

***PRATIQUES COMMERCIALES ET POPULATIONS
VIEILLISSANTES
RAPPORT FINAL***

Clara Deville, chargée de recherche en sociologie, INRAE / CESAER, clara.deville@inrae.fr

Sous la direction scientifique de :

Jeanne Lazarus, chargée de recherche en sociologie, CNRS / CSO

Sabine Rozier, maîtresse de conférences en science politique, Université Paris Dauphine / PSL - IRISSO

Sommaire

Introduction	5
A. Contexte de l'étude	5
B. L'évolution de la réglementation bancaire : favoriser l'épargne tout en protégeant l'épargnant	8
• Objectifs de l'étude.....	10
C. Méthodes d'enquête	14
• Étude documentaire	16
• L'ethnographie	16
• Anonymat.....	19
I. Définir la vulnérabilité : (dés)ajustements des catégories employées	21
A. Vieillesse et patrimoine : un état des lieux en France	21
• Quel est le patrimoine des personnes âgées en France ?.....	21
B. Les personnes âgées vues par les banquiers	27
• Des routines commerciales déstabilisées	27
• Les risques opérationnels et financiers.....	30
• Les risques juridiques et réputationnels	32
C. Une catégorie de pensée et d'action des politiques publiques : la vulnérabilité	36
• « Vulnérabilité » : circulation trans-sectorielle d'un terme polysémique.....	37
• De la « maltraitance financière » à la « vulnérabilité » : la progressive inscription du vieillissement à l'agenda de la Place	40
• La réception de la vulnérabilité par les établissements financiers	44
II. Le cadre de la commercialisation des produits financiers aux personnes âgées	47
A. Le modèle bancaire face au vieillissement	48
• Les signes de vulnérabilité : un savoir expérientiel.....	48
• Des banquiers mis en concurrence	51
• Modernisation des agences et isolement croissant des conseillers bancaires	55
B. Hiérarchisation et classements informels de la clientèle	59
• Les seniors vulnérables, une définition par les pratiques	59
• Un accueil différent des clients âgés ?	61

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

- Les critères informels de classement des clients vieillissants 62

C. Comment commercent les seniors ? Les méandres de la qualification du “consentement éclairé” 66

- La production du consentement : l’avis des acteurs de la protection des consommateurs..... 66
- À quoi consent le client ? Tensions et incertitudes relatives à la détermination du consentement éclairé 68

III. Quelles solutions ? 73

A. L’adéquation des modalités existantes de protection des consommateurs : les règles MiFiD 2 à l’épreuve des pratiques 73

- La production des questionnaires : juridicisation et quantification 74
- Les marges de manœuvre du banquier 77

B. Normes informelles et réputation bancaire : à quoi tient la protection des consommateurs ? 79

- La « peur du gendarme » : la réputation pour seule sanction 79
- Normes de moralité locales 80

C. Initiatives et bonnes pratiques..... 82

- La formation..... 83
- Les comités de régulation 84
- Nommer un conseiller référent 84
- Améliorer les conditions de la commercialisation 85

IV. Recommandations 88

- Proposition 1 : La « déprise financière ». Éléments pour une définition opérationnelle 89
- Proposition 2 : Connaître son client 90
- Proposition 3 : Ajuster l’organisation interne 91
- Proposition 4 : détection de la déprise et prévention des conflits d’intérêt 92

V. Annexes..... 94

A. Liste des entretiens 94

B. Sources réglementaires et rapports publics 96

C. Liste des illustrations 98

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

D. Bibliographie..... 99

Introduction

A. Contexte de l'étude

Débutée en mars 2020, la recherche présentée dans ce rapport s'inscrit dans la continuité des travaux menés par le Pôle commun de l'Autorité des marchés financiers (AMF) et de l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR) sur la commercialisation de produits financiers à l'égard des populations vieillissantes. La part de la population âgée ne cesse d'augmenter. Cette population se caractérise par des niveaux de patrimoine importants mais une moindre diversification des types de produits financiers détenus en comparaison des autres groupes d'âge. En outre, la commercialisation des produits financiers auprès des personnes âgées conduit parfois à des ventes inadaptées voire abusives. Ce sujet est aussi abordé au niveau international : le Japon avait ainsi fait de l'inclusion financière et de l'amélioration de l'expérience financière des personnes âgées un axe prioritaire du G20 lors de sa présidence en 2019.

Le régulateur français, en lien avec les autorités européennes, souhaite promouvoir les bonnes pratiques de commercialisation des produits financiers en direction des personnes âgées. À l'issue de travaux menés sur les majeurs protégés en 2016 et 2017¹, le Pôle commun s'est intéressé à la commercialisation de produits financiers auprès des majeurs protégés, mettant en avant deux sujets principaux : la non-discrimination et la protection des clients². Ces questionnements ont ensuite été élargis aux populations dites vieillissantes.

Un partenariat académique avec l'université Paris Dauphine et le professeur Eric Bonsang (économiste à l'université Paris-Dauphine), fut mis en place pour conduire des travaux destinés à « *prévenir les situations de mauvaise commercialisation vis-à-vis des populations vieillissantes se trouvant en situation de vulnérabilité* »³. L'accent fut mis sur la relation entre l'intermédiaire financier et son client âgé, pour protéger les personnes âgées vulnérables face aux pratiques commerciales « *frauduleuses ou simplement inadaptées* ». Le rapport proposait

¹ Pôle commun ACPR-AMF, *Rapport d'activité 2016*, Paris, 2016.

² ACPR, « Banque et majeurs protégés. Le pôle commun présente les résultats de son enquête », *La revue de l'ACPR*, n°34, 2017, p. 16-17.

³ Pôle commun ACPR-AMF, « *Pratiques de commercialisation et populations vieillissantes. Comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées dans le cadre de la relation-client* », Paris, décembre 2018.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

d'identifier les « *marqueurs de vulnérabilité spécifiques à cette population en situation d'achat et de vente de produits bancaires et financiers, afin de s'assurer de la protection de ces clientèles et de leur épargne* »⁴. S'appuyant sur des savoirs et méthodes économétriques, Éric Bonsang considère la décision financière comme le résultat du niveau de « *numératie* », qui est « *une compétence cognitive définie comme la facilité avec laquelle les personnes maîtrisent les concepts de base en mathématiques et en probabilités* »⁵. Selon l'auteur, cette capacité à maîtriser des techniques de calcul plus ou moins élaborées est le principal facteur déterminant le niveau de « *littératie financière* », entendue comme la capacité à gérer de façon indépendante ses avoirs en fonction de son intérêt personnel⁶. À partir d'une étude statistique des données de la base SHARE, le chercheur établit un modèle de recherche et non d'application directe en milieu opérationnel permettant de prédire le niveau de numératie d'un client et ainsi son risque d'exposition à un déclin des facultés de prise de décision financière :

« Les résultats suggèrent que le genre, l'âge, le niveau d'éducation, le revenu, le patrimoine, le dernier type de profession exercé, l'attitude face au risque, l'horizon de planification financière et le fait d'être endetté sont des prédicteurs valides de la numératie »⁷.

Centrée sur le moment de la décision financière, cette recherche propose une définition individuelle et cognitive du vieillissement. Éric Bonsang décrit en effet les liens de causalité entre avancée en âge et amoindrissement de la numératie, expliquant que « *l'association entre l'âge et la numératie (...) peut être presque entièrement expliquée par le vieillissement cognitif* »⁸. Déplaçant l'attention du statut de majeur protégé vers le processus de déclin cognitif, ces premiers travaux témoignent de l'orientation des réflexions vers les problématiques liées aux dynamiques du vieillissement.

Poursuivant ses travaux avec la Place financière, le Pôle commun organisa alors une consultation des acteurs financiers afin « *d'engager une réflexion commune* » et d'établir « *un*

⁴ Pôle commun ACPR-AMF, *Ibid.*, p. 7.

⁵ BONSANG Éric, *La prise de décision financière chez les personnes âgées*. Rapport final pour le Pôle commun ACPR-AMF, Paris, 31 décembre 2018, p. 5.

⁶ LUSARDI, Annamaria et Olivia S. MITCHELL. « Financial literacy around the world: an overview », *Journal of Pension Economics & Finance*. 2011, vol.10 n° 4. p. 497-508.

⁷ Éric Bonsang, *Ibid.*, p. 74.

⁸ Éric Bonsang, *Ibid.*, p. 3.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

ensemble de bonnes pratiques »⁹. Cette consultation eut lieu au cours d’ateliers (des « groupes de travail de place ») entre novembre 2019 et février 2020. Deux objectifs guidaient les réflexions : « *Sécuriser toutes les parties prenantes (personne âgée, entourage, établissement financier) dans la commercialisation de produits financiers* » et « *éviter tout risque de discrimination en raison de l’âge* »¹⁰.

Au terme de leurs différents travaux, l’ACPR et l’AMF appellent à des mesures allant dans le sens de la mise en œuvre d’une « *vigilance renforcée* », afin de « *limiter au maximum les risques de commercialisation inadaptée, d’accompagner au mieux le recueil des préférences et les besoins des personnes concernées dans le temps et d’écarter tout risque de discrimination* »¹¹. Cette vigilance renforcée repose sur trois principales mesures : la formation des conseillers, la mise en place d’un « *réfèrent vulnérabilité* » dans les établissements et le renforcement des contrôles internes :

- (1) Mettre en œuvre ou approfondir les actions de **sensibilisation et/ou de formation des conseillers** aux vulnérabilités potentielles des seniors, afin de mieux accompagner ces clientèles et de recueillir des décisions financières fondées sur un consentement éclairé ;*
- (2) Renforcer l’attention et l’accompagnement internes, au travers de la création d’un rôle de « **réfèrent Vulnérabilité** », à qui serait confiée la responsabilité de porter cette démarche auprès de la direction de l’établissement et de veiller à son implémentation dans les pratiques commerciales ainsi qu’à son suivi.*
- (3) Accroître la vigilance pour mieux prévenir les risques, via le renforcement des **procédures internes et via des contrôles** permettant de limiter les risques de mauvaise commercialisation, sources de dommages pour les clients, et les risques de contentieux pour l’établissement »¹².*

La question de la vulnérabilité a fait débat lors des échanges. Les participants considéraient que cette notion devait être appréhendée via un faisceau d’indices et il est apparu nécessaire d’intégrer dans la réflexion la manière de traiter les doutes des conseillers quant au

⁹Pôle commun ACPR-AMF, « Atelier 1 : La conception des produits », *Groupe de travail de Place SeniorSeniors vulnérables*, 26 novembre 2019.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Communication de l’ACPR-AMF à destination des professionnels du secteur assurantiel, bancaire et financier à propos de la commercialisation de produits financiers aux personnes âgées vulnérables, avril 2021, p. 3.

¹² *Ibid.*, p. 3.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

consentement éclairé du client dans certaines situations. Ces enjeux sont traités dans le rapport qui suit.

B. L'évolution de la réglementation bancaire : favoriser l'épargne tout en protégeant l'épargnant

Cette réflexion sur la commercialisation des produits financiers auprès des personnes âgées s'inscrit dans un contexte démographique (la part des personnes de plus de 75 ans passera de 9 % en 2020 à 15 % en 2040¹³) et financier : les taux historiquement bas sur les marchés incitent les clients à se tourner vers des produits plus risqués. L'augmentation des risques encourus par les clients âgés s'inscrit dans un contexte réglementaire et politique à la croisée de réformes qui cherchent à diriger l'épargne vers les circuits économiques. Ainsi, l'un des objectifs de la loi dite Sapin II, adoptée en novembre 2016, est d'orienter l'épargne des Français vers des entreprises sociales et solidaires¹⁴. La loi Pacte, votée le 22 mai 2019, vise quant à elle à favoriser l'actionnariat et de développer la financiarisation de l'épargne¹⁵. En parallèle, les règlements européens, notamment les directives MiFID 2 et DDA¹⁶, cherchent à mieux protéger les souscripteurs, stabiliser les marchés financiers et en développer l'usage. Les enjeux sont ainsi multiples, articulant des ambitions de financiarisation de l'épargne française (afin de réduire ce qui est perçu comme un « retard » français en la matière : 31 % du patrimoine financier des Français est investi en actions contre plus de 60 % aux États-Unis) et de régulation voire d'encadrement des marchés financiers.

La finance des particuliers a été transformée depuis les années 1980, avec une multiplication d'acteurs et de produits financiers disponibles. La déréglementation de la finance entamée aux États-Unis a conduit à autoriser des opérations de plus en plus complexes et risquées, tout en accélérant la circulation des capitaux à travers le monde. En France, c'est la loi bancaire de

¹³ BLANPAIN, Nathalie et Olivier CHARDON. *Projections de population 2007-2060 pour la France métropolitaine : méthode et principaux résultats*. INSEE, 2010. En ligne : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1380813> [consulté le 7 décembre 2022].

¹⁴ Loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dites « Sapin II », en ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000033558528> [consulté le 6/01/2022].

¹⁵ Loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, en ligne <https://www.legifrance.gouv.fr/dossierlegislatif/JORFDOLE000037080861/> [consulté le 6/01/2022]

¹⁶ MiFID est l'acronyme de Markets in Financial Instruments, directive entrée en vigueur en janvier 2018 ; DDA est la directive distribution en assurance, elle est entrée en vigueur en février 2016.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

1984¹⁷ qui a transformé le cadre d'activité des établissements bancaires. Elle sera poursuivie par la libéralisation du crédit, les privatisations et bientôt ce que les banques appelleront leur "tournant commercial". Les particuliers se voient proposer des produits de plus en plus nombreux et parfois également de plus en plus risqués¹⁸. Les modalités de la régulation se transforment, celle-ci est moins directe mais repose désormais sur des contrôles endogènes, réalisés au sein même des établissements¹⁹. Le droit financier s'inscrit en outre dans un cadre européen, qui, tout en tenant compte des spécificités des marchés nationaux, vise à créer un marché le plus unifié possible (CMU pour Union des marchés de capitaux). Les objectifs européens sont à la fois de libéraliser les marchés, au sens de permettre une augmentation de la concurrence afin de faire bénéficier aux investisseurs de marchés plus liquides à moindres frais, et de protéger les consommateurs contre d'éventuels abus et une mise en risque excessive. Une série de directives, transposées ensuite dans le droit français, ou des règlements d'application directe encadrent les activités de placement des fonds des particuliers.

La crise qui suit la "bulle internet" en 2001 est un premier moment de remise en cause des excès de risque transférés sur les épargnants. A la fin des années 1990, l'assouplissement de la réglementation associée à un discours récurrent selon lequel les Français seraient trop "frileux" avec la bourse, a en effet conduit à des campagnes massives des établissements bancaires, y compris les plus classiquement prudents d'entre eux, envers leurs clients pour les pousser à transférer leur épargne placée sur des produits sans danger mais rapportant peu vers des produits boursiers. L'explosion de la bulle Internet a fait perdre beaucoup d'argent à ces épargnants parfois peu fortunés, retraités et a conduit à de nombreux contentieux et réclamations. La réglementation a alors évolué d'une façon classique en se concentrant sur les modalités de l'information des consommateurs et notamment l'information pré-contractuelle mais aussi d'une façon nouvelle en imposant aux établissements proposant des placements de tester le niveau de connaissance et d'expérience de leurs clients, comme le degré d'exposition au risque qu'ils étaient prêts à consentir. C'est l'une des mesures phares de la directive MIF entrée en

¹⁷ Loi n° 84-46 du 24 janvier 1984 relative à l'activité et au contrôle des établissements de crédit.

¹⁸ Pour un historique de la banque de détail en France, voir Jeanne Lazarus, *L'Épreuve de l'argent*, Paris : Calmann-Levy, 2012.

¹⁹ GODECHOT, Olivier. « Prologue. Brève histoire de la transformation financière », *Poche / Sciences humaines et sociales*. 2005. p. 21-67 ; LEHMANN, Paul-Jacques. *Histoire de la bourse de paris*. Paris : Presses universitaires de France, 1997.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

vigueur le 1^{er} novembre 2007 et renforcée par MIFID 2 adoptée en 2014²⁰ et transposée en France par l'ordonnance du 23 juin 2016²¹. Elle renforce les obligations de conseil et la protection des intérêts des clients²².

Le cadre actuel de l'information précontractuelle et du devoir de conseil des conseillers peut se résumer ainsi : connaître son client, connaître ses produits, conseiller un produit adapté en informant en amont et en aval sur les caractéristiques du produit et les frais afférents.

En parallèle de ces évolutions réglementaires, la question des clients âgés a été posée d'abord dans l'espace médiatique. Un événement spécifique à la France a été l'affaire Bettencourt en 2010, qui outre son aspect politique, a mis sur le devant de la scène médiatique la situation des personnes âgées détenant d'importants patrimoines : sont-elles encore capables de discerner ce qu'elles font ? Peuvent-elles être victimes d'escrocs ? Doit-on les placer sous protection judiciaire, et quand ? Cette affaire, qui a durablement marqué les esprits, a fait apparaître la zone grise de la vulnérabilité, entre un état de pleine capacité juridique, permettant une décision financière assise sur un consentement éclairé et un état d'incapacité dont sont frappés les majeurs mis sous tutelle, plus haut niveau de protection juridique. La question de la zone grise se situe ainsi en amont, c'est-à-dire avant que l'autorité judiciaire ne se soit saisie de la situation. Elle caractérise les personnes qui, alors qu'elles sont considérées comme capables juridiquement, peuvent présenter des troubles dans la manifestation de leur « consentement éclairé ».

- Objectifs de l'étude

L'étude présentée dans ce rapport a pour objectif de mieux cerner les relations entre les seniors et leurs banques. Au regard des précédents éléments à disposition des régulateurs, il a été décidé de prolonger les connaissances acquises en ne se centrant pas exclusivement sur les dimensions individuelle et cognitive du vieillissement, mais en élargissant le questionnement aux modes de commercialisation des banques et à leur adéquation avec les besoins des clients les plus âgés.

²⁰ Directive 2014/65/UE du parlement européen et du conseil du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers. En ligne : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0065&from=EL> [consulté le 3/01/2022].

²¹ Ordonnance n° 2016-827 du 23 juin 2016 relative aux marchés d'instruments financiers. En ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000036976666> [consulté le 2/01/2021].

²² VASSALOS, Yiogros. *L'Europe de la finance Enquête sur la production de la régulation financière européenne (le cas de MiFID 2, 2009-2017)*. Strasbourg : Université de Strasbourg, 2020.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

L'étude sociologique s'intéresse aux processus de commercialisation de produits financiers à destination de ces personnes âgées (produits financiers qui représentent une part toujours plus importante à mesure que l'on s'élève dans le niveau de patrimoine) et ne peut faire l'économie de l'examen des structures organisationnelles et professionnelles dans lesquelles ils s'inscrivent. Ainsi, ce rapport pose la question de la commercialisation de produits financiers à des personnes âgées dont certaines peuvent être vulnérables dans un ensemble composé des formes d'organisation des institutions financières, des pratiques professionnelles et des rapports des clients à leurs patrimoines et à sa gestion.

Pour mener cette recherche, nous avons utilisé des méthodes qualitatives : étant donné que nous accordons une place importante à ce qui se passe au sein de la relation entre les clients et les institutions financières, il nous a semblé nécessaire d'observer les échanges qui se déroulent au sein même des établissements entre la clientèle âgée et les conseillers financiers. En particulier, nous avons souhaité comprendre comment les clients âgés sont perçus par les établissements qui commercent avec eux. L'âge est une catégorie complexe. Les sciences sociales distinguent l'âge chronologique (le nombre d'années vécues), l'âge biologique (le vieillissement du corps) et l'âge social, qui correspond aux étapes de la vie. Les trois dimensions ne sont pas sans lien mais ne se recoupent pas forcément. Dans l'espace bancaire, l'âge chronologique n'est pas sans importance puisque certaines dispositions légales sont adossées aux âges, la majorité à 18 ans bien sûr mais aussi l'âge de la retraite ou des dispositions fiscales, par exemple en matière de donations, qui tiennent compte de l'âge des donateurs.

Dans cette recherche, nous définissons le vieillissement et l'avancée en âge non comme une donnée biologique, ou un nombre d'années vécues, mais à partir de la façon dont les personnes sont perçues par les acteurs bancaires et les régulateurs. La précédente étude académique s'appuyait sur une approche cognitive de l'avancée en âge. Cette orientation, centrée sur la mesure du déclin des capacités des clients, crée des difficultés pour les acteurs de la Place, car elle repose sur des catégories médicales difficilement appropriables par le secteur financier. Le vieillissement apparaît alors comme une catégorie étrangère, située hors des compétences des acteurs en charge de l'épargne financière car défini par des indicateurs et des termes d'apparence éloignés des fonctionnements financiers. Afin de proposer une perspective plus directement opérationnelle, nous avons choisi de partir des **manières de faire et de voir au cœur des pratiques** des établissements de gestion financière. Une personne peut objectivement

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

être jugée « vieillissante » (sur la base d'un certain nombre d'indicateurs comme l'âge avancé, la difficulté à se déplacer, des problèmes d'audition, etc.) mais être et / ou se considérer comme étant pleinement autonome et, être subjectivement perçue par son conseiller, dans le même temps, comme quelqu'un disposant de facultés lui permettant de produire un jugement éclairé — et inversement, comme une personne ne le pouvant pas ou pas de manière permanente. Il s'agit ainsi moins de proposer une définition *a priori* du vieillissement des clients mais d'étudier les manières dont les agents des banques contribuent eux-mêmes, en pratique, à participer à la définition du vieillissement, à la « construire » – en s'appuyant sur des indices qui leur semblent être des marqueurs de cet état, ou en soumettant les clients à des « épreuves²³ [1]» (qui peuvent être très légères) leur permettant d'étayer leur jugement - et d'en faire un axe de l'étude à part entière. Parler de « construction du vieillissement » permet de souligner la dimension sociale de cet état : il n'existe pas de vieillissement en soi, mais il existe des caractéristiques qui sont collectivement définies (de façon différente en fonction des groupes, des lieux ou des moments concernés) comme relevant du vieillissement, ainsi que des manières d'identifier ces caractéristiques, de les interpréter et d'interagir avec ceux et celles qui en sont présumés porteurs. Les termes utilisés pour désigner les clients vieillissants et les pratiques qui leur sont associées sont alors analysés comme autant de « constructions » qu'il faut situer dans des contextes institutionnels et professionnels.

