

16.04.12

Trop beau pour être vrai

Après le Crédit mutuel, c'est au tour du Crédit agricole de clamer dans une campagne publicitaire que ses conseillers ne sont pas rétribués en fonction des produits bancaires proposés au client. La banque joue sur les mots.

« *Au Crédit agricole, nos conseillers n'ont pas d'incitation financière à proposer un produit plutôt qu'un autre** ». La dernière campagne publicitaire du Crédit agricole jette un pavé dans la mare et semble avoir quelque peu agacé certains concurrents du réseau. Il est vrai que la lumière commence de plus en plus à se faire sur les **avantages octroyés aux bons « commerciaux »** qui remplissent les objectifs de vente : **commissions, primes individuelles ou collectives, bons d'achat, etc.** Le Crédit agricole peut-il pour autant s'afficher comme le « Monsieur Propre » de la profession ? On peut en douter...

La part de rémunération variable n'a pas disparu

« *Quelle que soit la banque, une rémunération financière est attribuée aux conseillers en fonction des résultats commerciaux obtenus. Y compris au Crédit mutuel ou au Crédit agricole* », affirme Jean-Pierre Rondeau, qui a dirigé plusieurs services successivement à la Société générale, à la banque Indosuez et au Crédit du Nord avant de travailler comme gestionnaire de patrimoine indépendant à Mégara Finance.

Si l'on examine de plus près la politique salariale du Crédit agricole, on découvre que la rémunération des conseillers se décompose en trois éléments, dont « une rémunération variable qui rétribue la performance individuelle ». « *Il faut ajouter la précision apportée par l'astérisque en bas de la publicité : il n'y a pas d'incitations financières "dans une même catégorie de produit : crédit, épargne". Il est clair que si les salariés ne sont pas commissionnés produit par produit, ils restent bien intéressés financièrement au respect d'objectifs commerciaux fixés par la direction sur certaines catégories de produits* », poursuit Jean-Pierre Rondeau.

« *Les objectifs peuvent être communiqués en nombre de packages, ou de produits d'épargne (livret A, LDD, etc.), en nombre de prêts réalisés, en montants collectés en assurance vie, etc.* », précise un cabinet de conseil financier.

Les produits maison largement majoritaires

Et que l'on ne s'y trompe pas, **la grande majorité des banques continuent de privilégier la vente des produits maison** dans le réseau de détail. Le Crédit agricole n'échappe pas à la règle. Ainsi, les assurances vie vendues aux guichets des banques vertes sont toujours constituées à 90 % de fonds gérés par le Crédit agricole. « *Si les conseillers étaient vraiment désintéressés, ils pourraient proposer n'importe quel produit hors Crédit agricole, ce qui n'est pas réellement le cas dans le réseau de détail du CA* », affirme Charles d'Argentré, conseiller en gestion de patrimoine à Mégara Finance.