI). De la même manière, La Poste a créé, il y a plusieurs années, la fonction de spécialiste en gestion de patrimoine : ce sont les conseillers spécialisés en patrimoine (CSP). Autrement dit, l'évaluation et la prise de risques ne sont pas des notions étrangères à La Poste.

Les CSI qui connaissent le risque inhérent à l'octroi d'un prêt sont, depuis la réforme du réseau de 2007, gérés directement par La Banque Postale, à la différence des CSP placés sous la responsabilité du réseau. La Banque Postale les a donc « sous la main ».

Il existe, par ailleurs, au sein des centres financiers des cellules d'appréciation du risque.

Dans ces conditions, il est tout à fait envisageable d'accélérer le processus de commercialisation des prêts à la consommation par La Banque Postale. Le président du directoire en a-t-il vraiment l'intention ? Compte tenu du poids de La Banque Postale (30 millions de clients, 11 millions de CCP), le volume d'affaires potentiel constitue pour la Société Générale un apport significatif de nature à augmenter son produit net bancaire. C'est un cadeau apporté sur un plateau d'argent à la Société Générale...

Toutefois, si La Banque Postale, en vient à gérer elle-même la prise de risques et le contentieux, il est naturel de s'interroger sur l'intérêt et la portée du partenariat avec la Société Générale.

S'agissant de la nature des prêts, il serait intéressant que La Poste explore la piste du micro-crédit. Elle est peut-être mieux placée que d'autres pour comprendre et suivre les personnes en difficultés. A condition de dégager les moyens nécessaires au suivi des dossiers.

En tout état de cause, il est étonnant que La Banque Postale se contente de fixer à 2010 le lancement des prêts à la consommation. Pourquoi cette faible réactivité ? Au vu du climat économique, il serait opportun d'accélérer le processus.