Cette approche apporte un éclairage complémentaire à l'approche multi-critères relevée comme importante lors des travaux de place. Elle permet, d'abord, d'éviter l'écueil des **effets de seuils**. La définition de la vieillesse par un simple indicateur d'âge (qu'il soit lié à des données biologiques, comme le font les approches en termes de « quatrième âge » ou celles qui proposent un âge pivot tel que 80 ans, qui signerait un moment de bascule dans la vie ; ou qu'il se réfère à des données administratives, comme le font les études proposant de fixer la vieillesse à partir du moment du passage à la retraite) rend en effet particulièrement délicate la prise en compte des rapports très différents à la « vieillesse » qu'entretiennent les personnes, notamment en raison de leurs conditions de vie et de leurs propriétés sociales. De plus, en portant l'attention sur les catégories de classement des conseillers et autres acteurs bancaires, qu'elles relèvent du

²³ Le concept d'épreuve est ici emprunté à Luc Boltanski et Laurent Thévenot, qui le définissent dans *De la justification* (Gallimard, 1991), comme toute opération permettant de sortir de l'incertitude en attribuant aux choses des états et des valeurs.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

langage courant ou bien qu'elles soient inscrites dans des procédures administratives, nous pouvons faire entrer les modes d'organisation dans le raisonnement. En ce sens, cette étude s'inscrit dans le prolongement des *disability studies*²⁴ qui, étudiant les situations de handicap, rappellent qu'une déficience ne s'exprime que parce que l'environnement auquel se confronte la personne porteuse n'est pas adapté. Appliquée à notre étude, cette approche permet de souligner que l'avancée en âge n'est pas un problème en soi mais seulement dans des situations et relations données, qui ne sont pas organisées pour accueillir certaines caractéristiques qui surgissent parfois avec l'âge. Il est donc nécessaire de comprendre le fonctionnement classique de la commercialisation des produits financiers pour mesurer son éventuelle inadéquation aux personnes considérées comme âgées.

En complément, l'étude propose de porter l'attention sur les risques attribués à certaines opérations financières, et notamment à la détermination des risques liés à la commercialisation de produits financiers avec des clients âgés. Le risque est alors entendu non pas dans un registre juridique et/ou de conformité, mais de **manière sociologique**. Olivier Borraz propose une définition du risque comme « *résultat d'un processus de qualification, dont l'enjeu est de réduire les incertitudes qui entourent une activité (...) de manière à rendre celle-ci contrôlable* »²⁵. Dans cette approche, le risque concerne moins l'individu et ses caractéristiques que l'organisation dans laquelle il exerce ses activités. Appréhender la commercialisation des produits financiers à destination des seniors de cette manière permet de centrer l'analyse sur les **situations, et non sur les professionnels**, qui peuvent mettre les organisations en risque, et créent des difficultés dans la prise en charge de certains clients et/ou de certaines demandes. Il s'agit de **s'interroger sur ce qui, dans les modes d'organisation, engendre des risques dans la gestion adéquate des patrimoines de celles et ceux qui ne correspondent pas à l'idéal-type des clients sur laquelle repose l'organisation du commerce des produits financiers**. Cette méthode d'analyse permet d'écarter l'idée qu'une prise en charge inadéquate des personnes vieillissantes serait imputable aux pratiques intentionnelles des professionnels ou aux

²⁴ Pour une présentation générale de ce courant d'étude, se référer à ALBRECHT, Gary L., Jean-François RAVAUD, et Henri-Jacques STIKER. « L'émergence des disability studies : état des lieux et perspectives », *Sciences Sociales et Santé*. 2001, vol.19 n° 4. p. 43-73.

²⁵ BORRAZ, Olivier. *Les politiques du risque*. Paris : Presses de Sciences Po, 2008. p. 13.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

comportements jugés déviants de « canards boiteux ». Cette perspective a le mérite de centrer l'interrogation sur les modalités d'organisation de la relation bancaire.

Ces trois éléments (encadrement institutionnel des pratiques de commercialisation, modes de catégorisation des clients et manifestation de risques organisationnels) forment le design de l'étude présentée. Notre enquête a pris trois directions : dans un premier temps, nous avons analysé les catégories utilisées pour parler des clients seniors et identifié certaines limites du terme "vulnérabilité". Nous nous sommes également intéressées aux modes de commercialisation des produits financiers et à la façon dont l'avancée en âge des clients vient ébranler les processus et l'organisation des établissements. Enfin, nous avons cherché à analyser les bonnes pratiques existantes, leurs avantages et leurs limites.

C. Méthodes d'enquête

Sociologues, spécialistes de l'histoire et de la sociologie de la banque de détail, nous avons utilisé des méthodes d'enquête nous permettant de comprendre les pratiques de commercialisation ainsi que les interactions entre les clients et les établissements. Pour cela, nous avons mobilisé trois méthodes classiques : la recherche documentaire, les entretiens et l'observation. Il s'agit d'une approche qualitative, fondée non sur la multiplication des cas d'études mais sur l'approfondissement de certains d'entre eux (ici trois établissements spécifiques : une banque privée, une banque de détail et une banque en ligne), assortie d'entretiens avec des représentants d'autres établissements pour s'assurer que les résultats trouvés ne sont pas trop spécifiques aux établissements étudiés. Si nous n'avons étudié que quelques établissements de façon approfondie, cette méthode autorise des généralisations dans la mesure où elle permet d'explorer des questions auxquelles sont confrontés tous les établissements. Or, les questions dont nous traitons dans le rapport, relatives notamment aux méthodes de commercialisation, à leur (dés)ajustements aux clients âgés et à l'application du droit, se posent pour tous les établissements financiers. Dès lors, nous considérons que notre enquête apporte des enseignements qui peuvent inspirer l'ensemble de la profession et ses instances de régulation.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Nous avons enquêté auprès de multiples acteurs de la Place et plus spécifiquement auprès de trois établissements bancaires. Nous détaillons ci-dessous les différentes méthodes et leurs champs d'application.

- Entretiens

Nous avons mené en tout 73 entretiens. Dans un premier temps, 21 entretiens ont été réalisés, auprès d'acteurs de banques de détail, de banques privées, de compagnies d'assurance et de conseillers en gestion de patrimoine indépendants, afin de cerner les enjeux et particularités des établissements enquêtés. En parallèle, des entretiens ont été menés avec les régulateurs et les médiateurs de la Place (10 entretiens), ainsi qu'avec des associations de consommateurs et de personnes âgées (9 entretiens), afin de compléter notre analyse du problème posé et de ses enjeux. La liste des entretiens est disponible en annexe.

Ces entretiens ont été réalisés sur le mode semi-directif, c'est-à-dire en suivant une grille de questions, mais en maintenant celles-ci ouvertes, tout en suivant le fil de la discussion, afin de récolter les discours et perceptions des acteurs sur trois thèmes principaux : l'organisation générale des établissements et l'éventuel traitement spécifique des seniors ; les signes et indices permettant de repérer la vulnérabilité des clients qui avancent en âge ; les pratiques professionnelles et leurs spécificités quand le client est repéré comme « âgé », qu'il soit ou non perçu comme vulnérable. Les entretiens semi-directifs ont l'avantage de ne pas limiter le questionnement aux hypothèses préalables de l'enquête mais de laisser de l'espace à d'éventuelles surprises. Ils sont surtout utilisés en début de recherche afin d'ouvrir le plus de questions possibles.

Dans le cadre des enquêtes de terrain spécifiques, 46 entretiens ont été menés dans trois établissements différents. Passés auprès de différents acteurs des établissements bancaires (une banque privée, une banque en ligne et une banque de détail, voir plus bas la présentation de l'ethnographie). 7 entretiens ont été passés sur un mode plus directif. Ils comprennent des questions ciblées sur les résultats de l'enquête ethnographique. Il s'agissait ici de vérifier que les résultats obtenus dans les banques étudiées en profondeur pouvaient être généralisés dans d'autres établissements.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

- Étude documentaire

L'enquête comprend une étude approfondie de différents rapports publics et de documents internes aux établissements financiers. Ce travail a pour objectif d'enrichir la compréhension des modes de catégorisation de la « vieillesse » au sein de ces établissements. En s'intéressant aux régulateurs ainsi qu'aux acteurs financiers, depuis les cadres dirigeants jusqu'aux conseillers clientèle, l'étude a cherché à comprendre comment est définie la « vulnérabilité », comment elle est mobilisée dans les textes réglementaires encadrant les pratiques financières et comment elle circule (ou non) jusqu'aux acteurs en contact avec les clients.

- L'ethnographie

Définie, de façon large, comme reposant « *sur une insertion personnelle et de longue durée du sociologue (...)* », l'ethnographie permet « *d'observer directement les conduites des individus dans des circonstances variées et d'avoir accès à des fragments de la vie quotidienne* »²⁶. La technique ethnographique donne accès non seulement au **discours** des acteurs, mais également à **leurs pratiques ordinaires** et au contexte dans lequel elles se déploient. L'ethnographie est ainsi le meilleur moyen de récolter des données sur les conditions de commercialisation des produits financiers, en les inscrivant dans leurs cadres professionnels et organisationnels. Cet accent mis sur la contextualisation des phénomènes sociaux s'accompagne d'une attention portée aux pratiques et à leurs réalités opérationnelles. Nous avons effectué plusieurs séjours dans plusieurs agences d'un établissement bancaire (en tout 37 journées). Cette immersion sur la longue durée dans les établissements a facilité un travail systématique de comparaison et d'analyse des interactions et des événements étudiés, et a permis de dessiner **les traits caractéristiques et les régularités** du travail bancaire. Les entretiens avec des acteurs d'autres banques nous ont permis de contrôler la fiabilité des données recueillies dans les établissements où était menée cette enquête approfondie et de nous assurer que nos résultats étaient généralisables.

Le terrain ethnographique a été réalisé au sein d'une banque privée. Le choix de retenir ce type d'établissement s'explique par l'acuité des enjeux liés au commerce de produits financiers à

²⁶ Schwartz, Olivier. « L'empirisme irréductible » *Le Hobo, sociologie du sans-abri*. Paris : Armand Colin, 2011, p. 338.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

des personnes vieillissantes, ces établissements accueillant des clients plus fortunés, ils sont structurellement davantage tournés vers les activités de placement.

Au sein de l'établissement choisi, nous avons dans un premier temps mené **des entretiens semi-directifs avec des personnels dirigeants (N = 22)**, afin de cerner leurs perceptions du vieillissement et les stratégies déployées pour commercer avec de tels clients. Ensuite, nous avons étudié les interactions non seulement avec les clients les plus âgés mais aussi avec les autres clients. Nous avons également assisté à de nombreuses réunions entre les salariés de l'établissement, au siège et dans les régions étudiées. Nous avons cherché à comprendre le cadre dans lequel se déploient les interactions, ce qui nous a conduits à prendre en compte des éléments aussi divers que l'organisation du travail, les objectifs commerciaux ou encore l'application de la régulation. Nous avons souhaité réaliser des observations dans différentes agences bancaires, situées dans des contextes variés (urbain, rural) et dans des régions différentes (en Ile-de-France mais aussi dans un département de l'ouest de la France, dans un département de l'est de la France, ou encore dans un département du sud-est de la France). En tout, **37 journées complètes ont été passées avec des conseillers bancaires, dans 11 agences différentes appartenant à la même banque privée**. Pour finir, **des entretiens ont été réalisés auprès des conseillers bancaires que nous avons pu observer, ainsi qu'auprès de leur encadrement hiérarchique, afin de mieux comprendre le sens qu'ils donnent à leurs pratiques professionnelles (N = 17)**.

FOCUS – Les banques privées : contexte et enjeux pour l'étude de la commercialisation de produits financiers à destination des clients vieillissants

La population française s'est enrichie durant les 20 dernières années. Le patrimoine financier des ménages a augmenté de 75% entre 1998 et 2010, en même temps que les inégalités se sont creusées, de sorte que les ménages les plus fortunés ont vu leur patrimoine augmenter encore plus fortement, en 2015, les 1% des ménages les plus fortunés gagnent 7 fois plus que l'ensemble de la population et concentre environ 7% des revenus et 30% des revenus du patrimoine²⁷. Dès lors, la clientèle potentielle pour les banques privées s'est élargie - selon

²⁷ INSEE. *Patrimoine - Les revenus et le patrimoine des ménages*. 2018. En ligne : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3549498?sommaire=3549502> [consulté le 12 janvier 2022].

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

les établissements, ce service est ouvert aux clients disposant d'au moins 500 000 euros, voire 1 000 000 d'euros de patrimoine financier.

Le cabinet de conseil Sia partners évalue à 1 588 Mds €, l'épargne détenue par les foyers disposant de plus d'un million d'euros de patrimoine financier, et donc le marché potentiel de la banque privée²⁸. Les encours des clients de ce type ne sont gérés que partiellement par des établissements de ce type, une part importante de l'épargne disponible étant prise en charge par les banques de détail. Les gains en parts de marché représentent donc un enjeu fort. Ainsi, les banques privées se lancent, depuis plusieurs années, dans la course à la « reconquête des clients aisés »²⁹. Le contexte est marqué par une libéralisation et une professionnalisation accrue des acteurs indépendants³⁰, la structuration croissante d'acteurs spécialisés et l'intensification de la concurrence avivée par la présence d'établissements étrangers³¹. Le travail de reconquête des clients aisés s'inscrit donc dans un environnement marqué par une compétition accrue³² et la nécessité de développer un modèle de rentabilité qui assure leur pérennité.

Dans le même temps, le modèle économique des banques privées est en plein renouvellement. L'European Financial Management Association a publié, en 2015, un livre blanc sur la banque privée en Europe. Il y est noté que, « entre 2007 et 2013, le coefficient d'exploitation des banques privées en Europe a perdu vingt points, passant de 85 à 65 %. Un certain nombre de banques privées ne sont plus rentables et plusieurs acteurs risquent de sortir du marché ou d'être rachetés »³³. L'augmentation des coûts de gestion, liée notamment aux obligations réglementaires, explique en partie cette moindre rentabilité. Pour y faire face, de nombreuses banques privées sont en pleine restructuration et tentent de mettre en place des solutions novatrices (et notamment numériques) pour attirer de nouveaux clients. Ajoutons que les

²⁸ « Les clients éligibles à la banque privée et les évolutions du marché », *document interne SIA partners*, 2018.

²⁹ Alexandra Oubrier, « Reconquérir les clients aisés », *L'AGEFI Hebdo*, 17 février 2011.

³⁰ HERLIN-GIRET, Camille. *Rester riche. Enquête sur les gestionnaires de fortune et leurs clients*. *Op. cit.*

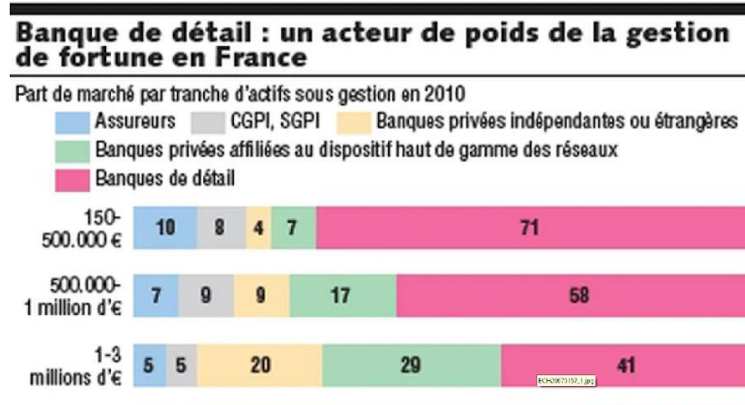
³¹ « La banque privée s'allie au réseau de détail pour changer d'échelle en France », *Les Echos*, février 2014, en ligne [https://www.lesechos.fr/2014/02/la-banque-privée-sallie-au-reseau-de-detail-pour-changer-dechelle-en-france-271921], consulté le 7 janvier 2022.

³² « Banque privée. La difficile conquête des particuliers fortunés », *Revue Banque*, n°741, novembre 2011, p. 24 à 45.

³³ EFMA, *Livre blanc sur la banque privée en Europe*, 2015.

banques privées sont aussi concernées par la mise en application de MiF et de DDA comme tous les distributeurs et conseillers.

Tableau 1 : Part de marché par tranche d’actifs sous gestion en 2010



Source : Les Échos, Les établissements financiers à la conquête de leur clientèle haut de gamme »

L’ensemble de ces éléments de contexte fait des banques privées un terrain particulièrement intéressant pour analyser la commercialisation des produits auprès d’une clientèle âgée. Elles sont soumises à un renouvellement soutenu de leur clientèle, dont le cœur est constitué par une proportion de personnes âgées plus importante que dans d’autres établissements de la Place. Les banques privées sont donc un lieu où **les enjeux croisant fonctionnements institutionnels et vieillissement sont particulièrement vifs**. Cette situation s’explique notamment par la **surreprésentation de clients patrimoniaux âgés**, faisant des banques privées un terrain d’enquête pertinent pour l’étude.

- Anonymat

Dans la suite de ce rapport, **des principes d’anonymat stricts ont été retenus**. Les personnes interrogées sont désignées uniquement par le type d’établissement dans lequel elles travaillent (banque de détail, banque privée, etc). Nous avons également choisi de faire état, de manière globale, de leurs fonctions. Nous désignerons ainsi des « conseillers bancaires » (fonction qui, en réalité, peut prendre des dénominations différentes selon les types d’établissement), ou encore des « responsables de service » (sans faire état de la nature précise des fonctions

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

d'encadrement). Enfin, les lieux d'exercice ne seront précisés que de manière générique, en ne donnant que les informations nécessaires à la contextualisation large des événements relatés.

Résumé du terrain

- 3 établissements ont été étudiés, dont un dans lequel une ethnographie approfondie a été réalisée
- 86 entretiens
- 37 journées d'observation
- Observation des ateliers de place
- Analyse des rapports sur la vulnérabilité financière

I. Définir la vulnérabilité : (dés)ajustements des catégories employées

Quels sont les enjeux de la commercialisation des produits financiers auprès des seniors ? L'enjeu financier est majeur : les plus âgés détiennent la plus grande part du patrimoine, immobilier comme financier, qui va aujourd'hui croissant. Il est donc important pour les établissements financiers comme pour les régulateurs nationaux et européens d'établir un cadre de commercialisation satisfaisant pour toutes les parties.

Notre enquête montre que la commercialisation avec les seniors engendre de potentielles tensions, ressenties aussi bien individuellement par les conseillers en contact avec cette clientèle, que par les organisations. L'enjeu principal est de s'assurer que le discernement des clients est suffisant pour s'assurer de la validité de leur consentement. Or, il apparaît qu'en dehors des personnes relevant de mesures de tutelle ou de curatelle, aucun critère ne peut à lui seul définir la vulnérabilité : ni l'âge, ni l'état de santé, ni le statut d'actif ou de retraité. En outre, si certaines capacités diminuent chez une partie des clients, cela ne signifie pas que ces derniers ne sont plus en mesure de prendre des décisions. Toutefois, leurs besoins diffèrent de ceux de clients plus autonomes. Les établissements comme les régulateurs restent à la recherche des bons outils pour traiter avec ces clients.

A. Vieillesse et patrimoine : un état des lieux en France

Pour comprendre le traitement de l'avancée en âge au sein des établissements bancaires, il est utile de se pencher sur les caractéristiques sociales des personnes âgées détentrices d'épargne financière.

- Quel est le patrimoine des personnes âgées en France ?

Le patrimoine augmente avec l'âge. Les travaux d'André Masson, économiste et directeur de recherche au CNRS, établissent qu'en 2015, les plus de 60 ans possédaient 57 % de la richesse financière globale³⁴. Nos analyses³⁵ montrent que **la détention de patrimoine se concentre**

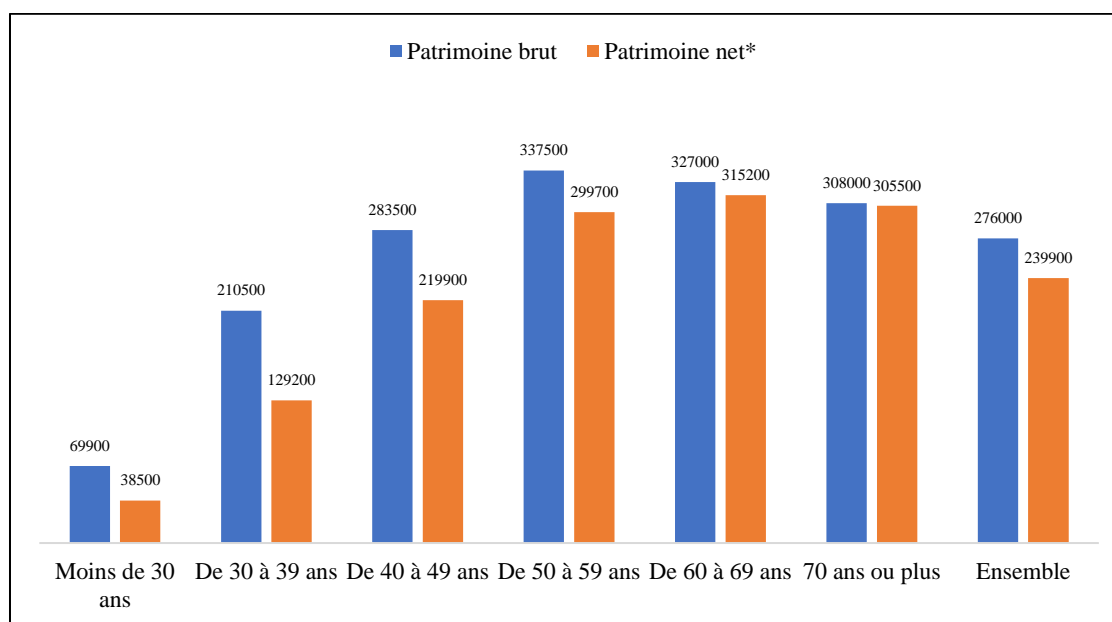
³⁴ MASSON, André. « Les enjeux du patrimoine et de sa transmission dans nos sociétés vieillissantes », *Revue française d'économie*. 2018, XXXIII n° 2. p. 179-234.

³⁵ L'équipe de recherche a réalisé des travaux statistiques, sur la base Patrimoine de l'INSEE, qui confirment les résultats présents dans la littérature portant sur ce sujet. Ces analyses ont été produites par Sylvain Thine, docteur en sociologie et Sijia Li, stagiaire.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

dans les mains des personnes de plus de 50 ans. Ceci est particulièrement vrai si l'on considère le patrimoine net (voir tableau page suivante). Ainsi les personnes de plus de 50 ans détiennent 74,96 % du patrimoine net total des ménages français (alors que les plus de 50 ans représentent 34,8 % de la population française en 2018³⁶). Cette proportion s'élève à 19,74 % pour les personnes de plus de 70 ans, alors qu'ils ne représentent que 9,3 % de la population française (hors Mayotte) en 2018³⁷ (voir tableau n°1). Luc Arrondel et Jérôme Coffinet notent que ce phénomène de concentration du patrimoine aux mains des plus âgés se renforce depuis plusieurs décennies : « *la position relative des plus de 60 ans s'améliore sensiblement d'une enquête à la suivante par rapport à celle des moins de 40 ans* »³⁸. Plus précisément, les plus de 60 ans possédaient 36 % du patrimoine brut en 2004, proportion qui est passée à 45,5 % en 2014, alors même que leur poids dans la population n'a augmenté que de 5 points.

Tableau 2 : Répartition du patrimoine en fonction de l'âge en 2017-2018



Définition : Le patrimoine net correspond au patrimoine brut dont on a déduit les éventuels emprunts privés et/ou professionnels encore en cours.

Champ : ménages résidant en France hors Mayotte.

Source : Insee, Enquête histoire de vie et patrimoine 2017-2018, traitement par les auteur-e-s.

³⁶ Source : INSEE, *Tableaux de l'économie française, éditions 2018*. En ligne [<https://www.insee.fr/fr/statistiques/3303333?sommaire=3353488#tableau-T18F032G1>], consulté le 7/01/2022.

