COMPTABILITE, GESTION, FINANCE

FICHE PROGRAMMATION

AFGES - DISPOSITIF DE PROTECTION DE LA CLIENTELE ET PRATIQUES COMMERCIALES BANCAIRES

Public

Auditeur(trice),Auditeur(trice) interne,Chargé(e) de mission,Directeur(trice) et responsable d'équipe,Directeur(trice)/Responsable administratif(ve) et financier (e)

Prérequis

Connaissance de l'environnement bancaire et financier.
Connaissance de base des règles de bonne conduite entre l'établissement financier et la clientèle.

Objectifs pédagogiques

- Analyser le périmètre des activités et des produits distribués par les institutions bancaires.
- Connaître la législation et réglementation encadrant la commercialisation des produits et services bancaires, y compris le processus de promotion et de démarchage.
- Comprendre les obligations qui en découlent et identifier les risques engendrés par des pratiques commerciales non-conformes commises par l'établissement bancaire lui-même ou par ses intermédiaires.
- Appréhender les axes de contrôle permettant de s'assurer de la conformité et de l'efficacité des dispositifs en place.

Contenu

1 PRODUITS ET ACTIVITÉS DES ETABLISSEMENTS / DISPOSITIONS LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES

Produits et services distribués par les établissements bancaires / Dispositions législatives et réglementaires y afférents.
Description des produits distribués aux clients Particuliers et Professionnels et les exigences réglementaires associées :
- Comptes de dépôt.
- Gestion et mise à disposition des moyens de paiement.
- Monnaie électronique.
- Comptes d'épargne (épargne réglementée, comptes à terme, …).

2 DISPOSITIFS DE COMMERCIALISATION ET RÉPARTITION DES RESPONSABILITÉS ENTRE LES ACTEURS

Relations entre mandants et intermédiaires (IOBSP et Intermédiaires en Assurance) : répartition des responsabilités.
Conditions d'honorabilité, de compétence, d'habilitation et de protection (souscription d'assurance et garantie).
Points de vigilance sur la promotion, le démarchage et la vente à distance.
Les cas d'externalisation et les points d'attention spécifiques pour les contrôleurs.
Les actions en réponse des associations professionnelles : Charte AFECEI relative à l'inclusion bancaire et à la prévention du surendettement, recommandations FBF (en matière de mobilité, par exemple).
La création de l'Observatoire de l'Inclusion Bancaire (OIB).
La mission dévolue à la Direction du Contrôle des Pratiques Commerciales (DCPC) au sein de l'ACPR.
Rôle du pôle ABE IS (Assurance Banque Épargne Info Services).
Identification des risques par thème :
- Connaissance de la clientèle.
- Information clients.
- Devoir de conseil.
- Protection des données personnelles.
- Prévention du surendettement.
- Traitement des réclamations clients.

Risques provenant d'activités externalisées en lien avec la commercialisation et la relation clientèle.
Mesure, gestion et surveillance de ces risques.
Présentation d'une méthode d'analyse de la qualité des cartographies en évaluant notamment la prise en

compte d'indicateurs de risque pertinents et adaptés.

3 ENJEUX RÉGLEMENTAIRES ET CARTOGRAPHIE - OBLIGATIONS DE PROTECTION DE LA CLIENTELE QUI EN DÉCOULENT

Identification des risques par thème :
- Connaissance de la clientèle.
- Information clients.
- Devoir de conseil.
- Protection des données personnelles.
- Prévention du surendettement.
- Traitement des réclamations clients.<

Risques provenant d'activités externalisées en lien avec la commercialisation et la relation clientèle.
Mesure, gestion et surveillance de ces risques.
Présentation d'une méthode d'analyse de la qualité des cartographies en évaluant notamment la prise en compte d'indicateurs de risque pertinents et adaptés.

4 CAS PRATIQUE

À partir de la cartographie réalisée, identification des éléments essentiels du dispositif de contrôle interne que le contrôleur doit trouver sur place :
- L'environnement de contrôle avec les éléments suivants :
  o Les procédures opérationnelles nécessaires : entrée en relation, ouverture des comptes, proposition des produits, octroi des services (crédits), suivi de la relation commerciale, clôture des comptes.
  o Traitement des réclamations clients.
  o Des règles de déontologie formalisées dans un code de bonne conduite et prévoyant des règles de gestion des conflits d'intérêts, l'octroi d'habilitations.
  o Identification et prise en charge de la clientèle fragile.
  o Une politique de rémunération adéquate pour les personnels chargés de la commercialisation des produits (Ref. Code de la conso et standards EBA).
  o Un processus de validation des nouveaux produits.
  o Un dispositif de contrôle des campagnes publicitaires.

5 ENVIRONNEMENT DE CONTRÔLE ET DISPOSITIFS DE MAÎTRISE DES RISQUES

Cas spécifique du traitement des réclamations
- Identification des points de vérification à mettre en œuvre de la réception de la réclamation à son traitement en mettant l'accent notamment sur :
  o Typologie des motifs et recevabilité.
  o Un processus de validation des nouveaux produits.
  o Circuit de prise en charge des réponses et indemnisation (éventuelle).
  o Médiation.
  o Prise en compte des axes d'amélioration sur le ou les processus visé(s) par la réclamation.

6 DOCUMENTATION ET OBLIGATIONS DE REPORTING

Description des reporting suivants :
- Rapport annuel sur le contrôle interne et la maîtrise des risques.
- Questionnaire ACPR sur les pratiques commerciales et la protection de la clientèle (QPC²).
- Reporting en direction de l'OIB.

Utilisation effective des contrôles de cohérence « inter Reporting ».
Réalisation de recoupements entre le reporting et la réalité du terrain.