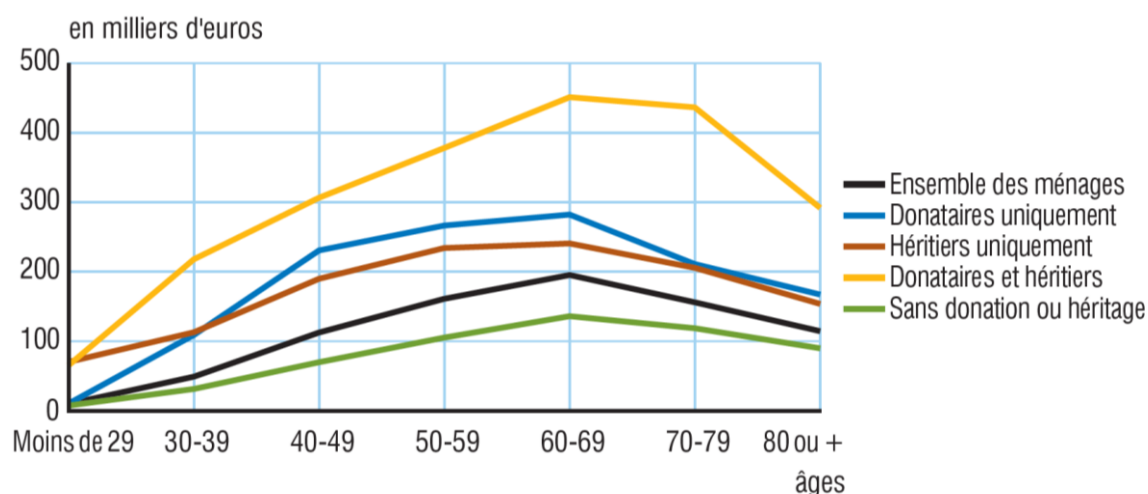
³⁷ Source : INSEE, *Tableaux de l'économie française, éditions 2018*. En ligne [<https://www.insee.fr/fr/statistiques/3303333?sommaire=3353488#tableau-T18F032G1>], consulté le 7/01/2022.

³⁸ ARRONDEL, Luc et Jérôme COFFINET. « La dynamique des patrimoines des ménages selon l'âge et la génération en France et dans la zone euro », *Revue française d'économie*. 2018, XXXIII n° 2. p. 157.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

Cette concentration du patrimoine chez les personnes les plus âgées s’explique non seulement par l’accumulation des revenus du travail, qui augmente au fil de la carrière, mais surtout par **l’augmentation des transmissions patrimoniales, qui intervient majoritairement aux alentours de 60 ans**. Selon l’enquête *Household Finance and Consumption survey*³⁹, les personnes de référence des ménages ayant reçu une transmission dans leur vie sont âgées, en moyenne, de 57 ans en France. Le graphique suivant montre que les transmissions sont les principales causes des phénomènes de concentration de patrimoine et que l’avancée en âge ne réduit pas les écarts de patrimoine entre ceux qui ont reçu des donations et ceux qui n’en ont pas reçu.

Tableau 3 : Patrimoine net médian des ménages selon l’âge de la personne de référence



Champ : Ménages résidant en France

Source : Enquête *Household Finance and Consumption Network*, vague 2, 2014.

André Masson avance des pistes d’explication à ce qu’il nomme « une patrimonialisation » de la société. Selon cet économiste, le vieillissement démographique s’accompagne d’un net recul de l’âge de l’héritage. En outre, la montée du risque de longévité se traduit par le **besoin de couvrir ses vieux jours et le risque de dépendance inhérent**. Ce besoin est d’autant plus vif dans un contexte d’équilibre précaire des systèmes de retraite et de transformation des formes de protections auparavant assurées par les familles (la transformation des structures familiales

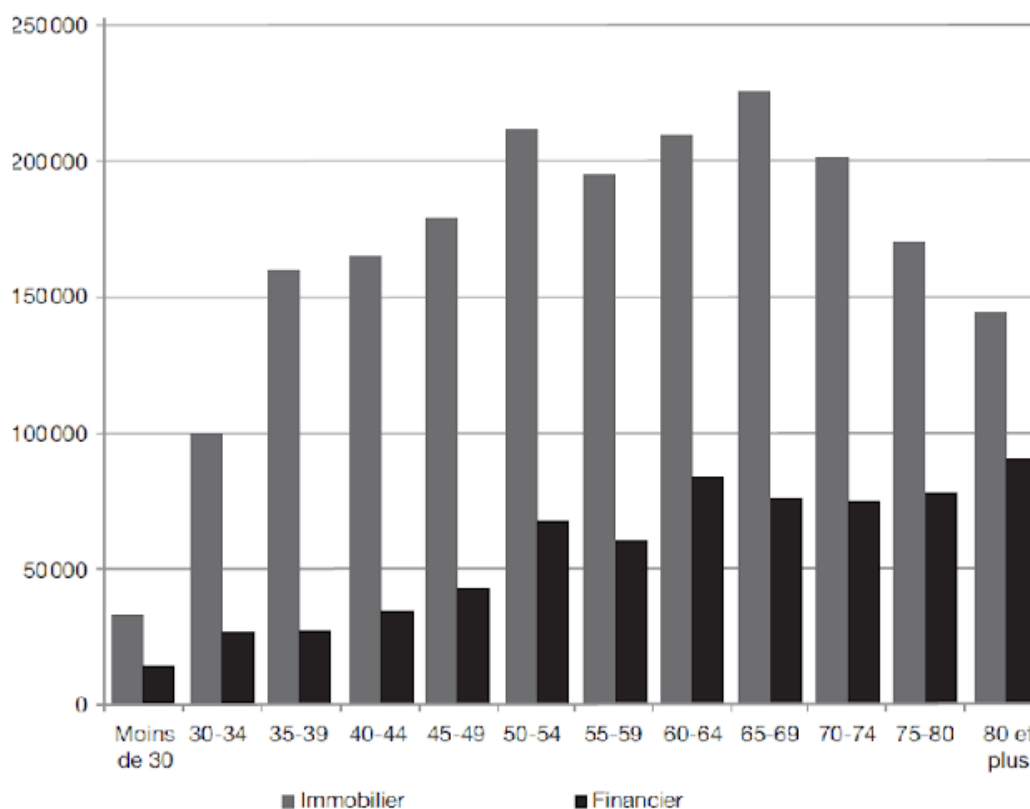
³⁹ Depuis 2006, le réseau *Household Finance and Consumption Network* mène une enquête sur le patrimoine des ménages de la zone Euro, afin de mieux comprendre les comportements de consommation et d’épargne. Les résultats de ces enquêtes sont consultables à l’adresse suivante : [<https://www.ecb.europa.eu/stats/html/index.en.html>], consulté le 11/01/2022.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

et la féminisation du marché du travail modifient les possibilités de soutien apporté par les familles à leurs aînés).

En plus de concentrer une part importante du patrimoine, **les catégories les plus âgées de la population se distinguent par une proportion plus importante de patrimoine financier dans leur patrimoine global** et notamment en comparaison de la part de patrimoine immobilier détenu. La part du patrimoine financier au sein du patrimoine personnel net des ménages augmente avec l'âge sous les effets de la baisse de la proportion de la part du patrimoine immobilier moyen (déduction faite des emprunts) et de l'augmentation de la part du patrimoine financier (Voir tableau n°4).

Tableau 4 : Patrimoine immobilier et financier selon l'âge



Champ : enquête Patrimoine 2014 (INSEE)

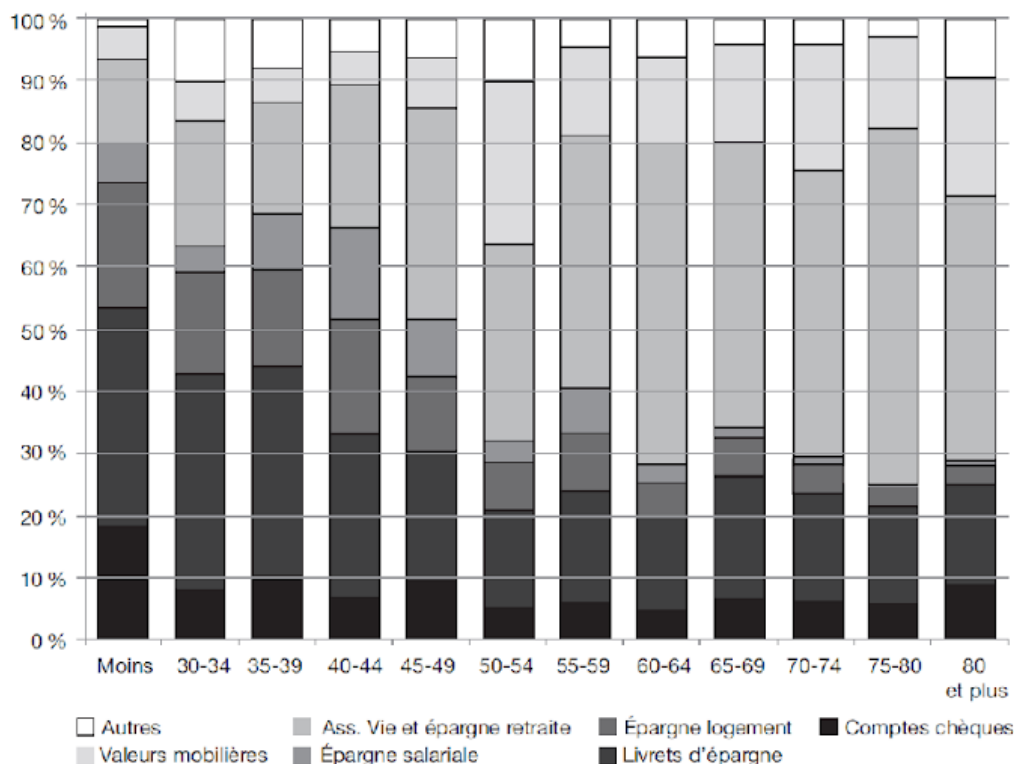
Source : Enquête patrimoine 2014, INSEE. Traitement in Arrondel Luc, Coffinet Jérôme, « La dynamique des patrimoines des ménages selon l'âge et la génération en France et dans la zone euro », *Revue française d'économie*, 2018/2 (Vol. XXXIII), p. 147-177.

Si la financiarisation des patrimoines progresse avec l'âge, dans le même temps, **la composition du patrimoine financier évolue avec le cycle de vie**. La fraction de ce qui est investi dans des

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

assurances-vie augmente avec l’âge, tout comme la part des valeurs mobilières. Dans le même temps, d’autres classes d’actifs diminuent, tels que l’épargne logement ou encore les différents livrets d’épargne (voir tableau 5).

Tableau 5 : Structure du patrimoine financier par âge



Champ : Enquête patrimoine 2014, INSEE

Source : Enquête patrimoine 2014, INSEE. Traitement in Arrondel Luc, Coffinet Jérôme, « La dynamique des patrimoines des ménages selon l’âge et la génération en France et dans la zone euro », *Revue française d’économie*, 2018/2 (Vol. XXXIII), p. 147-177.

En termes de risques, les seniors se caractérisent par des choix peu risqués et parfois peu liquides. André Masson parle de « **crispation patrimoniale** », pour désigner des « *seniors, détenteurs d’une masse inerte de patrimoine peu risqué* », « *investie en priorité dans les quasi-liquidités (livret A), les produits d’épargne assurance (fonds en euros et autres contrats d’assurance-vie) et dans l’immobilier résidentiel*⁴⁰ ». Pour lui, les seniors sur-épargnent, pour transmettre à leurs enfants de plus en plus tard, souvent après 60 ans, quand ces derniers n’en ont plus besoin. **Cette crispation à ses yeux décrit une aversion au risque, qui augmente**

⁴⁰ Masson, André. « Les enjeux du patrimoine et de sa transmission dans nos sociétés vieillissantes », *Revue française d’économie*, vol. xxxiii, no. 2, 2018, pp. 179-234.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

tendanciellement avec l'âge et qui s'accompagne d'une préférence pour la flexibilité (c'est-à-dire pour des stratégies patrimoniales sous-optimales mais laissant la possibilité de pallier les imprévus). Le terme est toutefois à interroger : il laisse entendre que les placements seraient entièrement choisis et pilotés par leurs détenteurs et n'interroge pas les pratiques des établissements financiers, justement au cœur de cette recherche : est-ce que le fait que les personnes âgées aient un profil d'investisseur spécifique, marqué par des produits moins risqués mais aussi souvent moins rentables, est entièrement le fruit de leur volonté ? Y a-t-il des effets de génération (les plus âgés détiennent parfois des produits souscrits il y a plusieurs décennies) ? Des effets d'âge ? Et des effets de propositions commerciales spécifiques de la part des banques ?

La littérature montre que **c'est avant tout le niveau de patrimoine qui détermine la propension à prendre des risques sur les marchés financiers**. À titre d'exemple, l'investissement dans des actifs risqués dépend en premier lieu du patrimoine financier : 76 % des ménages appartenant aux 1% les plus dotés en patrimoine financier détiennent des actions en direct (contre 10% de l'ensemble des ménages, et 38% pour les 10% les mieux dotés en patrimoine financier)⁴¹.

Vieillesse et patrimoine : les enjeux financiers

Les comportements financiers des personnes âgées représentent une série d'enjeux pour les banques :

- Le volume des actifs détenus est important.
- Ce sont des actifs plus souvent financiers que dans d'autres tranches d'âge.
- Il existe une tension entre, d'un côté, des besoins de liquidités et la volonté des clients de ne pas s'exposer au risque, et de l'autre, les pratiques usuelles de diversification des patrimoines les plus importants afin de maximiser les rendements.

⁴¹ INSEE, « Revenus et patrimoine des ménages », *INSEE références*, 2021.

B. Les personnes âgées vues par les banquiers

L'investissement financier des particuliers transite le plus souvent par des services d'investissement assurés par des intermédiaires ou des prestataires de services. Comment les acteurs financiers perçoivent-ils les seniors ?

Tout d'abord, notons que la « vulnérabilité » est un enjeu pris en compte par les établissements bancaires. Il est cependant traité de manière inégale au sein des réseaux que nous avons pu contacter. Nos observations montrent qu'il met les organisations en tension du fait de son caractère contingent et de la difficulté à en cerner les limites. Dans un contexte d'intensification de la concurrence pour l'obtention des parts de marché de gestion de capitaux et de tendance baissière des fonds euros, la clientèle senior présente des caractéristiques spécifiques. Son patrimoine financier est comparativement plus important que celui d'autres catégories d'âge. Cependant, les seniors sont aussi parfois décrits comme problématiques, car porteurs d'au moins deux « risques » antagonistes pour les établissements financiers : celui de ne pas suffisamment interagir avec ces clients, de générer du mécontentement et de perdre des parts de marché et celui d'une commercialisation non adaptée, pouvant conduire à des accusations de défaut de conseil et d'information.

Les acteurs financiers aspirent donc à aménager un cadre qui protège les établissements tout en préservant les pratiques commerciales habituelles des salariés.

- Des routines commerciales déstabilisées

L'avancée en âge perturbe l'organisation de la commercialisation de produits financiers. Alors que la réalisation d'opérations financières repose finalement sur le choix des personnes et donc à la fois leur capacité à prendre des décisions financières et à exprimer un consentement éclairé, le processus de perte d'autonomie déstabilise le cadre habituel des interactions bancaires. La perte d'autonomie, réelle ou projetée par le conseiller, bouscule ainsi les pratiques professionnelles des agents.

Face à des clients perçus comme âgés, les conseillers bancaires se trouvent en effet face à un paradoxe : les personnes âgées sont à la fois **des clients importants pour les établissements compte tenu des avoirs détenus**, et en même temps représentent souvent l'**archétype du client** fortement risqué et ressenti comme difficilement maîtrisable. Pris en étau, les banquiers

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

préfèrent bien souvent ne rien faire et « jouer la montre » ou se « montrer le moins possible ». Le long extrait d'entretien suivant, réalisé auprès d'une conseillère patrimoniale exerçant dans une banque privée, illustre bien la position dans laquelle se retrouvent certains conseillers bancaires quand ils doivent commercer avec des clients en situation de handicap, de surcroît, âgés. Le cas de ce client est particulièrement intéressant : d'abord, c'est celui que la conseillère a spontanément choisi pour illustrer les problèmes rencontrés avec les clients âgés. Ensuite, sa situation montre l'entremêlement, toujours présent, entre différentes sources de vulnérabilité : l'âge et le handicap sont ici mêlés - les clients âgés ont plus souvent des problèmes de santé. En détaillant la situation de ce client, la conseillère liste l'ensemble des types de risques que les clients âgés font potentiellement courir à leurs interlocuteurs bancaires.

« Conseillère patrimoniale : « J'ai un exemple de difficultés rencontrées. C'est une personne qui est seule, qui est riche et tétraplégique et qui a beaucoup de problèmes d'élocution. Et qui a des problèmes de préemption : il a du mal à utiliser ses mains. Donc il est très très lourdement handicapé ce monsieur. Il a toute sa tête, il est chez lui à longueur de journée et sa vie, c'est la bourse. C'est lire des livres et la bourse. Et ce monsieur, on a beaucoup de mal à le comprendre à l'oral, il n'est pas capable d'écrire des e-mails ou des courriers, donc son banquier l'a au téléphone très régulièrement avec beaucoup de problèmes de compréhension et de répétition. Ce monsieur veut absolument passer ses ordres de bourse lui-même. Il appelle, tout le temps, pour vendre un truc ou deux. Plusieurs fois, on a essayé de l'orienter vers des services plus adaptés à son âge, mais il refuse. Ça nous met en risque parce que parfois on ne comprend pas ce qu'il nous dit, ce qu'il nous demande d'acheter ou de vendre, donc on est parfois face à ses réclamations parce qu'on n'a pas compris. Et la difficulté c'est que c'est quelqu'un qui refuse des solutions de gestion qui lui faciliteraient la vie et la nôtre ! Il a toutes ses capacités intellectuelles donc il ne prend pas de mauvaises décisions de gestion pour son patrimoine, sauf que dans la communication, c'est pas possible. [...] Jusqu'où la banque peut obliger, astreindre un client à prendre un service plutôt qu'un autre ? Faire du refus de vente, sans avoir sa responsabilité engagée ? En fait, ce monsieur est très actif dans tout ce qui est associatif. Et donc nous, on fait attention parce que d'abord c'est un client fragile à protéger mais en même temps, [...] vraiment nous, on ne comprend rien, il faudrait un mandat de protection future voire une tutelle, il faudrait passer en gestion sous mandat et que "vous arrêtez de passer vos ordres tout seul, ce serait plus simple pour vous" Et alors [quand on le lui propose], le comble c'est qu'il nous menace en nous disant "Je fais ce que je veux" ou alors "mais vous vous n'aimez pas les vieux". Et du coup nous, on ne veut pas générer un risque réputationnel et donc on ne fait rien. Mais parfois,

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

*face à des gens qui ne veulent rien entendre, c'est compliqué. Imaginez qu'il nous traîne en justice pour discrimination. Donc, on ne fait rien, on gère comme on peut. L'autre risque réputationnel, c'est qu'il fasse une bêtise avec son compte titres. Donc, nous, on est sur la corde raide avec ce monsieur. Mais quand un client insiste pour avoir quelque chose, un type de service ou un instrument financier, en fait nous on ne peut pas refuser. Déjà pour ne pas faire de discrimination, mais aussi pour ne pas prendre de risque réputationnel. Mais en même temps, quelle serait notre responsabilité aussi par rapport aux héritiers ? Imaginez que ce monsieur perde tout, et que les héritiers se retournent contre nous ? Nous dire "vous avez vendu n'importe quoi à mon parent". Mais, si nous, on a mis the red flag dans les contrats, qu'on lui a dit "c'est pas pour vous, c'est pas pour vous", mais lorsque la personne veut absolument souscrire un instrument financier ou un service. **Et là on est dépourvu de solution et de protection face à ce type de comportement qui nous met en risque.***

Q : En risque de quoi ?

Conseillère patrimoniale : Eh bien, risque contractuel vis-à-vis du client, et en risque juridique vis-à-vis des héritiers. Mais comme on veut éviter la discrimination et le risque réputationnel, eh ben, on gère tout ça à la fois, ce qui demande beaucoup de temps et de patience ».
(Conseillère bancaire d'une banque privée, mars 2021).

Cet extrait d'entretien illustre nombre des difficultés que posent aux conseillers les interactions commerciales avec des personnes âgées, et plus largement, avec les personnes en situation de vulnérabilité, qui souhaitent conserver leur autonomie mais la voient réduite par leur handicap ou une perte de capacités physiques. Si la conseillère reconnaît des compétences financières au client, qui le rendent apte à prendre des décisions seul et à choisir un système d'investissement de type RTO (réception, transmission d'ordre), la conseillère préférerait qu'il choisisse un système de gestion sous mandat, qui à ses yeux limiterait les erreurs, et surtout le risque de voir la banque accusée d'avoir mal conseillé le client, notamment par ses héritiers. Dans le même temps, la conseillère évoque le risque de discrimination : la tension vient du fait que le client souhaite être considéré comme un client comme un autre alors que l'organisation usuelle des interactions bancaires exigerait plutôt qu'il soit traité comme un client à besoins spécifiques.

Nombre d'entretiens nous ont confirmé que cette tension est récurrente et met les conseillers en difficulté. Les craintes qu'ils expriment ne relèvent pas de représentations individuelles de la vieillesse ou du handicap mais du fait que l'organisation de leur travail et des interactions avec les clients n'est souvent pas en adéquation avec les besoins spécifiques de clients qui demandent plus de temps. Ici, la conseillère considère que la meilleure solution serait d'agir à la place du

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

client, elle va jusqu'à évoquer une tutelle, ce qui est contradictoire avec ce qu'elle dit des capacités intellectuelles du client et du fait qu'il prend des décisions judicieuses pour son patrimoine. Dès lors, la nécessité de la tutelle ou de la gestion sous mandat est davantage pour elle organisationnelle : elle juge les modalités d'interaction avec ce client trop difficiles et coûteuses en temps. En outre, il apparaît que la conseillère est seule face à un client de ce type, ne disposant pas d'outils lui permettant de s'assurer qu'elle prend des décisions ajustées, et de pouvoir classer ce client comme autonome ou nécessitant une prise en charge spécifique.

L'avancée en âge peut ainsi remettre en question l'organisation de la commercialisation de produits financiers. Alors que la réalisation d'opérations financières repose sur le choix des personnes et que la fonction de conseil des agents bancaires est au fondement de leur identité professionnelle, la perte d'autonomie, physique ou intellectuelle, de certains clients, perturbe la chaîne de travail des services bancaires, car elle crée un doute sur la capacité des clients à former un consentement éclairé.

Afin de trouver des solutions pratiques à ces situations rencontrées sur le terrain, les acteurs de la Place, à l'invitation des régulateurs, sont convenus de la nécessité de se pencher sur la manière dont ils pourraient faire face au vieillissement de leurs clients. Envisager ces clients au prisme de leur « vulnérabilité » est apparu, même si cette manière d'envisager les choses n'est pas dénuée de difficultés, comme un moyen de protéger les clients mais aussi les établissements financiers des différents risques que ces clients leur font potentiellement courir tout en leur permettant de prendre des décisions financières dans de bonnes conditions.

- Les risques opérationnels et financiers

La commercialisation des produits financiers a fait l'objet d'une réglementation accrue depuis une vingtaine d'années, comme nous l'avons énoncé en introduction. Cette réglementation se fonde notamment sur la vérification du profil du client et sur son consentement éclairé, concept clé du droit de la consommation.

La mesure des profils de risque des personnes âgées par les questionnaires Clients conduit souvent le **plus souvent à une grande prudence dans les propositions qui peuvent leur être faites** – les vendeurs s'exposent à des risques juridiques importants s'il s'avérait qu'ils ont procédé à des ventes inadaptées voire forcées. Or, **les attentes financières de ces clients,**

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

acquises au cours de leur expérience et de leur trajectoire de vie, à des périodes où le contexte financier permettait d'envisager des placements à haut rendement, semblent désajustées avec les possibilités offertes par les marchés actuels. Même si d'autres populations peuvent présenter des attentes identiques par manque de points de repère actualisés, les conseillers bancaires décrivent tout particulièrement les personnes âgées comme ayant des « demandes irréalisables » dans un contexte de taux d'intérêt bas et de rentabilité très faible de l'épargne garantie. Ces dernières escomptent en effet des gains en capitaux comparables à ceux de la période précédente, tout en s'exposant faiblement au risque. Ces demandes seraient surtout le fait des personnes « vieillissantes », estiment les conseillers. En témoigne ce propos du responsable de la conformité d'une banque de détail :

Responsable de la conformité : « Le projet du client vieillissant qui est d'avoir du rendement et pas de risque, on n'arrive plus à le servir. Et ils nous le demandent quand même. Ils veulent du rendement, et pas de risque, rendez-vous compte !. Donc, nous sommes bien obligés de lui conseiller ce qu'il demande, c'est-à-dire du rendement, mais alors nous nous retrouvons face à ce problème de la maturité des instruments. Acheter des SCPI quand on a 85 ans, sachant que ce sont des produits où il y a 10% de frais de souscription, si la personne décède deux ans plus tard, elle n'aura même pas récupéré les frais ; elle aurait mieux fait de s'abstenir. Donc, on a souvent ce sujet-là qui se pose » (Responsable de la conformité, banque de réseau, juin 2020).

Un autre sujet de préoccupation pour les établissements est **celui de la concurrence et du risque de départ de leurs clients âgés non satisfaits** par des rendements qu'ils jugeraient trop faibles. Les établissements accueillant des personnes très fortunées y sont fortement exposés, les clients « très patrimoniaux » étant décrits comme particulièrement exigeants :

Responsable de la conformité : « Pour les personnes âgées, je pense qu'il serait important de pouvoir développer d'autres types de produits avec des barrières sécuritaires, parce qu'avec les taux d'intérêt bas et les rendements très faibles aujourd'hui, on ne peut plus dire à ces clients-là, écoutez, vous avez de l'argent certes, on vous le place à 0.05, et c'est tout ce qu'on peut faire pour vous. Faudrait vraiment changer la politique de ce côté-là. Tout en n'oubliant pas qu'il y a une certaine protection à avoir, mais je pense qu'on peut passer cette barrière. Parce que ce sont quand même des clients très patrimoniaux. » (Responsable de la conformité, Banque privée, mars 2020).

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

Sous l'effet de l'émergence de nouveaux professionnels de l'intermédiation bancaire, comme les conseillers en gestion de patrimoine indépendants (toutefois de plus en plus encadrés juridiquement depuis le début des années 2000), une réelle concurrence s'est établie entre établissements pour attirer et conserver le patrimoine conséquent des personnes âgées. L'ouverture du marché du conseil patrimonial fragilise ainsi la place des banques, désormais soumises au risque de perdre des parts de marché au profit de nouveaux intermédiaires désormais reconnus. De leur côté, les conseillers en gestion de patrimoine considèrent les personnes âgées comme un marché de niche qu'il convient de capter, y compris les personnes bénéficiant d'une protection juridique au travers des mesures judiciaires décidées par le juge et mises en œuvre par leurs mandataires.

Conseiller en gestion de patrimoine indépendant : « Le marché de la tutelle est très attractif parce qu'il reste à prendre. Personne ne s'y est trop lancé, un peu compliqué. Mais nous, en tant qu'indépendants, nous sommes formés différemment et nous nous sommes positionnés sur ce marché. C'est un marché avec des fonds importants. Certes, ce n'est pas du placement pointu, mais humainement, c'est fort. On a une vraie relation client. Et puis finalement, notre modèle économique fonctionne, on vise les personnes âgées, avec des taux de rendement pour le client certes bas, un peu bas, surtout en ce moment, mais on fait de la surface. Et c'est un pari gagnant »

(Extrait d'entretien avec un conseiller en gestion de patrimoine, octobre 2020)

- Les risques juridiques et réputationnels

Si ces éléments financiers ont des implications stratégiques importantes, ils ne remettent pas en cause la possibilité même d'entretenir des relations commerciales avec les clients âgés. Ces dernières exigent toutefois, de la part des conseillers financiers, une grande prudence.

La vulnérabilité d'une partie des clients âgés met en effet potentiellement en péril la conformité des opérations réalisées. Si ces dernières s'avèrent non conformes à la réglementation, elles sont susceptibles de susciter des réclamations ou des plaintes de la part des clients, voire de mettre à mal la réputation des établissements bancaires. Car l'activité bancaire n'est pas qu'une

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

activité de conseil, c'est aussi une activité commerciale précisément réglementée⁴². Or, l'évolution de la réglementation renforce le « devoir de conseil » qui incombe aux banquiers. La commercialisation de produits financiers en direction des personnes âgées comporte des risques juridiques (voir le client ou ses héritiers intenter une action en justice pour dénoncer une vente forcée) et réputationnels accrus (voir la réputation de la banque ternie par l'image d'une banque maltraitante à l'égard de clients éventuellement vulnérables). Ces risques freinent la vente de produits financiers.

Pour garantir que les produits financiers soient bien adaptés aux clients, la réglementation européenne impose par divers outils la mesure de leurs profils de risque ainsi que le recueil de leur consentement éclairé. Aussi, les banquiers redoublent-ils de précautions lorsqu'ils vendent des produits financiers à des personnes considérées comme âgées. L'exemple fourni par le responsable conformité d'une banque privée en témoigne :

« Comment on fait pour prendre en charge quelqu'un dont on n'est pas sûr du consentement ? Quand on vend un produit financier, la base, c'est le consentement éclairé. C'est ça qui entraîne ensuite tout le process de travail. C'est à partir du consentement qu'on peut enclencher le contrat, sa validation hiérarchique et sa conformité. S'il y a un doute sur cette dimension, le process est bloqué et nous, on ne peut plus travailler »

(Responsable de la conformité d'une banque privée, avril 2020)

Le processus de travail est organisé de façon très rigoureuse dans les établissements bancaires, l'informatique encadrant très précisément chaque étape menant à la souscription d'une offre de placement (la découverte du client ; la proposition d'offre accompagnée de toutes les informations sur le produit - caractéristiques, rendement/risque et horizon de placement - et sur les frais ; la souscription, dont la mise en œuvre n'est parfois effective qu'après une période de rétractation). S'adapter aux capacités du client et à son éventuelle vulnérabilité paraît une

⁴² Dans des travaux précédents (Lazarus Jeanne, *L'épreuve de l'argent. Banque, banquiers, clients*. Ed. Calmann-Lévy, Paris, 2012), nous avons montré qu'un conseiller bancaire porte en lui quatre « figures du banquier », qui renvoient à autant d'injonctions différentes qu'il reçoit de sa hiérarchie et des clients, comme à la façon dont il se représente sa profession. Celles-ci sont (i) le juge (en charge de faire respecter la loi mais aussi la morale des pratiques financières), (ii) le conseiller, (iii) le commerçant et (iv) le sauveur (figure plus imaginée que réelle, d'un banquier qui trouverait des solutions pour aider les personnes à sortir des difficultés financières). Ces figures sont porteuses de tensions intrinsèques, qui peuvent s'exacerber à propos de la vente de produits risqués aux personnes âgées.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

activité difficilement conciliable avec un temps de travail normé, répondant à une exigence de productivité :

Responsable conformité : « Certains ont tendance à oublier la vulnérabilité, parce qu'ils sont dans leur métier. Le banquier doit enchaîner lors de l'acte de vente, il a des processus à respecter. On est alors dans une logique de production, donc certains banquiers vont être dans une logique : " j'ai tel client, il y a ça qui lui correspond, je lui vends ". Mais il faudrait qu'ils se posent un petit peu pour se dire : "Attention, peut-être que cette cliente, elle a un certain âge, donc il ne faut pas simplement faire mon conseil en suivant la procédure, mais en étant alerté sur certains sujets".

(Responsable conformité d'une banque de réseau, juin 2020).

Au premier abord, cet entretien pourrait sembler contradictoire avec le cas présenté plus haut, celui d'une conseillère inquiète de ne pas trouver de solution adaptée pour son client âgé et handicapé, et qui exprimait son inquiétude. Pourtant, les deux personnes parlent de la même chose : le fait que les personnes vulnérables ébranlent le flux du travail bancaire. Ces situations peuvent faire courir des risques à la banque (le conseiller doit gérer l'inattendu) mais aussi, comme on l'a vu dans l'entretien précédent, aux clients ayant besoin d'une attention spécifique alors que le service fourni est standardisé (le conseiller, en appliquant des routines commerciales, contrevient à sa mission de conseil). Le constat est donc le même : cette commercialisation est source potentielle de difficultés, et les conseillers bancaires, même s'ils sont soumis à des réglementations, ne s'appuient pas sur des outils qui permettraient de résoudre les tensions entre trois dimensions : (i) le respect de la conformité, (ii) les exigences de productivité et (iii) la nécessité d'une attention accrue à ces clients afin de s'assurer de la validité de leur consentement.

L'incertitude sur le consentement qui peut apparaître dans certaines situations ne perturbe pas seulement l'organisation du travail bancaire. Elle est aussi susceptible de mettre en péril la conformité des opérations réalisées et engendre un risque de réclamations ou de plaintes de la part des clients ou de leurs héritiers. Les conseillers sont très inquiets à l'égard des risques de réputation. L'affaire Bettencourt ne concernait pas la commercialisation de produits financiers mais un abus de faiblesse. Pour autant, elle a fortement marqué les esprits, à tous les échelons des établissements bancaires, pour lesquels elle symbolise les risques liés à l'affaiblissement du

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

consentement pour la gestion des affaires financières des personnes. Cet agent de direction d'une banque privée se fait ici l'écho d'une telle préoccupation :

Agent de direction : « La vulnérabilité, on s'en est toujours soucié. Mais le facteur déclenchant vraiment la prise en compte au sein de notre établissement, ça a été l'affaire Bettencourt. Il faut bien considérer que la réputation est un élément relativement structurant au sein de la Place. Si on cumule des réclamations, des questionnements sur notre éthique, il est certain que l'on va être épinglés »
(Agent de direction d'une banque privée, mars 2020).

Le risque de se voir accuser de mauvaise pratique de commercialisation expose les établissements à un risque réputationnel qui pourrait entraîner des pertes d'encours, risque jugé majeur pour les banques privées qui gèrent au-delà du client individuel, une relation avec des écosystèmes familiaux. « *Que feront les héritiers s'ils nous voient comme des escrocs ?* », demande ainsi un agent de direction d'une banque privée. Dès lors, vendre des produits financiers aux personnes âgées est une opération coûteuse en temps de travail et risquée sur les plans juridique et réputationnel.

Les enjeux du vieillissement pour les établissements financiers

Le vieillissement crée de multiples difficultés pour les acteurs financiers :

- L'enjeu double du consentement :
 - Comment s'assurer que le consentement est valable ?
 - Comment ne pas dénier des capacités de consentement à des personnes qui ont des problèmes de santé mais conservent leurs capacités intellectuelles ?
- L'enjeu du flux d'activité :
 - Comment combiner l'exigence de productivité des conseillers avec le besoin d'attention accrue de certains clients âgés ?
- Les risques encourus :
 - Risque d'être accusé de vente abusive ou d'abus de faiblesse si le consentement n'est pas jugé valide.

- Risque d’être accusé de discrimination si les capacités des clients ne sont pas prises en compte.
- Risque de perdre de la clientèle en cas de mécontentement des clients.

C. Une catégorie de pensée et d’action des politiques publiques : la vulnérabilité

Le vieillissement des clients patrimoniaux est une réalité statistique. C’est aussi un enjeu dans les pratiques quotidiennes des banquiers. Comment ce problème a-t-il été construit et saisi par les différents acteurs ? Il a été mis à l’agenda des acteurs de la Place en utilisant la notion de vulnérabilité. Le fait de poser la question du traitement des personnes vulnérables peut sembler évident et être interprété comme résultant, de manière naturelle, du vieillissement de la population qui conduirait à se soucier des conditions d’accueil d’une clientèle senior en augmentation constante et aux besoins spécifiques. Toutefois, l’analyse des processus qui ont conduit à identifier et à définir ce problème montre que ce dernier a été interprété sous un certain prisme, en tendant à représenter les seniors comme des individus potentiellement en danger, susceptibles d’être l’objet de décisions qui pourraient leur être préjudiciables – alors que d’autres diagnostics auraient pu être mobilisés. L’examen de ces processus contribue à l’un des objectifs de l’étude : comprendre comment sont repérées et définies les situations problématiques de commercialisation mettant en jeu des personnes âgées (pour certaines jugées « vulnérables ») et des conseillers. En analysant la manière dont les régulateurs ont analysé la notion de vieillissement et comment leur définition⁴³ a été reçue par les différents acteurs de la Place, il est possible d’éclairer, en creux, la manière dont ils se représentent cette partie de leur clientèle, autrement dit, les catégories de pensée qu’ils mobilisent pour la définir. L’attention prêtée, dans cette étude, aux « catégories » que mobilisent les différents acteurs, renvoie à l’idée que les personnes, dans leur vie courante comme dans leurs activités professionnelles, découpent la réalité à laquelle ils ont affaire, l’ordonnent et la « rangent » dans différentes « cases » (des catégories) leur permettant de lui donner sens, d’avoir prise sur elle

⁴³ Pour une exposition de la définition de la vulnérabilité telle qu’employée par les régulateurs, voir l’introduction de ce rapport, p. 7.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

et de pouvoir mieux la contrôler et s’y orienter. L’intérêt de cette approche constructiviste est de souligner le caractère relativement contingent, historiquement et socialement évolutif, des « catégories » mobilisées par les acteurs pour penser la réalité à laquelle ils font face.

Ainsi, pour revenir au sujet de cette étude (la clientèle senior), il est intéressant de se demander comment les acteurs bancaires ont été amenés à définir le problème auquel ils faisaient face, à en définir les contours, à l’appréhender sous un certain angle (à le « cadrer »), comment ils ont essayé d’inventer les catégories les plus opérantes pour désigner les clients et leurs caractéristiques, et dès lors imaginer les solutions à ces éventuels problèmes : le vieillissement est-il un enjeu purement médical ? Une affaire de famille ? Un enjeu de régulation ? Un enjeu commercial ? Examinons donc à présent comment le « cadrage » du problème enferme l’usage du terme “vulnérables”.

- « Vulnérabilité » : circulation trans-sectorielle d’un terme polysémique

Le concept de « vulnérabilité » a émergé à partir du tournant des années 2000 pour désigner différents publics cibles de l’État social. Ainsi, la vulnérabilité n’est pas un terme issu du secteur financier. Elle circule, depuis près de deux décennies, dans différents secteurs des politiques publiques (handicap, protection des majeurs, pauvreté). Elle y est utilisée afin d’éviter les écueils liés aux seuils d’âge ou d’état de santé. La catégorie « vulnérables » désigne ainsi des personnes pauvres ou encore des personnes atteintes d’un handicap. Dans ces deux secteurs, l’usage du vocable de la vulnérabilité est le fruit d’une évolution terminologique, perceptible dans le champ scientifique ainsi que dans les politiques publiques.

Dans le secteur de la lutte contre la pauvreté, le terme de « vulnérabilité » est apparu à la suite de critiques émises contre « l’exclusion », catégorie jugée trop centrée sur le déficit d’intégration sociale⁴⁴. La « vulnérabilité » est ainsi centrale dans la dernière réforme des politiques de lutte contre la pauvreté, où elle est utilisée pour caractériser les actions de « sécurisation des ménages » en « prévention et en anticipation des ruptures »⁴⁵. Proposant d’agir en amont des situations de pauvreté, l’emploi du terme de « vulnérabilité » signe l’intention de **décloisonner le problème**, qui devient un risque pour tout citoyen. Ce

⁴⁴ PAUGAM, Serge (ed.). *L’exclusion: l’état des savoirs*. Paris : Éditions la Découverte, 1996. 582 p.

⁴⁵ Comité interministériel de lutte contre les exclusions, *Plan pluriannuel de lutte contre la pauvreté et pour l’inclusion sociale*, 2013, p. 7.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

mouvement de décroisement est également présent dans plusieurs travaux de recherche en sociologie de la pauvreté. Ainsi, Danilo Martucelli propose de saisir ce qui constitue une « *expérience universelle et commune "d'être exposé à"* »⁴⁶.

Prolongeant ce cadre d'analyse, Marc-Henry Soulet présente une **approche contextuelle** de la vulnérabilité, qu'il définit comme une possibilité dont la survenue dépend d'éléments environnementaux. Il s'agit alors de « *considérer les moments et les situations qui actualisent la potentialité pour les individus à être vulnérabilisés* »⁴⁷. Cette contextualisation du problème de la pauvreté s'accompagne d'une attention portée à sa dynamique. Analysée comme une situation conjoncturelle, la « vulnérabilité » est pensée comme **réversible**. L'action sur l'environnement immédiat de l'individu et le renforcement de ses capacités doivent ainsi permettre l'amenuisement des risques encourus. Dans cette optique, les politiques de lutte contre la pauvreté comprennent actuellement plusieurs orientations prenant appui sur l'activation des compétences individuelles⁴⁸ ou encore sur le rôle de l'environnement familial dans la dynamique de réduction de la pauvreté⁴⁹.

Dans le secteur du handicap, la « vulnérabilité » est une catégorie juridique inscrite dans la loi du 11 février 2002. Elle y est définie comme « *toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive, d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques [...]* »⁵⁰. Se substituant aux approches en termes de déficit, la mobilisation du terme de « vulnérable » correspond aux différents points d'évolution déjà notés dans le cadre de la pauvreté. Il s'agit en effet d'affirmer **l'universalité du risque de connaître une situation de handicap** et de mettre l'accent sur **son**

⁴⁶ MARTUCELLI, Danilo. « La vulnérabilité, un nouveau paradigme » in Axelle BRODIEZ-DOLINO, Isabelle VON BUELTZINGSLOEWEN, Benoît EYRAUD, et al. (eds.). *Vulnérabilités sanitaires et sociales. De l'histoire à la sociologie*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2014, p. 28.

⁴⁷ SOULET, Marc-Henri. « Les raisons d'un succès. La vulnérabilité comme analyseur des problèmes sociaux contemporains » in Axelle BRODIEZ-DOLINO, Isabelle VON BUELTZINGSLOEWEN, Benoît EYRAUD, et al. (eds.). *Vulnérabilités sanitaires et sociales. De l'histoire à la sociologie*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2014, p. 63.

⁴⁸ GENARD, JEAN-LOUIS, « Capacités et capacitation : une nouvelle orientation des politiques publiques. », *Action publique et subjectivité*, LGDJ., Paris, 2007

⁴⁹ Le Plan pluriannuel de lutte contre la pauvreté et pour l'inclusion sociale comprend ainsi un chapitre consacré à l'accompagnement des familles, défini comme l'un des moyens d'endiguer la hausse du taux de pauvreté (Comité interministériel de lutte contre les exclusions, *Plan pluriannuel de lutte contre la pauvreté et pour l'inclusion sociale*, 2013, p. 17 à 20 et p.36 à 40).

⁵⁰ Article L. 114 du Code de l'action sociale et des familles.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

fonctionnement contextuel, évitant ainsi l'usage d'une catégorie enfermante et stigmatisante⁵¹. Dans cette optique, les politiques à destination des personnes en situation de handicap développent des leviers d'action sur l'environnement (sur le cadre bâti par exemple) et notamment sur la mobilisation de l'entourage familial. C'est ainsi que la question des aidants familiaux a été placée à l'agenda public⁵².

Ces exemples d'emploi du terme de « vulnérabilité » permettent d'éclairer ses conditions d'usage à propos des personnes âgées. Trois dimensions, rappelons-le, caractérisent ainsi son usage : le **décloisonnement** des catégories (chacun est susceptible d'être exposé à un risque), leur **contextualisation** (ce risque doit être apprécié dans un contexte précis) et l'attention portée à sa **réversibilité** (cette exposition au risque est réversible). Ces trois dimensions sont mobilisées pour caractériser le **vieillessement**, notamment dans la réforme des tutelles de 2019. Alors que les majeurs placés sous mesure de protection ont été désignés comme étant des « incapables majeurs », puis comme des « majeurs protégés », le rapport de mission interministérielle d'Anne Caron-Dégliise⁵³ propose en 2018 un changement terminologique en définissant les conditions d'ouverture des mesures de protection en fonction de la « vulnérabilité » des personnes. Ce terme y est défini comme une situation de « *perte d'autonomie* »⁵⁴, limitée dans le temps et ayant vocation à être dépassée ou compensée. Dans ce rapport, l'âge est jugé comme une catégorie insuffisante pour cerner le processus de perte d'autonomie d'une personne vieillissante. De plus, la situation de perte d'autonomie est inscrite dans le contexte spécifique de la personne âgée, l'environnement géographique, social et institutionnel causant des situations de dépendance variables pour un même état de santé physique. Enfin, la compensation de ces dépendances est pensée comme relevant en premier lieu de l'intervention de la famille. On assiste ainsi au renforcement de la tendance à la déjudiciarisation des interventions (limitation des mesures prononcées par un juge au profit de dispositifs tels que le mandat de protection future) à l'œuvre depuis 2009 dans les politiques à destination des majeurs protégés. Ces quelques éléments montrent que l'usage du terme de

⁵¹ DUPONT, Hugo. *Ni fou, ni gogol !* Fontaine : Presses universitaires de Grenoble, 2016.

⁵² WEBER, Amandine. « Des enquêtes nationales pour connaître l'aide apportée par les proches en raison d'un handicap ou d'un problème de santé », *Informations sociales*. 2015, vol.2 n° 188. p. 42-52.

⁵³ Anne Caron Dégliise, *Rapport de mission interministérielle*, « L'évolution de la protection juridique des personnes. Reconnaître, soutenir et protéger les personnes vulnérables », 2018.

⁵⁴ Anne Caron Dégliise, *Ibid*, p.20.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

« vulnérabilité » est le fruit d'évolutions terminologiques observables dans divers secteurs. Au sein de chacun d'eux, la « vulnérabilité » est une catégorie *décloisonnée, contextuelle et réversible*. Autrement dit, le caractère complexe de son utilisation est consubstantiel à son usage. Définie de manière processuelle, relative et individuelle, son opérationnalisation est, par essence, complexe. La vulnérabilité est nécessairement contingente et nécessite de porter une attention située et dynamique aux situations des personnes.

- De la « maltraitance financière » à la « vulnérabilité » : la progressive inscription du vieillissement à l'agenda de la Place

Si la « vulnérabilité » est un terme qui circule dans différents secteurs de politiques publiques, son apparition au sein du secteur financier résulte à la fois **des mécanismes de contrôle déployés par les régulateurs**, qui ont besoin d'établir des catégories, au sens sociologique du terme, pour désigner les problèmes rencontrés dans les actes de commercialisation de produits financiers à destination des personnes âgées (voir l'introduction de ce rapport), et du **rôle d'alerte joué par des acteurs associatifs** qui trouvent une occasion de faire entendre leur voix lors de la **réforme des tutelles de 2019**.

Au sein des activités de régulation, **l'attention portée à la question du vieillissement s'accroît au cours des réflexions portant sur les dispositifs de protection des majeurs protégés** (voir l'introduction de ce rapport). Alors que les directives MIFID 2 et DDA sont applicables respectivement depuis le 1^{er} janvier 2018 et le 1^{er} octobre 2018, les contrôles sur les processus de commercialisation se renforcent et introduisent la question des seniors. Ils font alors émerger les problématiques spécifiques qui se posent pour ce type de client⁵⁵.

Avant de parler de « vulnérabilité », **le problème du vieillissement avait fait l'objet d'un traitement différent, émanant du secteur associatif, et mettant la lumière sur la « maltraitance financière »** dont les personnes âgées sont parfois victimes dans leurs familles ou dans les institutions. En 2011, un rapport sur la maltraitance financière pour le Médiateur de

⁵⁵ Voir notamment : AMF, *Synthèse des contrôles SPOT sur les connaissances et l'expérience des clients MIF 1 / MIF 2*, 2018.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

la République a été rédigé par Alain Koskas⁵⁶ et Véronique Desjardins⁵⁷. Ce rapport ne portait pas spécifiquement sur la commercialisation de produits financiers mais pointait l'absence de mesures prises par les banques pour lutter contre cette maltraitance et recommandait le développement « *de protocoles de bonnes pratiques vis-à-vis de cette clientèle très particulière que sont les majeurs protégés et vulnérables* »⁵⁸. Le rapport Koskas-Desjardins impulse la constitution progressive de la catégorie de « maltraitance financière », et ce de plusieurs manières.

Tout d'abord, les auteurs énoncent une définition de la maltraitance financière, entendue comme « *tout acte commis sciemment en vue de l'utilisation ou de l'appropriation de ressources financières de cette dernière [toute personne] à son détriment, sans son consentement ou en abusant de sa confiance ou de son état de faiblesse physique ou psychologique* »⁵⁹. Dans le rapport, la maltraitance renvoie principalement à des vols, escroqueries ou abus de faiblesse, commis en raison de l'état de « fragilité » de la personne âgée. Plusieurs éléments du rapport proposent de faire de l'évaluation de la fragilité des personnes un indice permettant de prévenir la survenue de maltraitance, donnant à voir une forme de médicalisation du problème. La fragilité est une notion de gériatrie qui s'évalue à l'aide d'une grille dans laquelle figurent des constats sur l'humeur de la personne, sa nutrition, ses prises en charge médicales ou encore ses conditions de logement. Formant un ratio, cette grille permet de mesurer le degré de fragilité de la personne âgée, c'est-à-dire d'estimer si elle est dans un « *état handicapant sa capacité décisionnelle* »⁶⁰.

Le rapport souligne que les banques doivent davantage mettre en œuvre leur devoir d'alerte, qui doit aller jusqu'au signalement auprès du juge, ainsi que le prévoit l'article 449 du code

⁵⁶ Gérontologue, il est président de la Fédération internationale des associations de personnes âgées (FIAPA). Cette association participe à l'élaboration de programmes publics au niveau européen () et international (à l'ONU notamment où elle est membre de plusieurs commissions et notamment de celle portant sur la cohésion sociale, elle siège également au sein de l'Organisation mondiale de la Santé). Née il y a 40 ans, elle se préoccupe initialement de la défense des aînés ruraux et de leurs droits lors du passage à la retraite. Pour plus d'information sur cette association, consulter le site internet : <https://www.fiapa.net/>.

⁵⁷ Directrice d'hôpital, AP-HP.

⁵⁸ Alain Koskas, Desjardins Véronique, *Rapport de la mission sur la maltraitance financière à l'égard des personnes âgées dans les établissements sanitaires, sociaux et médico-sociaux*, Rapport au Médiateur de la République, 2011, p. 39.

⁵⁹ Alain Koskas, Desjardins Véronique, *Rapport de la mission sur la maltraitance financière à l'égard des personnes âgées dans les établissements sanitaires, sociaux et médico-sociaux*, op. cit. p. 9.

⁶⁰ *ibid*, p. 26.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

civil modifié en 2007 qui prévoit que « *les tiers peuvent informer le juge des actes ou omissions* » des tuteurs⁶¹. Les auteurs préconisent également une formalisation des bonnes pratiques bancaires, afin que les personnes âgées vulnérables soient correctement prises en charge quel que soit leur interlocuteur. Ce rapport est centré sur les personnes faisant l'objet de mesures de protection. Il aura des conséquences importantes : il a inspiré des éléments de la loi de 2015 relative à l'adaptation de la société au vieillissement⁶² et surtout, il a diffusé la notion de maltraitance financière des personnes âgées, qui devient dès lors une catégorie d'action publique.

En 2016, une mission sur la maltraitance financière des personnes âgées (donc pas seulement celles qui sont protégées) est confiée à Alain Koskas par Pascale Boistard, Secrétaire d'État chargée des personnes âgées et de l'autonomie, qui vise à actualiser les connaissances sur la maltraitance financière. Elle donne lieu à un rapport remis en 2017 qui qualifie les maltraitements financiers à l'égard des personnes âgées de « fléau silencieux »⁶³.

Le terme de fragilité est remplacé par celui de « vulnérabilité ». Ce changement dans les catégories employées rejoint un mouvement plus large de construction et de diffusion du terme de « vulnérabilité » dans l'action publique⁶⁴. Il ajoute aux éléments de perturbation de la capacité décisionnelle des variables externes notamment liées à l'environnement. Les auteurs de maltraitance financière sont le plus souvent des escrocs ou des membres de la famille, toutefois, le rapport évoque aussi la possibilité que des professionnels, y compris bancaires, soient à l'origine des maltraitements (qui vont des abus avérés à la simple négligence empêchant les personnes d'accéder à leurs droits). En outre, la mission a auditionné l'AFUB (Association Française des Usagers des Banques), qui rapporte les plaintes qu'elle reçoit le plus fréquemment à propos des relations entre les personnes âgées et leurs banques : refus de prêts, difficultés à accéder à des assurances, supports d'épargne trop risqués et d'une durée inadaptée à l'âge des

⁶¹ *ibid.*, p. 34.

⁶² LOI n° 2015-1776 du 28 décembre 2015.

⁶³ Alain Koskas, *Les maltraitements financiers à l'égard des personnes âgées. Un fléau silencieux*, 19 septembre 2017.

⁶⁴ BRODIEZ, Axelle, Isabelle BUELTZINGSLOEWEN, Benoît EYRAUD, et al. *Vulnérabilités sanitaires et sociales : de l'histoire à la sociologie*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2014. 277 p.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

épargnants. L'association souligne également les difficultés que ressentent les personnes âgées du fait de la fermeture des guichets et de l'informatisation généralisée⁶⁵.

Ces évolutions (démédicalisation du problème de la maltraitance financière et contextualisation de sa définition) sont consacrées par la nouvelle réforme des tutelles qui s'amorce en 2018. Anne Caron-Déglise – avocate générale à la Cour de cassation, ancienne présidente de la chambre des tutelles majeurs et mineurs, auteure de nombreux textes sur la prise en charge des majeurs protégés⁶⁶ - est chargée par la garde des Sceaux de mener une réflexion préalable à la réforme des mesures de protection des majeurs, dix ans après la précédente réforme. Dans son rapport, le terme de vulnérabilité remplace celui de « majeur protégé »⁶⁷. Estimant que la vulnérabilité ne peut être définie que de manière circonstancielle, l'auteur propose d'apprécier les « capacités décisionnelles » des personnes, en évaluant plusieurs habiletés : comprendre, apprécier, raisonner, exprimer un choix⁶⁸. **Les acteurs du secteur financier sont décrits comme devant contribuer au dispositif de détection et de prise en charge de la vulnérabilité.** Le rapport propose de réformer les conditions d'ouverture d'une mesure de protection, auparavant fondée sur l'établissement d'un certificat médical circonstancié, en procédant à une « évaluation multidimensionnelle » qui puisse prendre en compte à la fois les capacités des personnes et leur environnement. Cela nécessite :

« D'une part, la mise en place d'un dispositif d'évaluation de la situation médico-sociale de la personne plus développé que celui qui existe actuellement, et d'autre part, une appropriation par tous les acteurs de la protection des personnes vulnérables adultes y compris les champs sanitaire et social, les avocats, les notaires, les banquiers, les familles, les procureurs de la République, les juges et les mandataires judiciaires à la protection des majeurs eux-mêmes » (Anne Caron-Déglise, « Vieillesse et altération des facultés personnelles. Co-construire un accompagnement responsable, cohérent et respectueux des droits des personnes », op. cit., p. 70).

⁶⁵ Alain Koskas, *Les maltraitances financières*, op. cit., p. 62.

⁶⁶ Voir notamment : Caron-Déglise Anne, « Vieillesse et altération des facultés personnelles. Co-construire un accompagnement responsable, cohérent et respectueux des droits des personnes », *Retraite et société*, 2014/2 (n° 68), p. 23-40 ; Caron-Déglise Anne, « Protéger pour construire les capacités des personnes malades », dans : Fabrice Gzil éd., *Alzheimer, éthique et société*. Toulouse, Érès, « Espace éthique - Poche », 2012, p. 303-317.

⁶⁷ Caron Déglise Anne, « L'évolution de la protection juridique des personnes. Reconnaître, soutenir et protéger les personnes les plus vulnérables », *Rapport de mission interministérielle*, 2018.

⁶⁸ Anne Caron Déglise, « L'évolution de la protection juridique des personnes. Reconnaître, soutenir et protéger les personnes les plus vulnérables », op. cit., p. 31.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

La catégorie de vulnérabilité financière, issue du secteur associatif, se diffuse dans les politiques publiques et est reprise par les acteurs de la Place comme par les régulateurs. Elle devient une catégorie d'action publique, au même titre que la clientèle fragile qui désigne à partir de 2013 la population devant notamment bénéficier de l'offre spécifique dans les banques de détail.

- La réception de la vulnérabilité par les établissements financiers

Progressivement, la vulnérabilité prend place dans les activités de régulation du secteur financier. Comment nous l'avons vu, dans un premier temps, la réflexion publique sur la vulnérabilité se concentre sur l'entourage familial ou des problèmes médicaux. Quelle est la place des établissements financiers ? Dans un premier temps, il leur est demandé un lieu de repérage de ces difficultés pour donner l'alerte, mais progressivement se pose la question d'éventuelles pratiques inadaptées au sein des banques et des dispositifs que celles-ci peuvent mettre en place pour répondre au mieux aux besoins de cette clientèle spécifique.

Lors des ateliers de Place lancés par l'AMF et l'ACPR, pour mieux cerner le sujet, différents matériaux ont été proposés aux participants dont certaines définitions. Elles ont nourri la réflexion en suscitant des réactions, parfois vives, certains banquiers exprimant leur volonté que le législateur se saisisse du sujet pour « normer » la vulnérabilité et permettre de sortir du flou existant. Lors de ces ateliers, les acteurs financiers ont exprimé de grandes réserves concernant leur capacité à détecter la vulnérabilité financière des personnes âgées et à la prendre en charge si elle était avérée. Deux arguments principaux ont été mobilisés : le principe de non-discrimination vis-à-vis du client et l'engagement de la responsabilité de l'établissement s'il devait détecter une vulnérabilité.

Les acteurs de la Place estiment qu'une banque n'est pas censée s'occuper de problèmes perçus comme médicaux, situant la vulnérabilité hors de leur champ de compétence. C'est par exemple le point de vue défendu par le responsable de la conformité d'une banque de réseau :

Responsable de la conformité : « Je ne sais pas si c'est notre responsabilité, la vulnérabilité. Encore une fois, on est banquiers, on ne fait pas du social, on n'est pas avocats, pas notaires. Donc, on nous demande de protéger l'intérêt du client, d'accord, mais pas de savoir s'il a des capacités cognitives ou non. On n'est pas gérontologues. Donc je suis d'accord avec les régulateurs, il faut faire quelque chose, mais ce n'est pas notre job. Et, de plus en plus, alors, en fait, on a le sentiment d'être utilisé par l'État dans certaines de ses missions

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

régaliennes. On le voit clairement sur le blanchiment d'argent, on demande aux banques et aux assureurs de faire le boulot de la police. Au niveau de la protection de la clientèle, on aimerait bien aussi éviter de réaliser une deuxième mission d'État, et, de plus, de nature sociale, sociétale ».

(Responsable de la conformité d'une banque de réseau, juin 2020).

L'entretien montre également le refus de prendre en charge ce qui serait perçu comme une éventuelle délégation de mission d'État. Alors que les établissements bancaires sont soumis à des obligations en matière de lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme⁶⁹, une plus forte implication dans la prise en charge de la vulnérabilité est, pour certains, vécue comme une nouvelle mission d'ordre public en décalage avec leur objet social de commercialisation des produits financiers. Ils s'inquiètent de dispositions qui pourraient porter atteinte au secret bancaire, mais aussi au principe de non-immixtion dans la vie des clients. La tension entre le devoir d'alerte et la non-immixtion, déjà soulignée dans le rapport Koskas-Desjardins de 2011, n'est toujours pas résolue. Plus le patrimoine est important, plus celle-ci semble importante. Le directeur de la conformité d'une banque privée nous explique ainsi que l'intérêt de ces clients dépend avant tout de la confidentialité stricte de leur gestion patrimoniale.

Responsable de la conformité : « Nous on a des clients qui sont très prudents sur la divulgation d'informations sur leurs avoirs. Faut bien comprendre que ça les met en risque d'être exposés à une quelconque forme de publicité. »

Chercheuse : Oui, mais dans le cas de la vulnérabilité, vous pouvez porter des éléments à la connaissance du procureur, non ?

Responsable conformité : [...] Je pense que mes clients me verraient d'un très mauvais œil si jamais je faisais débarquer une personne extérieure dans leurs affaires. »

(Responsable de la conformité, Banque privée, avril 2020).

Les banques font valoir qu'elles rencontrent déjà des difficultés à prendre en compte les mesures qui concernent les majeurs protégés, domaine pourtant réglementé, n'ayant pas pu convaincre le législateur de l'intérêt d'un fichier qui recenserait les mesures promulguées. Elles s'inquiètent de cette réflexion plus large et moins définie à propos de personnes âgées en perte

⁶⁹ En France, la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme (LCB-FT) est du ressort du superviseur (Autorité de contrôle prudentiel et de résolution – ACPR), de la banque centrale (Banque de France) et de la cellule de renseignement financier (Traitement du renseignement et action contre les circuits financiers clandestins – Tracfin). Pour une analyse de ces dispositifs, se reporter à Favarel-Garrigues et al., 2009.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

d'autonomie mais conservant leurs capacités intellectuelles et légalement en droit d'attendre un traitement identique à celui des autres clients.

La vulnérabilité : enjeux de pouvoir et circulation heurtée

Les enjeux pour les acteurs de la Place dans la réception du terme de “vulnérabilité” peuvent être lus comme le résultat des différents processus de construction du problème :

- L'individualisation du problème et la mise en jeu de la responsabilité des acteurs financiers, qui ne facilitent pas son acceptation ;
- La dimension contextuelle du problème et sa réversibilité supposée, qui complexifient sa perception et donnent à penser qu'il relève d'un traitement dépassant le strict périmètre professionnel des acteurs financiers.

II. Le cadre de la commercialisation des produits financiers aux personnes âgées

L'activité bancaire auprès des particuliers est structurellement en tension entre son devoir de conseil et le fait qu'elle est une activité marchande, reposant sur des objectifs commerciaux. En outre, la bancarisation française a la spécificité d'être universelle, 99% des ménages possèdent un compte en banque et il est quasiment impossible de mener une vie sociale normale sans un tel compte. Les banques sont donc des services marchands à qui il est demandé de remplir un rôle de quasi-service public, ce qui est un héritage de l'histoire de la bancarisation française, initiée au cours des années 1960, alors que les grandes banques commerciales étaient nationalisées⁷⁰. L'accueil des clients âgés n'échappe pas à ces tensions. Cette partie a pour objet de décrire le cadre de la commercialisation des produits financiers et de mesurer les désajustements potentiels de certains clients âgés avec celui-ci. Nous nous intéressons également à la détection des situations problématiques. Alors que les conseillers bancaires possèdent des savoirs expérientiels qui pourraient leur permettre de déterminer quel client n'est plus à même de prendre des décisions patrimoniales, **les modes d'organisation des établissements bancaires les en empêchent parfois**. De plus, **les conditions de détection des situations de vulnérabilité ne sont pas uniformes selon les clientèles et les établissements**. Les pratiques financières et les capacités des clients à s'engager dans des transactions commerciales font l'objet, de la part des conseillers bancaires, d'une attention variable. Cette dernière varie en fonction des caractéristiques sociales et du comportement des clients lors de l'interaction avec leur conseiller. Enfin, et même quand des situations de potentielle vulnérabilité sont détectées par les conseillers bancaires, la complexité des enjeux dans lesquels sont pris les clients vulnérables, et notamment ceux liés à la préservation des liens sociaux, rend délicate la **caractérisation de leur consentement éclairé**. **Notre enquête montre la nécessité de déterminer des bonnes pratiques collectivement** afin de ne pas laisser les conseillers bancaires sans outils face à des situations très compliquées.

⁷⁰ Pour des développements sur le sujet, nous renvoyons à nos recherches : Jeanne Lazarus, *L'Épreuve de l'argent. Banques, banquiers, clients*, Paris, Calmann-Levy, 2012 ; Jeanne Lazarus, *Les politiques de l'argent*, Paris, PUF, 2022.

A. Le modèle bancaire face au vieillissement

Nos observations, étayées par les entretiens, ont montré que l’outil principal de détection des clients en difficulté est, actuellement, le savoir pratique des conseillers. Celui-ci repose sur leur expérience et leur sensibilité à ces enjeux. Il est donc inégalement réparti. En outre, l’organisation du travail, et notamment la focalisation importante sur les objectifs de vente - qu’ils soient individuels ou par équipe - empêche parfois l’application, voire l’acquisition de ces savoirs expérientiels. Enfin, la rationalisation territoriale des réseaux bancaires isole les banquiers et ne permet pas la formation d’une attention collective aux clients potentiellement vulnérables.

- Les signes de vulnérabilité : un savoir expérientiel

Lors des observations réalisées et au cours des entretiens, les conseillers bancaires ont fait part de différents éléments qui, au cours des rendez-vous avec les clients, les incitent à la prudence dans la réalisation d’actes de vente. Ces éléments sont décrits comme les « signes » d’un défaut de capacité à prendre des décisions financières et à choisir de manière rationnelle et éclairée en tenant compte des caractéristiques des différents produits. Leur analyse montre que **le temps et l’expérience de la relation avec le client sont essentiels pour repérer la vulnérabilité, si l’on compte sur les banquiers pour le faire.**

Tout d’abord, **ces signes se révèlent dans l’interaction**, c’est-à-dire qu’ils sont liés à la manière dont le client se présente au conseiller bancaire. De plus, ils ont trait aux **rapports du client avec la gestion de son patrimoine**, et plus particulièrement avec ce qui est défini comme étant un comportement « normal » de gestion de fortune, dans le cas de la banque privée, lorsque l’âge avance. Ces signes, les banquiers ont appris à les repérer « sur le tas », c’est-à-dire au cours de leur parcours professionnel ou par les échanges avec des collègues plus expérimentés. **La détection des situations à risque repose ainsi sur des mécanismes de socialisation professionnelle**, qui construisent au fil du temps le savoir relatif aux normes de comportements des personnes vieillissantes. Il permet de repérer les écarts à la norme perçus comme problématiques et de développer les savoirs pratiques qui leur sont associés.

Cette définition expérientielle de la vulnérabilité repose sur le décalage entre, d’un côté, les pratiques et discours des personnes suspectées d’être en perte d’autonomie et, de

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

l'autre, les pratiques et discours normés des personnes âgées. Les observations sur le terrain et les entretiens auprès des conseillers bancaires comme de leur hiérarchie nous ont permis de faire apparaître la façon dont la socialisation bancaire définit une personne vulnérable. Les trois dimensions qui alertent les conseillers bancaires sont les suivantes :

- **La difficulté d'un client âgé à prévoir ses besoins et à anticiper sa dépendance future.** Dans ce cas-là, ses pratiques de gestion financière sont considérées comme peu raisonnables. La vulnérabilité est alors associée à de mauvaises décisions. Une des conseillères bancaires que nous avons contactées décrit ainsi le « *cas typique* » d'une personne vulnérable : « *C'est quelqu'un qui va acheter des fonds, et puis des fonds risqués en plus, alors qu'on sait bien qu'elle risque d'en avoir besoin bientôt pour payer ... je ne sais pas moi, une maison de retraite ou autre chose* ». (Extrait d'entretien avec une conseillère bancaire, le 9 juin 2020).
- **Des décisions allant à l'encontre de la protection de son patrimoine et entravant sa transmission.** Ainsi, les agents bancaires repèrent les personnes vulnérables par le biais des opérations de retraits d'argent conséquents qui leur semblent anormaux, ou encore au travers de la cession d'une assurance-vie allant à l'encontre des intérêts de préservation du patrimoine.
- **Des désordres de la communication et une dégradation des capacités,** qui peuvent s'exprimer de différentes manières : certains relèvent du registre langagier (quelqu'un qui s'exprime moins bien que d'ordinaire, qui semble moins bien comprendre ce qu'on lui dit), d'autres de l'apparence vestimentaire ou corporelle (un changement notable dans le soin apporté à ses vêtements ou à son hygiène). Dans cet ordre d'indices de vulnérabilité, les difficultés liées à la marche ou l'usage d'outils informatiques (ne plus savoir utiliser son téléphone portable ou ouvrir un email, quand ces pratiques ne posaient pas de difficultés préalables) sont également prises en considération. Bien sûr, pour mesurer cette dégradation des capacités, il importe de connaître ses clients et de les suivre dans le temps.

L'ensemble des établissements contactés lors des différentes phases de l'enquête qualitative confirme que la détection des situations de vulnérabilité repose sur le « *feeling* », le « *ressenti* »

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

ou encore le « *flair* »⁷¹ des conseillers bancaires. Dès lors, et alors qu'il n'existe que peu de dispositifs institutionnalisés de prise en charge du vieillissement au sein des établissements financiers, la détection de la vulnérabilité ne semble possible qu'à plusieurs conditions : il faut que les relations de face à face soient suffisamment fréquentes, et que les conseillers bancaires disposent de temps et de moyens nécessaires pour repérer les attitudes anormales de leurs clients. Ils doivent en effet pouvoir **disposer d'une connaissance fine des personnes et de leur environnement social et familial**. Ce type de rapport aux clients est favorisé par le contexte institutionnel propre aux banques privées.

Conseillère bancaire : « *Nous sommes une banque privée. Mes clients, je les ai en portefeuille depuis que je suis arrivée dans l'agence il y a 10 ans. Donc forcément, s'il y a quelque chose qui change dans leurs comportements, je vais m'en apercevoir. Et puis il faut ajouter qu'en principe, dans la très grande majorité des cas, on connaît toute la famille. Donc, on va aussi pouvoir très facilement trouver des relais pour pouvoir comprendre ce qui se passe et savoir s'il y a vulnérabilité ou non.* »

(Conseillère bancaire d'une banque privée, le 31 mars 2020).

À l'inverse, l'organisation du travail dans les banques de détail standard semble ne pas être favorable à la production d'une connaissance suffisante des clients et de leurs environnements pour que les conseillers soient en mesure de repérer le processus de perte d'autonomie. C'est ce que nous explique une conseillère bancaire ayant récemment quitté ce métier :

Conseillère bancaire : « *Les clients qui ne vont pas bien, on ne pouvait pas le savoir. Structurellement. On changeait souvent de portefeuille, donc les gens, je ne savais même pas qui c'était. Et puis de toute façon, quand on les reçoit en agence, on n'a pas le temps de discuter. Il fallait aller vite pour remplir les objectifs fixés, donc on ne peut pas vraiment savoir comment ça va. Mais ça reste des choses très sommaires. On ne connaît pas les gens* »

(Ancienne conseillère bancaire, banque de détail, 29 avril 2020).

Les banquiers privés semblent disposer de conditions plus favorables qu'en banque de détail pour repérer les signes de vulnérabilité. Pourtant, les observations menées au sein d'un

⁷¹ Ces verbatims sont issus des différents entretiens réalisés auprès d'établissements bancaires et d'intermédiaires financiers.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

établissement de ce type ont montré que cette activité est régulièrement entravée par des exigences liées aux impératifs professionnels des conseillers bancaires.

- Des banquiers mis en concurrence

La détection de la vulnérabilité demande du temps et une connaissance approfondie des clients, les activités quotidiennes des banquiers ne permettent pas toujours de réaliser ces tâches non immédiatement productives et non reconnues par les organisations. **Les contraintes de l'organisation du travail sont rarement aménagées pour les besoins des clients âgés et vulnérables.**

Les principes de rémunération ont été fixés par les règles de régulation du secteur financier. Ces règles devaient permettre de **supprimer les bonus individuels sur les ventes effectuées, identifiés comme l'une des causes des pressions à la vente** et décrits comme contraire à la protection des intérêts des clients. Part variable de la rémunération fixée en fonction de critères de performance et de résultats, les bonus ont représenté, par le passé, une part importante des salaires des agents bancaires. Le directeur d'agence d'une banque de détail revient pour nous sur l'évolution de la manière dont les rémunérations de conseillers bancaires ont été calculées :

*« Il y a eu une évolution des structures de rémunération. Moi, quand j'ai commencé en 2008, on avait non seulement des objectifs individuels mais aussi des rémunérations à l'acte. Donc, si on vendait un produit, on avait un nombre de points qui était convertible en euros et, tous les trimestres, on avait notre prime. Et donc, il y avait des choses assez scandaleuses. C'est-à-dire que sur le même type d'opération, un placement par exemple, vous aviez plus de points quand vous versiez sur des unités de compte que si vous vous le faisiez sur un PEL ou sur du fond en euros. Donc il y avait une incitation financière à pousser au risque. Donc, c'était relativement insidieux, parce que le conseiller qui voyait son propre intérêt, avait un intérêt tangible à pousser ses clients sur des unités de comptes, parce que ça pouvait lui rapporter. C'était du simple au double par rapport à un versement sur un support non risqué. Donc, c'était dégoûtant comme principe. Il y a eu une première évolution qui était de dire "pour le même type de besoin, on continue le commissionnement individuel à l'acte, mais on le rémunère de la même façon que ce soit du fond en euros, un versement sur un PEL ou un placement risqué, la commission sera la même". Donc, ça, ça a été la première étape.
C'était quand ?*

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

*Directeur d'agence : Autour de 2010 ou 2011. Les conséquences de la crise financière. (...) Donc ensuite deuxième palier, suppression des objectifs individuels sur la production commerciale et de la rémunération qui lui était directement liée. C'est 2014 ou 2015⁷². Donc suppression des objectifs individuels et de la rémunération à l'acte. Donc on n'est plus des marchands comme les autres. On vend de l'épargne de toute une vie souvent. C'est toujours bon de renforcer les règles et de montrer qu'on est vertueux »
(Directeur d'agence, banque de réseau, octobre 2021)*

Le système de rémunération a été particulièrement désigné comme étant propice à la survenue de mauvaises pratiques bancaires compte tenu des conflits d'intérêts directement en jeu. Ce point a fait l'objet de réformes successives. Dès 2005, le rapport présenté par Jacques Delmas-Marsalet relatif à la commercialisation de produits financiers⁷³, commandé à la suite des abus relevés lors de la bulle internet de la fin des années 1990, faisait le constat d'une pression à la vente subie par les salariés bancaires, souvent insuffisamment formés, et de la nécessité de réformer le calcul des rémunérations individuelles :

“Cependant, il doit être recommandé pour éviter un biais dans le conseil et, partant, des risques de ventes inadaptées :

- que la rémunération variable, lorsqu'elle existe, soit limitée à un pourcentage raisonnable du revenu et assise sur le plus grand nombre possible de produits et que le poids accordé à chacun dans ce calcul ne tienne compte que de sa plus ou moins grande difficulté de vente,*
- qu'à côté du volume des ventes, cette rémunération prenne en compte des éléments plus qualitatifs tels que l'évolution du portefeuille de clients ou les conditions de suivi de ceux-ci,*
- que l'évaluation des conseillers vendeurs soit établie en suivant les mêmes principes,*
- que des pressions excessives ne soient pas exercées sur les vendeurs à l'occasion des campagnes commerciales limitées à un produit déterminé.”*

Les réseaux bancaires sont donc invités à limiter la part variable des rémunérations afin de mieux garantir l'objectivité des conseils.

⁷² Le directeur d'agence fait certainement ici référence à l'application de la directive 2013/36/UE sur les rémunérations saines, qui stipule notamment que la politique de rémunération « ne devrait pas encourager la prise de risque excessive ».

⁷³ Delmas-Marsalet J., « Rapport relatif à la commercialisation de produits financiers », Rapport au Premier ministre, Paris, p. 10.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

Le rapport encourage également à davantage segmenter leurs clientèles et à y ajuster plus finement leurs produits.

Parmi les causes de ventes abusives ou inadaptées constatées dans un passé récent figure, en tout premier rang, la commercialisation par voie de campagnes axées sur la vente d'un produit que l'on cherche à placer auprès d'un maximum de clients, sans trop se soucier de son adéquation à leurs besoins (politique dite du « push product »).

Ces campagnes ont parfois été insuffisamment ciblées, ce qui a conduit à proposer le produit à des personnes pour lesquelles il n'avait pas été conçu. De plus, les ventes auxquelles elles ont donné lieu n'ont souvent pas été accompagnées d'un minimum de diagnostic qui aurait permis de prendre en compte la situation financière, les objectifs et l'horizon de placement ainsi que le profil de risque de l'acheteur. Elles l'ont été d'autant moins que s'exerçaient sur les vendeurs, parfois insuffisamment formés, des incitations fortes à réaliser le volume maximum de ventes, que ce soit par la voie d'un commissionnement assis sur ce volume ou par la prise en compte d'objectifs quantitatifs ambitieux dans l'évaluation des collaborateurs »

(Delmas-Marsalet J., « Rapport relatif à la commercialisation de produits financiers », op. cit., p.10)

À la suite des crises financières des années 2007 et 2008, l'Union européenne a encadré de manière plus stricte les bonus attribués au sein du secteur financier. La Commission Européenne, dans cette continuité, et au travers des directives MiFID 2 et DDA, a mis en place des corpus juridiques réaffirmant la primauté de l'intérêt du client : segmentation des produits, segmentation de la clientèle, information précontractuelle du client, meilleure connaissance du client et de ses besoins afin de lui proposer des produits adéquats et enfin transparence et encadrement des conflits d'intérêts, notamment liés à la rémunération. La fin des bonus individuels est aujourd'hui encore perçue par les acteurs de la Place comme un gage de probité de la finance, permettant de distinguer le secteur des autres formes de commerce et susceptible de renforcer la confiance des clients dans les pratiques de leurs banquiers, et donc de mieux commercer.

Alors que les bonus individuels n'existent plus en tant que tels, l'ensemble des entretiens et observations réalisées montre que la pression commerciale exercée sur les conseillers bancaires reste forte. Si les objectifs commerciaux individuels ont en effet disparu, des indicateurs individuels demeurent, qui mesurent par exemple la complétude des dossiers clients, le nombre de rendez-vous effectués par semaine, les rendez-vous programmés pour la semaine suivante,

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

les capitaux collectés ou encore le nombre de questionnaires MIF remplis chaque mois. Toutefois, ces indicateurs paraissent moins prioritaires, aux yeux des agences bancaires, que **les objectifs commerciaux, qui ne sont plus calculés par conseiller mais par secteur**. Ce changement, censé éviter les conflits d'intérêt, réactive, d'une autre manière, les pressions commerciales contre lesquelles il était censé lutter. Les objectifs collectifs se déclinent en effet ensuite à l'échelle individuelle, chaque conseiller devant contribuer individuellement à la réussite des objectifs commerciaux collectifs.

Ces contributions individuelles aux objectifs collectifs sont mesurées et occupent une large part du quotidien au sein des agences, révélant la tension au cœur de l'activité bancaire : un commerce d'argent encadré par une réglementation très stricte, du fait de son rôle social majeur et de la volonté des pouvoirs publics de s'assurer du respect de l'intérêt des clients. Les discussions entre collègues abordent régulièrement ce sujet. Les stratégies des uns et des autres pour parvenir à « boucler son année », les résultats de la semaine et les objectifs à atteindre pour le mois en cours sont souvent affichés dans les salles de pause et les salariés bancaires consultent régulièrement les tableaux récapitulatifs des activités de leur secteur, où l'activité de chacun est listée et visible de tous.

Ces objectifs, même s'ils ne sont pas individuels, orientent le travail des conseillers. Ils reçoivent quotidiennement des messages contenant les résultats des semaines précédentes et les objectifs de celles à venir, avec des classements entre agence et entre agents. Ces pressions structurent leurs choix d'activité : les clients susceptibles d'être intéressés par les campagnes en cours sont sollicités en priorité ; les activités non comptabilisées dans ces campagnes, et, dès lors, dans les bonus annuels, sont jugées au mieux secondaires, voire gênantes.

Cette place que prennent les objectifs commerciaux est susceptible de créer des tensions au sein des équipes. Chacun devenant un maillon de l'atteinte des objectifs (et donc du montant de la prime de ses collègues), la solidarité qui pourrait naître de cette interdépendance peut se transformer au contraire en compétition et nourrir inimitiés et reproches à l'égard de l'attitude des autres collègues.

Plus ou moins supportable, cette ambiance suscite dans toutes les agences de la banque privée au sein de laquelle l'ethnographie a été réalisée, mais aussi - et a fortiori - dans les banques de

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

détail, un fort sentiment de mal-être au travail. Le sentiment de « *courir tout le temps* »⁷⁴, « *de ne jamais faire assez bien* », « *d'être tout le temps, tout le temps jugé* » est partagé par nombre des banquiers des établissements dans lesquels l'enquête s'est déroulée. **Ce sentiment exerce des effets concrets, non seulement sur l'ambiance au travail, mais aussi sur la stabilité des équipes.** Les statistiques de l'Observatoire des métiers de la Banque montrent ainsi que le taux de démission est en augmentation dans les établissements du secteur. L'étude publiée l'an dernier et portant sur la période avant COVID, pointait ainsi les chargés de relation clients particuliers. En 2017, cette population a constitué 22,6 % des départs de CDI. Or, près de la moitié (47,9 %) étaient le fait de démissions⁷⁵. **Cette instabilité des équipes complique la détection de la vulnérabilité, alors que la perception des changements dans le comportement des seniors nécessite du temps et des interactions stables.**

Quels sont les effets de cette organisation du travail sur la clientèle de personnes âgées ? D'abord, sous la pression à la vente, les conseillers ne prennent pas toujours le temps nécessaire pour découvrir les besoins du client et s'assurer que toutes les informations ont bien été transmises et comprises. Pour les personnes âgées qui peuvent rencontrer des difficultés d'audition par exemple, ou une compréhension un peu moins rapide que des personnes plus jeunes, cela peut se traduire par des ventes inappropriées. Plus globalement, ces clients présentent des caractéristiques qui s'accommodent mal d'un tel contexte : elles peuvent se montrer plus anxieuses, exprimer de l'incompréhension parfois, mais aussi des attentes venues d'un monde jugé révolu, où les interactions marchandes impliquaient davantage de sociabilité et de temps passé entre vendeurs et clients. Ces difficultés viennent potentiellement ralentir la cadence de production des conseillers. Cela peut les conduire soit à négliger de détecter des situations de pertes de capacité, soit, si cette détection est effectuée, à ne pas savoir qu'en faire, ne disposant ni du temps, ni de la formation, ni de consignes précises pour agir.

- Modernisation des agences et isolement croissant des conseillers bancaires

La détection de signes de vulnérabilité demande une connaissance fine des clients et de leurs comportements, notamment pour identifier d'éventuels changements qui pourraient alerter.

⁷⁴ Cet extrait, et les suivants, proviennent d'entretiens réalisés avec des banquiers d'une banque de détail, décembre 2021.

⁷⁵ Observatoire des métiers de la banque, *Les métiers-repères de la banque. Contours*, Paris, 2017.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Cette connaissance suppose du temps, mais aussi **de nombreuses occasions d’interactions avec les clients repérés comme fragiles**. Or, nos enquêtes ont révélé plusieurs difficultés : un fort *turn-over* des conseillers, qui empêche la connaissance au long cours de la clientèle ; une réduction régulière de l’accueil physique des clients, en raison de la diminution du nombre d’agences et du personnel d’accueil ou des transformations architecturales des agences, destinées à limiter les interactions de face à face dans des bureaux pour accélérer les échanges. Ces évolutions de fond sont anciennes - l’enjeu de l’accueil en agence se pose depuis la bancarisation de la fin des années 1960, et a fait l’objet de vagues de modernisation successives (Lazarus, 2012). L’idée du multicanal est présente depuis les années 1980 et l’invention du minitel. Internet et les *call centers* l’ont renforcée, même si la France a augmenté son nombre d’agences jusqu’au début des années 2010 quand ses voisins européens les fermaient en masse. Comparativement à la moyenne des pays européens (hors Luxembourg), les réseaux bancaires français sont deux fois plus denses. La France comptait 545 agences par million d’habitants en 2020, alors que la moyenne européenne s’établit à 285 agences par million d’habitants⁷⁶. La baisse du nombre d’agences est extrêmement rapide partout en Europe, assortie d’une digitalisation croissante. Dans les pays comme le Royaume-Uni ou les Pays-Bas, dont la densité d’agences est particulièrement faible, le conseil financier est loin d’être le monopole des banques, de nombreux services indépendants sont disponibles, au moins pour les clients disposant de patrimoines importants.

En France, le maintien d’un nombre d’agences élevé s’est accompagné d’une évolution de leur implantation vers les zones aux clientèles les plus fortunées. Les salariés sont invités à se concentrer sur les actes à “valeur ajoutée”, c’est-à-dire des actes de commercialisation de produits financiers. En parallèle, des automates ont été installés massivement depuis une vingtaine d’années et l’accueil physique est de plus en plus limité. Une accélération de ces transformations est en cours, avec une nouveauté depuis une dizaine d’années : la fermeture des agences et leur regroupement (selon le site Moneyvox, la France comptait 41 800 agences bancaires en 2010, 38 100 en 2020 dont environ 6 000 agences postales⁷⁷), sous les effets conjugués de la baisse de fréquentation des agences et de la baisse de la souscription des

⁷⁶ Chiffres de Sia Partners.

⁷⁷ <https://www.moneyvox.fr/banque/actualites/84455/exclusif-habitez-vous-dans-un-desert-bancaire>

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

produits lors ou à la suite de rendez-vous, portées par la montée en charge des outils dématérialisés.

Les agences les moins fréquentées et les moins rentables – qu’elles soient situées sur des zones peu denses, proches d’une autre agence, dans des quartiers à la clientèle peu rentable, etc. – sont fermées. Ces fermetures s’accompagnent de la **refonte des modèles de contact avec les clients**. Les personnels d’accueil sont regroupés dans une agence centrale, les conseillers bancaires se déplaçant alors d’agences en agences en fonction des besoins des clients. Les lieux d’accueil sont digitalisés pour que les clients gèrent eux-mêmes leurs comptes et réalisent les opérations courantes en toute autonomie. Le directeur d’une agence de l’ouest de la France que nous avons observée au cours de notre enquête expose ainsi la nouvelle « *doctrine de contact client* » qui a transformé la répartition du travail au sein des agences, **la modernisation des modes d’accueil des clients allant de pair avec une redéfinition de la division du travail :**

« Directeur d’agence : On est passés à du multisite et du multicanal. L’idée c’est qu’on a une agence centrale, le cœur de la machine c’est ici, à XXX. Et on a trois antennes dans lesquelles on se rend pour les rendez-vous client, avec quelques ouvertures tout venant, mais on essaie de réduire au maximum. (...)

Q: Ça sert à quoi ?

Directeur d’agence : Ça sert à regrouper les forces et à les utiliser à bon escient surtout. Ça ne sert à rien qu’un conseiller fortement diplômé soit dans une agence tout seul à recevoir trois clients jour. Utilisé à bon escient, le conseiller peut être ici le matin, je le mets d’accueil, et, l’après-midi, il va à X faire ses rendez-vous, et là, il pourra bosser à la hauteur de ses compétences. (...) On fait de l’accueil volant, tour à tour, les conseillers ont des demi-journées d’accueil. Ils sont dans leurs bureaux le matin, à faire leur mailing ou autre, et quand ils voient quelqu’un entrer, ils lui demandent pourquoi il vient. L’après-midi c’est sur rendez-vous.

Q: Pourquoi vous ne faites que du rendez-vous ?

Directeur d’agence : C’est plus rentable. Parce que ce qui plombe nos chiffres, c’est la banque au quotidien, comme faire les retraits et les virements des personnes âgées, ça il faut que ça passe par du numérique. Les compétences de nos banquiers, on les préserve pour des opérations complexes.

(Directeur d’agence d’une banque de réseau, septembre 2021)

La volonté de limiter le temps de travail consacré aux opérations courantes n’est pas une nouveauté, mais les évolutions récentes renforcent l’exigence d’autonomie envers les clients,

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

en supprimant les agents spécifiquement dédiés à l'accueil, qui, en cas de besoin, accompagnaient les clients auprès des automates. On repère également dans cet entretien une figure récurrente que les banques cherchent depuis fort longtemps à éviter : celles des personnes âgées venues effectuer des opérations courantes – qui transitaient par des guichets physiques jusqu'aux années 2000 – et qui sont jugées comme dilapidant le temps précieux des conseillers « fortement diplômés », surtout si ces clientes et clients souhaitent en profiter pour échanger quelques mots.

Ces évolutions posent deux ordres de problèmes dans la détection des signes de vulnérabilité. Tout d'abord, **si les conseillers bancaires interviennent moins sur les actes quotidiens de gestion des comptes, les contacts avec les personnes vieillissantes deviennent moins fréquents**, ce qui complique la possibilité de détecter les évolutions comportementales du client, surtout dans des situations de fort *turn-over*. En outre, la raréfaction des personnels d'accueil complexifie la mesure des changements qui surviennent chez les clients âgés et des difficultés qu'ils rencontrent. **Les conseillers bancaires se retrouvent ainsi seuls face à leurs clients et la gestion de situations parfois complexes.**

« Au travers des mailles du filet » : quand les modes d'organisation produisent un relâchement des possibilités de détection de la vulnérabilité

La détection des personnes vieillissantes pour lesquelles la vente de produits financiers peut s'avérer problématique est essentiellement fondée sur le savoir expérientiel des banquiers. Pour se constituer, ce savoir demande de disposer de temps et de bien connaître ses clients. Plusieurs dimensions organisationnelles le contraignent :

- **L'encadrement des activités financières par des objectifs commerciaux** qui produisent des cadences de travail ne permettant guère de prendre le temps pour traiter des dossiers perçus comme complexes. La contrainte exercée par les objectifs peut conduire à traiter les dossiers trop rapidement ou encore à ne pas s'assurer que les clients aient bien compris.
- L'organisation bancaire est marquée par des **taux de turnover importants**. Cela limite les possibilités de suivre un portefeuille sur le temps long.

- La modernisation des accueils conduit à un **relâchement des interactions quotidiennes avec les clients**, réduisant de fait les occasions de repérer les signaux d’alerte éventuels.

B. Hiérarchisation et classements informels de la clientèle

Dans ces modes d’organisation bancaires, **les seniors ne sont pas toujours perçus par les conseillers comme les plus valorisants**. Comme dans de nombreuses institutions, il existe en effet des clients plus ou moins appréciés par les personnes de terrain. Nous cherchons ici à caractériser ceux qui sont jugés comme attractifs et qui, de ce fait, concentrent une part plus importante du temps des conseillers bancaires et des moyens organisationnels. S’il faut du temps et de l’attention pour percevoir qu’un client n’est plus en état d’établir une relation commerciale avec un établissement financier, la capacité des conseillers bancaires à détecter ces situations problématiques n’est pas homogène. L’attention portée aux clients diffère en fonction des manières de percevoir l’autre, les conseillers bancaires accordent de manière privilégiée leur temps et leur attention à certains clients, et hésitent à le faire avec d’autres. Il est donc important d’interroger les conditions de cette détection différenciée de la vulnérabilité (mieux détectée chez certains clients que chez d’autres), et d’interroger la dimension individuelle et/ou collective du regard porté sur les différentes clientèles. Afin de repérer ces **mécanismes de la valence différentielle de l’attention portée au client**, nous nous appuyons sur les observations réalisées au cours d’entretiens entre des conseillers financiers et leurs clients, ainsi que sur les discours des conseillers bancaires sur les personnes vieillissantes perçues comme vulnérables.

- Les seniors vulnérables, une définition par les pratiques

Avant de questionner les modalités de traitement des clients vieillissants, revenons sur la manière dont cette catégorie est définie dans le discours des conseillers, sur le terrain, au sein des établissements. **La définition du groupe des seniors n’est pas complètement stabilisée dans le discours des agents bancaires**. Souvent, la référence aux 85 ans et plus est mobilisée, en référence aux doctrines de la Fédération française des assurances (FFA) en matière de commercialisation des assurances-vie. De la même manière, il existe peu de définitions

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

institutionnelles des seniors. **Les procédures ne font globalement pas état de l'âge des clients.** Seules quelques mentions concernant des restrictions de vente aux plus de 85 ans existent, notamment concernant la commercialisation de produits structurés. Leur vente n'est alors pas interdite, mais soumise à une validation préalable par la hiérarchie. Dans ce cas, la notion d'âge est mobilisée au service de la protection de la clientèle.

Si les seniors ne sont pas un groupe formellement défini, l'analyse des pratiques des conseillers bancaires permet d'entrevoir la construction informelle, en pratique, du vieillissement. De manière générale, **les clients vieillissants font partie des catégories avec lesquelles les conseillers financiers hésitent à entretenir des relations commerciales**, en raison, tout d'abord, des risques qu'ils leur font potentiellement courir et ensuite, dans le cas de la gestion de patrimoine, parce que ces clients ne correspondent pas à l'image que les conseillers ont pu se faire de leur future clientèle :

- La première justification donnée par les conseillers tient à leurs appréhensions des « risques » à nouer des relations commerciales avec des clients dont la validité du consentement pourrait être ultérieurement contestée. Les opérations financières réalisées avec ces clients sont considérées comme porteuses de risques juridiques (être poursuivi en justice pour défaut de conseil), réputationnels (apparaître comme un établissement profitant de la faiblesse de ces clients) et commerciaux (perdre des parts de marché et notamment provoquer le départ des héritiers)⁷⁸.
- La seconde explication du désintérêt, voire de la réticence de certains conseillers à travailler avec la clientèle âgée vient du fait que les conseillers en gestion de patrimoine, surtout les plus récemment recrutés, ont une **représentation relativement stéréotypée de la gestion de fortune**, considérant que le client patrimonial type est un homme actif, en général un chef d'entreprise, plutôt jeune, avec lequel il sera possible de monter des opérations financières techniques et complexes. Le senior, en particulier si c'est une femme, et que son argent, à tort ou à raison, est perçu comme hérité de son mari, est à l'inverse perçu comme un client prudent, anticipant son éventuelle dépendance, préparant la transmission de son patrimoine et dont les actes commerciaux sont

⁷⁸ Pour plus de précisions, se référer au I.C. de ce rapport.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

relativement peu diversifiés. **Les seniors sont considérés par ces banquiers privés comme n'étant pas au cœur de leur activité professionnelle.**

Le client vieillissant est ainsi défini non pas par ses propriétés intrinsèques, mais de manière relationnelle, c'est-à-dire par comparaison avec d'autres types de clients. Le vieillissement devient alors une question de différence à la norme, et notamment à la norme des pratiques commerciales.

- Un accueil différent des clients âgés ?

Alors que les caractéristiques des clients âgés ne sont pas toujours en adéquation avec la représentation qu'ils se font de leur métier, comment les conseillers les accueillent-ils ? Certains disent apprécier travailler auprès de cette clientèle, pour l'aspect « humain » de la relation commerciale :

« Moi, j'aime bien m'occuper des petites mamies, ça change. On fait du social, mais moi, je trouve ça touchant. Je pense à ma grand-mère. Et puis quand même, à 80 ou 85 ans, ils en ont vécu des choses, alors y a un échange qui se noue, une forme d'échange. C'est ça aussi, les petits vieux, c'est vraiment du relationnel à fond, et moi, j'adore ça ».
(Conseillère bancaire d'une banque privée, novembre 2021).

Ce qui semble donc définir les pratiques commerciales à destination des clients vieillissants, dans la représentation des conseillers, c'est la part plus importante des engagements relationnels. Ce renversement de l'ordre organisationnel représente, pour certains conseillers bancaires, l'occasion de « faire une pause » ou de « prendre le temps », et même de « faire du social », alors même que leur quotidien est marqué par des formes plus ou moins directes de pression commerciale. Une autre source de valorisation des pratiques commerciales auprès des clients vieillissants est la possibilité d'échanger sur leurs histoires de vie, et, dans certains cas, de pouvoir y avoir un rôle valorisant, notamment dans les cas d'isolement des personnes âgées. C'est notamment ce que nous explique une conseillère bancaire d'une banque privée.

Conseillère bancaire : « J'aime bien aller chez les personnes âgées. Déjà, ça me fait une pause, parce que quand je vais chez eux, on boit un café. Et puis j'en ai quelques-uns, ils ont de belles histoires à raconter. J'aime bien les écouter, au fond, ce sont des plongées dans l'histoire de la France, ça me plaît. Et puis, on a de sacrées relations avec certains. Ils ne voient plus beaucoup de monde, les enfants et

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

petits-enfants sont loin, alors on sent qu'on a une place bien particulière, et qu'ils sont contents de nous voir »
(Conseillère bancaire, banque privée, novembre 2021).

Les clients âgés peuvent ainsi être présentés comme des clients différents des autres, avec lesquels une relation moins commerciale, plus humaine et affective pourrait être nouée. Les conseillers semblent comme mettre en suspens un certain nombre de leurs réflexes (exigences de rapidité, de rentabilité, etc.) lorsqu'ils ont affaire à cette clientèle. Cet engagement relationnel peut sembler propice à la détection de pertes de capacités des clients, au repérage de leurs besoins spécifiques, voire à l'identification de leurs difficultés à produire un consentement éclairé. Mais il peut aussi être la source – car le jugement, en ces circonstances, s'avère peu normé – de forts écarts de traitement des clients.

- Les critères informels de classement des clients vieillissants

L'engagement relationnel des conseillers auprès de leurs clients âgés dépend non seulement de l'âge de leurs clients, mais également des propriétés sociales de ces derniers et des rapports à la gestion de fortune de ces clients. Les conseillers bancaires hiérarchisent les clients, et modulent la relation qu'ils entretiennent avec eux, en fonction de plusieurs paramètres.

Le premier paramètre, qui n'est pas propre aux clients âgés, est celui du montant des liquidités disponibles. Plus les montants sont importants, plus le conseiller sera en mesure de faire de la diversification, de vendre des produits, et de remplir ses objectifs de Produit net bancaire (PNB).

Toutefois, ce critère ne suffit pas en lui-même, nos entretiens nous ont montré que les conseillers bancaires portent des jugements sur les capacités des clients et l'intérêt à leur porter, en fonction de leurs coordonnées sociales et d'une dichotomie classique entre les clients jugés installés dans des positions sociales supérieures, perçus comme ayant un réseau d'influence, et des clients perçus comme ayant une fortune récente, moins importants car apportant moins de prestige à la banque, même s'ils ont un patrimoine conséquent.

Un troisième paramètre important est davantage relationnel : les clients auxquels les conseillers bancaires portent le plus d'attention sont ceux avec lesquels les relations sont les plus fluides.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Il s'agit de clients qui acceptent les propositions commerciales, voire qui consentent à une certaine « remise de soi financière ». La gestion sous mandat est l'outil financier de cette remise de soi, mais parfois, sans qu'elle ne soit adoptée, les clients suivent les recommandations de leur conseiller sans vraiment les interroger ou se contentent de signer les papiers qui leur sont tendus en affirmant explicitement faire « confiance » à leur banquier. Pour les conseillers bancaires, ces clients sont plus « faciles », prennent moins de temps que des clients qui posent davantage de questions. L'extrait d'observation suivant est intéressant à ce titre :

Le client demande des explications sur la composition du fonds conseillé : « *Y a quoi dans ce fonds ? C'est pas que je vous fais pas confiance, mais c'est par curiosité.* »

Conseiller bancaire : « *Mais vous avez tout à fait raison, Monsieur. Je vous montre, tenez.* »

Le conseiller bancaire sort alors une brochure et explique en détail la composition du fonds au client. Il lui propose de garder la brochure, puis passe l'ordre. À la fin du rendez-vous, le conseiller bancaire m'explique que ce client est quelqu'un qui a une grande habitude de la bourse, et qui aime bien suivre de près l'évolution des taux. Il pose donc régulièrement des questions. « *Il demande, mais au final, il signe, donc ça va.* »

(Extrait du carnet d'observation, compte rendu ethnographique d'un rendez-vous client en Banque privée, novembre 2021).

La précaution oratoire du client (« ce n'est pas que je ne vous fais pas confiance ») est ici intéressante. Elle rend sensible la double dimension de la relation nouée avec le conseiller. Dimension humaine, conduisant à distinguer le produit de la personne qui le vend. Et dimension commerciale, invitant à se centrer sur le produit proposé. La situation de vente mêle les deux. La réaction du conseiller est également à noter : il sait qu'un client posant beaucoup de questions auxquelles une réponse ne serait pas apportée exposerait son interlocuteur au risque d'un refus de signature, et que les rendez-vous pourraient se transformer en temps commercial perdu. On comprend dès lors que les conseillers préfèrent traiter avec des clients qui se reposent sur leur expertise plutôt qu'avec des clients anxieux ou des clients qui demandent des délais de réflexion.

L'avancée en âge peut avoir ici deux effets contradictoires : la première est un détachement vis-à-vis de ces questions, une forme de déprise (nous reviendrons sur ce terme plus bas), qui, lorsqu'elle est excessive, peut conduire à un manque de vigilance du client et des risques de

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

ventes inadaptées ; la seconde est au contraire une anxiété accrue associée à des difficultés de compréhension, et des clients qui sont vus par les conseillers comme demandant beaucoup de temps pour un résultat commercial incertain.

Comme tous les clients, les clients âgés sont appréhendés par les conseillers bancaires au prisme de leurs propres rationalités de travail, administrative et économique. Les clients doivent s'inscrire dans le flux du travail et permettre aux conseillers bancaires de remplir les objectifs donnés par leur hiérarchie. Des différences importantes méritent d'être soulignées entre les banques de détail et la gestion de patrimoine, car le PNB n'y est pas acquis de la même façon. En gestion de patrimoine, le PNB repose sur les montants placés et les opérations accomplies, tandis qu'en banque de détail, surtout lorsque les clients ont peu de patrimoine, le PNB repose sur les opérations, sur les moyens de paiement et sur les frais. Les clients qui prennent trop de temps sont souvent moqués voire fuis, soit qu'ils manquent d'autonomie, qu'ils ne comprennent pas assez vite ou ne fournissent pas les documents nécessaires, soit qu'ils sollicitent trop les conseillers dans la réalisation des processus financiers (en appelant trop régulièrement leur conseiller, en venant fréquemment au sein des agences pour demander des conseils ou de l'aide). Ils sont alors décrits comme trop coûteux et désajustés aux réalités professionnelles. Cela est encore plus vrai en banque de détail, quand les clients ne disposent pas de patrimoine.

Un dernier paramètre apprécié par les conseillers est la capacité des clients à utiliser les outils numériques : les banques ont beaucoup développé ces usages, permettant de signer des documents à distance, mais une partie des clients, et notamment les plus âgés d'entre eux, ne souhaitent pas les utiliser ou ne parviennent pas à s'en servir correctement.

L'ensemble de ces critères crée une hiérarchie entre les clients, depuis ceux qui sont jugés par les conseillers comme « à soigner », soit qu'ils aient un patrimoine financier très important, soit qu'il soit aisé de traiter avec eux, parce qu'ils comprennent vite, posent peu ou pas de questions et acceptent les propositions qui leur sont faites, jusqu'à ceux au contraire qui sont fuis, car ils prennent du temps, de l'énergie lorsqu'il faut argumenter pour défendre une proposition commerciale ou prendre le temps d'expliquer longtemps à une personne qui ne comprend pas tout. Les échanges avec eux sont plus incertains au sens où les rendez-vous n'aboutissent pas toujours à la souscription de produits financiers et donc à la réalisation d'objectifs professionnels. Ce qui nous intéresse ici est d'observer les effets de cette hiérarchie implicite

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

sur le traitement des clients âgés. Ceux qui sont repérés comme étant des clients moins intéressants sont donc ceux qui, en raison de contacts moins fréquents et donc de la moindre attention que leur portent les conseillers, ont le plus de probabilité d'échapper à la vigilance des banquiers si leur capacité à commercer vient à se dégrader. Si cette situation n'est pas problématique en l'absence de souscription de nouveaux produits, elle peut le devenir si les besoins évoluent, nécessitant de revoir la nature ou la diversité des placements (les rendre plus liquides, par exemple).

À l'inverse, les clients jugés plus intéressants risquent parfois d'être davantage sollicités pour des propositions commerciales, qui peuvent parfois être bénéfiques pour leur épargne mais qui sont aussi, dans certains cas d'abord destinés à remplir les objectifs de diversification et de PNB imposés aux conseillers.

Ainsi, les clients jugés moins intéressants seraient moins protégés mais moins exposés, tandis que les clients jugés intéressants seraient plus protégés mais plus exposés.

Les pratiques bancaires informelles d'identification et de classement des clients âgés

Les seniors ne représentent pas un groupe formellement identifié au sein des établissements financiers, en dehors de références allusives au seuil de 85 ans dans certains textes et discours. Cette faible institutionnalisation autorise les conseillers bancaires à proposer leur propre catégorisation.

Les clients âgés sont perçus comme représentant plusieurs risques (juridique, réputationnel, commercial), qui n'entraînent pas les mêmes effets. Les deux premiers poussent à la prudence lors de la commercialisation des produits financiers auprès de ce public, quand le dernier incite à favoriser la recherche de rentabilité des placements :

- Risque juridique : éventuelles poursuites pour abus de faiblesse.
- Risque réputationnel : mauvaise image liée à une éventuelle dénonciation publique de ventes inadaptées.
- Risque commercial : fuite des clients patrimoniaux âgés en cas de non-satisfaction au regard des résultats obtenus, dans un contexte de concurrence accrue.

Les classements informels des clients sont liés à la facilité avec laquelle les interactions avec eux s'inscrivent dans le flux du travail et permettent de réaliser les objectifs imposés par la

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

hiérarchie bancaire. Les clients les plus intéressants pour les banquiers cumulent un patrimoine important et une forte acceptation des propositions qui leur sont faites ; ce sont les clients chez lesquels la vulnérabilité peut être détectée le plus facilement, mais qui sont également exposés à un risque plus important en raison d'une pression commerciale accrue.

Globalement, les conseillers bancaires ne disposent pas d'un modèle relationnel spécifique pour interagir avec les clients âgés mais ils demandent à cette clientèle, aux besoins et aux pratiques différents des autres clients, de s'adapter à leurs modes d'interaction plutôt que de lui proposer un service spécifique.

C. Comment commercent les seniors ? Les méandres de la qualification du “consentement éclairé”

Si les possibilités de détection des cas potentiels de vulnérabilité sont socialement distribuées, la prise en compte de la capacité des clients vieillissants à s'engager dans une relation commerciale est un exercice que les conseillers bancaires décrivent tous comme complexe et délicat. Les observations et entretiens menés permettent d'en préciser les contours et les différentes dimensions. L'activité de détection repose sur l'évaluation de la solidité du consentement du client, et, dès lors, de la validité des engagements pris par celui-ci, via sa signature notamment. Les conseillers doivent repérer ce qui, dans le comportement du client, pourrait donner le sentiment que le consentement n'est pas libre et éclairé, dès lors que ce consentement n'en est pas un. L'enjeu est donc la qualification du consentement, source de tensions et d'incertitudes.

- La production du consentement : l'avis des acteurs de la protection des consommateurs

Pour commencer l'examen de ces processus de qualification, nous proposons de plonger dans les analyses produites par les associations de consommateurs. Ces associations décrivent les personnes vieillissantes comme **fragilisées par le besoin de lien social et de reconnaissance**. La famille et l'entourage sont vus comme une source de danger potentiel :

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Chercheure : « *Comment une personne âgée devient vulnérable, selon vous ?*

Responsable associatif : *Nous, ce qu'on voit des situations qui remontent du terrain, c'est que les personnes âgées, c'est des gens qui ont besoin de lien social et qui sont prêts à tout accepter pour maintenir ces liens. Et surtout avec la famille. Donc, ils sont « prêts » à se faire spolier, si c'est la condition pour que leurs enfants prennent un peu des nouvelles. (...)*

Chercheure : *Donc, ils deviennent vulnérables à cause de leurs enfants ?*

Responsable associatif : *Il ne faut pas généraliser, mais on voit souvent le cas. C'est-à-dire qu'ils sont tellement insécurisés, qu'ils acceptent des choses qui vont contre leurs intérêts »*

(Responsable associatif, avril 2020).

Le rôle de l'entourage familial est également pointé par la médiatrice de la Fédération bancaire française (FBF) dans son rapport annuel daté de 2020. Elle y expose les problèmes que causent les proches des personnes âgées vulnérables, qui abusent des prérogatives liées à la procuration ou encore des possibilités offertes par le développement des offres numériques.

« Je remarque que les dossiers concernant les personnes vulnérables – mineurs comme personnes âgées – continuent de progresser (...) L'accès incontrôlé (incontrôlable) aux services de banque en ligne par les proches de ces clientèles ou par leurs connaissances, avec des dégâts parfois considérables (vidages de livrets des enfants lors des séparations, utilisations des opérations en ligne par les proches des personnes âgées, etc.) reste un sujet de préoccupation »

(Le médiateur. Le service de médiation auprès de la Fédération bancaire française, *rapport d'activité 2020*, FBF, p. 5)

Les interactions avec les établissements bancaires sont également un sujet de vigilance pour les associations de consommateurs. Selon elles, le besoin d'entretenir des liens sociaux pourrait conduire certaines personnes âgées à accepter sans compréhension ou réflexion suffisantes des propositions de conseillers bancaires. Quand il se produit, ce processus est d'autant plus problématique qu'il se déroule dans le cadre d'un rapport inégalitaire, plaçant la personne âgée face à un interlocuteur perçu comme sachant ce qu'il y a de mieux à faire et qu'il conviendrait d'écouter. Même lorsque le consentement est valide juridiquement, il est possible, dans ces cas-là, de s'interroger sur la qualité du conseil et l'adéquation entre les besoins des clients et certains produits qui leur sont proposés. Les personnes peuvent même se trouver dans une situation extrême d'abus de faiblesse, qui invalide le consentement.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Responsable associatif : « *On en voit régulièrement, des personnes âgées qui préfèrent dire oui à leur conseiller financier pour ne pas se fâcher avec eux et garder du lien. Tiens, l'autre jour, j'ai eu le cas en permanence. Une dame qui m'expliquait que son père avait souscrit à une assurance-vie. Elle a trouvé les papiers sur la commode du salon, elle a demandé à son père ce que c'était, et il a répondu qu'il ne savait pas. En fait, il avait signé des papiers à la banque, et d'après sa fille, uniquement pour faire plaisir à son conseiller. Ce monsieur est très seul, ses enfants habitent loin, ses amis sont presque tous morts et enterrés. Sa vie sociale se résume à pas grand-chose, donc dès qu'il y a un lien avec quelqu'un, il y tient tellement qu'il est prêt à tout pour le conserver* ».

(Responsable d'une association de consommateurs, avril 2020).

L'isolement et le besoin de liens sociaux sont décrits comme des situations exposant les personnes âgées à consentir à certaines actions, parfois presque malgré eux. Cela peut concerner entre autres, des actes de souscription de produits financiers. Il peut être observé un glissement subtil, **avec un consentement qui ne s'exprimerait pas à l'égard du produit financier, mais serait l'expression avant tout d'un assentiment donné à la personne qui le propose, afin de garantir la pérennité du lien noué avec cette dernière. Tout le professionnalisme du conseiller nécessite alors d'être mobilisé pour mieux détecter ce comportement risqué.**

- À quoi consent le client ? Tensions et incertitudes relatives à la détermination du consentement éclairé

Ces mécanismes, soulignés par les associations de consommateurs, fournissent des indications sur les raisons pour lesquelles les situations de vulnérabilité sont particulièrement complexes à démêler. Les enjeux des relations inégalitaires dans lesquelles se trouvent certains seniors en situation de vulnérabilité se retrouvent dans les récits des conseillers. Ils permettent de préciser les conditions dans lesquelles ces rapports asymétriques émergent : il s'agit des situations dans lesquelles le client vieillissant, confronté à **l'isolement, voire à la solitude, est conduit à surinvestir certains liens sociaux.**

Conseiller bancaire : « *L'isolement des personnes âgées, franchement c'est quelque chose que j'ai découvert, parce qu'on ne s'y attend pas forcément. Elles peuvent avoir des héritiers et tout, ça n'empêche pas, mais dans leurs vies, elles ne voient personne. Le nombre de clients qui n'ont que le médecin et la banque comme relation dans leur semaine, c'est incroyable. Tiens, l'autre jour, j'avais une dame en rendez-vous. Elle a deux filles, mais elle est fâchée avec elles. Elle refuse de les voir*

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

pour Noël, elle leur fait croire qu'elle est invitée chez des amis en ville pour qu'elles ne viennent pas chez elle, alors que ça n'est pas vrai, elle n'a plus d'amis, ils sont tous morts. Du coup elle est seule, et elle s'est prise d'amitié pour un voisin, qui est plus jeune. Il s'occupe un peu d'elle, il fait les courses. En échange, elle lui paie des trucs. Pour des belles sommes quand même, des fringues, un téléphone. Bon. C'est triste, mais elle achète de l'affection, je sais bien. Mais je fais quoi moi, je sors les drapeaux et je lui dis qu'elle est en train de se faire rouler ? Et après quoi ? Elle se retrouve vraiment toute seule ? »

(Conseiller bancaire, Banque privée, département de l'ouest de la France, septembre 2021).

Le discours de ce conseiller bancaire met en exergue la complexité des situations d'isolement et sa difficulté à se positionner face à des situations jugées délicates. **L'isolement des clients pourrait ainsi être un critère de vigilance accrue** pour les conseillers, voire d'exigence d'un deuxième regard. Ces situations sont décrites par tous les conseillers bancaires exerçant en Banque privée que nous avons rencontrés, mais également par les agents des banques de réseau ou encore par les conseillers en gestion de patrimoine. Ces situations créent des incertitudes sur la manière dont le consentement des personnes vieillissantes peut être repéré et interprété. C'est un fort sujet de préoccupation des conseillers. Certains points méritent toutefois d'être soulignés :

- Ce n'est pas parce que les choix faits par le client ne vont pas dans le sens de son intérêt économique que le consentement du client n'est pas libre et éclairé.
- Il est en revanche essentiel que :
 - Le client soit bien informé et comprenne les informations données ainsi que le produit.
 - Le professionnel apporte un niveau de qualité relatif au service d'investissement fourni (MIF ou DDA) en étant en conformité avec ses obligations et donc comprend et cerne bien ces obligations, les explique avec clarté au client et les met en œuvre.
 - La capacité à prendre des décisions financières, dans le domaine de l'investissement soit présente et le consentement bien formé. En cas de doute, le professionnel doit pouvoir bénéficier de processus internes permettant d'asseoir sa pratique.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

L'isolement d'un client âgé faciliterait la mise en place d'un lien de dépendance avec un proche, pour qui la personne serait prête à réaliser des actes financiers qui ne vont pas forcément dans le sens de son intérêt. **Ne sachant pas ce à quoi le client consent exactement, ni lequel de ses intérêts il cherche à préserver (son patrimoine ou ses liens sociaux), le sujet peut paraître complexe. La caractérisation du consentement devient problématique.**

Les conseillers rencontrés font face à des situations qui appellent une vigilance renforcée et il est indispensable, pour eux mais surtout pour les clients, que les établissements leur fournissent des règles sur lesquelles appuyer leurs jugements et leur action. L'enjeu est de trouver comment combiner deux exigences potentiellement contradictoires : celles de l'autonomie des clients, qui ont le droit de prendre des décisions n'allant pas dans le sens de leur intérêt économique et celle de leur protection, ou au moins de la mise en place de garde-fous, quand ils se trouvent en situation de vulnérabilité.

Pour entrer au cœur de ce type de mécanismes, nous détaillons le cas d'une cliente de la Banque privée au sein de laquelle l'ethnographie a été réalisée. Ce cas est représentatif du type de questionnement que les banquiers peuvent formuler quand ils sont confrontés à une situation dans laquelle le consentement ne peut être qualifié par les mêmes moyens que dans des situations ordinaires. Autrement dit, **même quand un conseiller détecte un cas de potentielle vulnérabilité, même lorsqu'il identifie des éléments rendant délicate la finalisation d'une transaction, la difficulté qu'il éprouve à apprécier l'attitude du client peut le conduire à considérer que ce dernier a bel et bien exprimé un consentement éclairé.**

Mme JE

Mme JE a 87 ans. Veuve, elle a deux enfants et vit à son domicile. Elle possède un patrimoine financier important (plus d'un million d'euros d'actifs placés dans cet établissement bancaire) et dispose de plusieurs biens immobiliers. « *Au total, il se pourrait qu'elle soit pas loin d'être milliardaire, Mme JE* ». Mme JE a un profil de risque prudent. Elle investit essentiellement en fonds euros. Le rendez-vous d'aujourd'hui est prévu par son conseiller bancaire, qui veut lui proposer de diversifier une faible part de son patrimoine afin de générer « *un peu de rendement* », « *vu que les fonds euros, c'est pas ça* »

Au début du rendez-vous, le conseiller bancaire demande à Mme JE comment elle va. Cette dernière répond, « *comme d'habitude* ». Elle explique qu'elle passe ses semaines seules et qu'elle ne voit plus grand monde. Ses enfants habitent loin. « *Ils ne viennent plus me voir depuis qu'ils sont à Luxembourg. Peut-être que je les verrai à Noël* ». Pendant que le

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

conseiller bancaire va chercher des cafés, je demande à Mme JE qui elle voit pendant une semaine ordinaire. Elle me répond : « *Pas grand monde. Le voisin, des fois, et mon médecin* ». La femme de ménage passe le matin et une aide-ménagère lui fait les courses mais elle ne les « *aime pas trop* ». « *C'est pour ça, j'ai été contente de voir que la banque m'avait appelée, ça me fait une petite sortie, c'est bien* ».

Le conseiller bancaire lui propose un plan d'investissement. Mme JE lui répond « *mais moi j'y comprends rien. C'est des actions ça ? Non parce que c'est mon mari qui gérait ça* ». Le conseiller bancaire reprend son explication. Mme JE lui répond « *Oui oui, allez, faisons ça, allons-y je signe. Je vois bien que ça vous fait plaisir* ».

(Compte rendu ethnographique d'un rendez-vous entre une cliente et un conseiller bancaire, Banque Privée, Département de l'ouest de la France, septembre 2021)

Cette situation est représentative des difficultés que peut ressentir un conseiller dans certaines situations concrètes. En principe, le consentement éclairé d'un client est établi par la signature de la personne, qui atteste matériellement le choix qu'elle a effectué. Pour Mme JE, la question qui se pose est celle des conditions dans lesquelles ce choix est formulé : est-ce pour des raisons liées uniquement à la gestion de son patrimoine, ou est-ce lié à des problématiques liées à l'isolement ? Même si en droit, la notion de consentement ne prend pas en compte les motivations, ce dernier doit simplement être libre et éclairé (ou encore informé) pour être valide, à la fin du rendez-vous, le conseiller bancaire explique néanmoins qu'il est mal à l'aise face à cette situation.

« Formellement, la cliente a signé, réglementairement je suis bon. Mais éthiquement, ça pose question. Là, je ne prends pas trop de risque, on ne met pas en jeu une grosse part de ses actifs, elle a de quoi se retourner. Mais bon, je ne sais pas vraiment si elle a bien compris. »

(Compte-rendu ethnographique d'un rendez-vous entre une cliente et un conseiller bancaire, Banque Privée, Département de l'ouest de la France, septembre 2021)

L'incertitude quant au consentement du client peut être redoublée par l'importance que les clients accordent au maintien des liens avec les proches qui les entourent. Il arrive que des actes financiers soient passés non pas dans l'intérêt de la gestion patrimoniale des clients, mais pour leur permettre de préserver des liens sociaux ou familiaux. C'est le cas par exemple d'un client de la banque privée dans laquelle s'est déroulée la phase ethnographique de l'enquête, qui sollicite sa conseillère bancaire pour racheter une part de son assurance-vie afin de couvrir les besoins financiers d'un de ses voisins.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

« Je ne sais pas si c'est de l'abus de faiblesse. Je ne crois pas. C'est lui qui me sollicite pour faire ce rachat et je n'ai aucun élément pour documenter l'abus de faiblesse. Et en même temps, je me dis que si c'est pour maintenir ce lien, qui est un peu le seul qu'il ait je ne vois pas au nom de quoi je m'y opposerais. C'est sûr que c'est pas évident comme situation, ça pose question en tout cas »

(Conseiller bancaire, Banque privée, département du sud-est de la France, novembre 2021).

Un point commun que partagent ces différents cas est aussi l'isolement des conseillers : ces derniers ne semblent s'appuyer ni sur un processus particulier adapté à des clients vulnérables ni sur des échanges avec des collègues ou un service spécialisé.

Signer pour consentir ? Qu'est-ce qu'un consentement éclairé ? Alors que le consentement éclairé du client est principalement apprécié, lors des rendez-vous, sur la base de l'accord exprimé par le client pour *signer* une proposition d'investissement (par exemple), la structure des relations sociales dans lesquelles est pris le client n'est pas sans impact sur le processus conduisant à la signature. Le conseiller, en tant que professionnel financier, peut se retrouver dans une situation d'inconfort, voire de doute quant à la compréhension, par son client, des informations fournies, ou encore quant à la réalité du consentement exprimé par ce dernier. Cet exercice est rendu complexe par les situations d'isolement et de fragilité sociale dans lesquelles sont placés certains clients. Les enjeux relevant de la gestion patrimoniale entrent ici en tension avec les dimensions propres à la préservation des liens sociaux.

Les conseillers sont souvent seuls face à ces questionnements, ne disposent pas de processus adaptés et échangent rarement, à ce sujet, avec leurs collègues.

III. Quelles solutions ?

La partie précédente a montré que la détection de la vulnérabilité se confronte à des enjeux organisationnels et interactionnels. Le rôle du conseiller est central : c'est lui qui reçoit les personnes, qui peut être témoin de leurs difficultés, tout en ayant du mal à se situer, car son rôle professionnel est centré sur le conseil et la vente. Il doit répondre à deux questions : peut-il appliquer les mêmes méthodes de conseil et de vente aux clients âgés qu'aux autres ? Que faire quand il est témoin de pratiques problématiques ? L'isolement et le manque de directives créent une forte incertitude. Nos observations et entretiens témoignent que les personnes âgées ne font pas l'objet de mauvaises pratiques bancaires régulières, du fait de l'éthique individuelle des conseillers, mais qu'il existe des zones de risque. La réglementation le prévoit : le consentement libre et éclairé du client doit être recherché et assuré, au moyen d'informations adaptées, de temps de réflexion ajusté et de possibilité de rétractation. **Mais ce qui fait tenir la pratique dans le périmètre de ce cadre, ce n'est pas uniquement le règlement, ce sont plutôt les enjeux de réputation et les normes éthiques partagées par les salariés bancaires.** Les développements suivants montreront que l'appréciation du consentement procède moins du respect des règles formelles (c'est-à-dire de l'ajustement à une contrainte externe) que d'un processus d'autorégulation des conseillers (c'est-à-dire de considérations subjectives, régulées par la morale professionnelle et par le souci de préserver la réputation de l'établissement). De plus, certains établissements bancaires se montrent volontaires dans la prise en charge des besoins spécifiques de ce type de clientèle et développent des solutions innovantes.

A. L'adéquation des modalités existantes de protection des consommateurs : les règles MiFiD 2 à l'épreuve des pratiques

La protection des clients est un enjeu majeur de la régulation du secteur financier. L'un des outils permettant d'œuvrer à cet objectif est les questionnaires issus des directives MIF et DDA, pensés comme des outils de limitation des excès de la commercialisation, obligeant les conseillers bancaires à mesurer avec leurs clients leurs connaissances financières et les risques que ces derniers veulent bien courir et à ajuster les propositions commerciales qui leur sont faites aux profils de risques établis. L'objectif de ces directives est d'éviter que les clients souscrivent des produits dont ils n'ont pas besoin, en particulier à l'aide de questionnaires devant estimer ces besoins. L'enquête réalisée montre que le respect de ces directives se heurte

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

aux réalités de la pratique bancaire : ces dispositions juridiques apparaissent davantage comme un frein à l'activité commerciale plutôt que comme une aide pour s'assurer de l'adéquation entre les produits proposés et les besoins des clients. Les conseillers bancaires sont pris dans plusieurs tensions : entre leur identité de commerciaux et celle de professionnels du conseil ; entre les injonctions contradictoires de la vente et de la réglementation. Le questionnaire client, principal instrument de protection des clients, fait parfois l'objet d'adaptations et de contournements qui l'éloignent de sa visée initiale.

- La production des questionnaires : juridicisation et quantification

Au stade de leur mise en œuvre par les établissements bancaires, plusieurs dynamiques éloignent les questionnaires clients des réalités opérationnelles et les rendent difficilement utilisables en pratique.

L'une de ces dynamiques peut être qualifiée de juridicisation : pour protéger les investisseurs, les réglementations externes ont été renforcées. Au sein des établissements financiers, cette tendance est incarnée par les questionnaires clients. Obligation réglementaire, ce questionnaire n'est pas standardisé. Établi par les services de conformité locaux, il comporte un nombre important de questions techniques, formulées parfois de manière complexe et peu compréhensible par les clients non avertis. De plus, les questionnaires produits sont régulièrement longs, pouvant atteindre plus d'une trentaine de pages⁷⁹.

Ces questionnaires sont parfois perçus comme longs, fastidieux et pouvant susciter **chez les clients un sentiment d'incompétence**, alors qu'ils se retrouvent à répondre à des questions dont ils ne parviennent pas à comprendre le sens. Cela peut renforcer le déséquilibre de la relation entre le banquier et son client en faveur du premier. C'est ce que donne à voir la discussion suivante entre deux conseillers bancaires d'une banque de détail.

Conseiller bancaire : *« Le questionnaire, il est compliqué parce qu'il renvoie le client à l'idée qu'il n'est pas suffisamment instruit pour pouvoir accéder à des produits financiers. »*

Conseillère bancaire : *Tu crois ? Oui, c'est vrai que l'autre fois, une dame, j'ai dû lui dire de ne pas s'inquiéter et que je lui expliquerai l'histoire des pays émergents, ça l'avait fait stresser.*

⁷⁹ Les observations de l'AMF sur le sujet concluent toutefois à une grande variété de pratiques, une partie des établissements optent pour des arbres de décisions, limitant ainsi les questions.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Conseiller bancaire : C'est ça. Toi, tu fais ton travail, tu fais une proposition d'investissement. Là, il faut faire la MIF. Et le client, il panique parce que tout à coup il se sent incompetent. Y a mieux pour commencer une relation commerciale »

(Deux conseillers bancaires d'une banque de détail, juin 2020)

Alors que leurs pratiques sont encadrées par des objectifs de productivité, les conseillers perçoivent les questionnaires comme une entrave aux transactions commerciales, d'autant plus que leur administration prend parfois beaucoup de temps. Pour les clients, le questionnaire ramène l'interaction bancaire à un niveau de formalisme important, pouvant contrevenir aux attentes relationnelles et humaines qu'ils nourrissent à l'égard du conseiller bancaire. Ces attentes semblent particulièrement vives chez les clients vieillissants, pour qui les problématiques relationnelles, voire d'isolement, peuvent être plus importantes. Suscitant chez certains clients doutes et interrogations, voire sentiment d'incompétence, et brouillant les attentes nourries à l'égard de l'interaction bancaire (attentes commerciales pour le conseiller, et attentes humaines pour le client), la réalisation du questionnaire client est susceptible de remettre en question les opérations financières prévues. Cela diminue les capacités protectrices du questionnaire, puisqu'il semble problématique au conseiller comme au client : chronophage, rompant l'interaction et avec une utilité qui n'est perçue par aucune des deux parties en présence :

Conseiller bancaire : « C'est lourd, tu vois, quand je sais que le questionnaire MIF est enregistré, je peux faire mes opérations tranquillement avec le client, sans me poser de questions, parfois même juste par téléphone, et après hop, ça part dans la machine et on a un bon rythme. Dès qu'il faut repasser par du MIF, là c'est l'enfer. Alors oui, le client peut le remplir tout seul de chez lui, avec l'appli et tout, mais on sait que ça va mettre plus de temps. Et vendre des produits, ben faut un tempo dans cette histoire, on ne peut pas se faire arrêter comme ça par 23 pages de questions, c'est pas possible »

(Conseillère bancaire, Banque privée, région parisienne, octobre 2020).

Si la mise en place des questionnaires est perçue par les banquiers comme un frein aux pratiques de vente, engendrant un sentiment d'incompétence mal vécu par le client et amplifiant l'opposition entre temps réglementaire et temps du commerce, **une autre dynamique contraint l'effectivité des questionnaire MIF : leur quantification.** Le respect de la réglementation européenne est régulièrement évalué par les régulateurs. Les établissements,

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

notamment ceux qui ont pris du retard dans l'application de la loi, pour se mettre en conformité, imposent des campagnes « MIF » : les conseillers ont alors des objectifs quantifiés de questionnaires à remplir, ce qui s'oppose en pratique à une attention portée à la qualité et au sens de cette obligation réglementaire.

Conseillère bancaire : « La consigne c'est d'en faire beaucoup. Moi je le vois, du coup, j'en fais, j'en fais, comme une machine. Ça ne sert plus à rien, je ne sais même plus pourquoi je le fais, mais je le fais. À la limite, c'est stupide et surtout ça nous prend du temps, donc bon, j'expédie ça comme une corvée ».

(Conseillère bancaire, Banque Privée, département du sud-est, septembre 2021)

Pour “faire des questionnaires MIF”, cette conseillère bancaire programme régulièrement des rendez-vous clients, parmi ceux qu'elle n'a pas pu voir au cours des derniers mois. À cette occasion, son objectif est, selon elle, d'abord de “faire des MIF”, cette rencontre avec les clients lui permettant également de “faire le point” sur les situations. Une autre stratégie pour “faire des questionnaires MIF” consiste à les faire compléter par tous les clients rencontrés, même s'il n'est pas question de commerce de produits financiers avec eux.

Cette quantification des questionnaires MIF – que l'on peut toutefois considérer comme temporaire, le temps que les établissements se mettent en conformité – conduit les conseillers à les percevoir comme une **obligation déqualifiante, c'est-à-dire remettant en cause leurs compétences professionnelles** en termes de conseil. Or, les activités de conseil sont centrales pour eux, valorisées et valorisantes car correspondant à leurs choix professionnels et scolaires. Les objectifs quantifiés les empêchent de choisir le moment le plus opportun pour évaluer le profil financier de leurs clients. Au-delà, le principe même du questionnaire, qui standardise l'évaluation des besoins financiers des clients, remet en cause un des socles de leur professionnalité.

Conseiller bancaire : « En fait, ça contraint quand même beaucoup ce qu'on peut faire, la MIF. Alors, je sais, c'est pour protéger le client, donc, ça, c'est bien. Seulement, moi, avant, j'avais pas besoin d'un « machin » comme ça pour savoir de quoi avait besoin mon client ! C'est mon boulot à la fin ! »

(Extrait d'entretien, conseillère bancaire, Banque Privée, septembre 2021)

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

La mise en œuvre des questionnaires MIF s’inscrit donc dans une double dynamique de juridicisation et de quantification, et dans la pratique, entre en tension avec les impératifs commerciaux. Dès lors, les conseillers bancaires déploient des stratégies pour aménager des marges de manœuvre dans l’application réglementaire, afin de tenir ensemble les injonctions contradictoires auxquelles ils doivent faire face.

- Les marges de manœuvre du banquier

Pour examiner les marges de manœuvre dont disposent les conseillers bancaires dans la mise en œuvre des questionnaires MIF, nous proposons de plonger dans les méandres de la réalisation de l’un de ces questionnaires lors d’un rendez-vous au sein d’une agence de banque privée du sud-est de la France.

Faire, refaire et défaire les questionnaires MIF

Monsieur F a 88 ans. Ancien plombier qui a revendu son entreprise ainsi que des maisons, il est devenu « *riche sur le tard* ». Il fait partie du top 20 des clients de la conseillère bancaire qui le reçoit, lui rapportant 40 000 € de PNB par an. Monsieur F a une petite retraite de 18 000 € par an, à laquelle s’ajoutent 17 000 € de loyer qu’il perçoit. Il dispose d’un patrimoine financier de 550 000 €, qui a augmenté de 176 000 € en 4 ans.

Monsieur F s’exprime laborieusement, il se déplace avec difficulté et ses vêtements sont usés. La conseillère parle très fort, comme si elle considérait que Monsieur F l’entendait mal. Quand il arrive dans l’agence, Monsieur F ne reconnaît pas la conseillère bancaire. Elle insiste. « *Ah mais vous vous êtes coupé les cheveux* », s’exclame-t-il.

Le rendez-vous commence. Monsieur F demande ce qu’il faut remplacer cette fois. « Il y a un fonds à réinvestir, Monsieur, il est arrivé à échéance et il a très très bien marché, on va faire une très belle année ». Pour remplacer le fonds qui arrive à échéance, il faut refaire une évaluation des connaissances. La conseillère bancaire explique à Monsieur F « *qu’elle va faire ça vite* » pour qu’il ne perde pas trop de temps. Elle lui pose quelques questions « *vous êtes sensible à l’écologie ?* ». Monsieur F répond, « *oui, je suis pour la nature* ». La conseillère continue sans regarder le client et continue à cliquer sur plusieurs questions « *Je mets ce que vous avez Monsieur F, on fait comme d’habitude* ». « *Ah, et les actions, vous savez ce que c’est Monsieur F ?* ». M. F. répond « *Oui, mais j’en veux pas, très peu pour*

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

moi ». « *Mais vous en avez déjà, Monsieur F, je peux pas vous mettre “non”, vous en avez. Sinon faut tout refaire là. Donc je mets oui* ». La conseillère continue et arrête de poser des questions à Monsieur F. « *Bon, les pays émergents, je suis obligée de mettre oui parce qu’il y en a dans le fonds là. Et les produits structurés, oui, oui, il en a de toute façon. Allez c’est bon* ».

En attendant que le questionnaire s’imprime, la conseillère demande à Monsieur F comment vont ses enfants. M. est veuf, ses enfants habitent tous en région parisienne. Il ne les voit plus.

La conseillère bancaire lui fait signer le questionnaire et passe à la demande d’arbitrage. « *Je vous ai mis ce que vous avez Monsieur F, signez là* ». Et puis à moi : « *J’espère que ça va passer, je l’ai mis en risque moyen* ». Monsieur F a du mal à comprendre où il doit parapher. La conseillère bancaire se lève et lui montre, puis me regarde et dit discrètement : « *J’espère que je suis bon sur le profil, parce que sinon il va falloir tout refaire signer* ».

« *Donc Monsieur F, on va prendre ce fonds-là, c’est bien. Au bout d’un an, si c’est positif, vous ressortez avec 6%. 6% c’est vraiment bien en ce moment* ». Monsieur F acquiesce, demande si c’est une SICAV. La conseillère répond que oui. Elle remplit la demande d’arbitrage et lui dit « *je fais ça et je vous libère. J’ai remis la même SICAV qu’avant, j’ai enlevé le monétaire et on repart sur une SICAV, comme d’habitude* ».

« *Et voilà, ça ressort en surexposition. Je m’en doutais. Bon, Monsieur F, il faut recommencer le questionnaire, on n’est pas bon. On va le refaire* ».

(Compte rendu ethnographique, rendez-vous client, agence banque privée, septembre 2021).

Ce compte rendu montre que les conseillers ont un rôle important dans la façon dont les données sont collectées : ils remplissent les questionnaires directement et peuvent les refaire si « ça ressort en surexposition » (lors de nos observations, la banque étudiée promouvait un fond comportant des pays émergents, nous avons été souvent témoins de difficultés du questionnaire sur ce point précis). Au-delà, il montre les limites du seul questionnaire comme outil de protection : plusieurs signes de vulnérabilité émanent de ce client (son apparence négligée, le fait qu’il ne reconnaisse pas la conseillère, sa mauvaise audition), mais la conseillère interagit avec le client de la même façon qu’avec un autre. Elle lui propose un nouveau fonds, lui fait passer le questionnaire client. Lorsque le client exprime une réticence sur les actions, elle la balaie rapidement « vous en avez déjà ».

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Nous l'avons souvent observé : les conseillers considèrent souvent qu'il serait trop fastidieux d'expliquer en détail le contenu des questionnaires aux clients, particulièrement lorsqu'ils sont âgés et perçus, à tort ou à raison, comme moins demandeurs et moins capables de comprendre. Cela conduit à considérer avec précaution les mesures de connaissance, de l'expérience, des objectifs et niveaux de risques souhaités par les clients issues des questionnaires clients.

B. Normes informelles et réputation bancaire : à quoi tient la protection des consommateurs ?

Si l'efficacité des règlements de protection des clients est parfois réduite par les réalités opérationnelles, la commercialisation de produits financiers auprès des personnes âgées fait l'objet d'un **encadrement normatif informel qui assure toutefois aux clients une protection instable**. Cette protection repose sur l'action individuelle des conseillers, qui, lorsqu'ils ne disposent pas d'outils organisationnels sur lesquels s'appuyer, déploient leurs propres normes, au sens de la définition de ce qu'ils estiment être la conduite adéquate dans le commerce de produit financier. Ces normes sont collectives et circulent au sein des équipes pour devenir un encadrement souple et informel des conduites.

- La « peur du gendarme » : la réputation pour seule sanction

Si le risque de sanction financière n'est pas tant redouté par les établissements du fait de la faiblesse relative de leurs montants, ils craignent davantage l'effet sur la réputation de l'établissement d'une sanction AMF ou ACPR, notamment sur la qualité du conseil et l'adéquation des produits. Les enjeux de réputation sont sans conteste l'une des incitations majeures adressées aux établissements pour respecter la réglementation. **Alors que la compétition pour gagner des parts de marché de ce segment de clientèle est forte et que le recrutement des clients se fait essentiellement par cooptation, l'image des établissements bancaires fait l'objet d'une attention soutenue.**

Un des conseillers bancaires de la Banque privée au sein de laquelle l'ethnographie a été réalisée nous explique ainsi qu'il est plus « *stratégique* », de prendre soin de ses clients, parce que « *sur le long terme, si on veut un portefeuille sympa à travailler, avec des gens qui ne remettent pas en cause notre professionnalité, il faut travailler à sa réputation* »⁸⁰. L'enjeu de réputation est

⁸⁰ Extrait d'entretien, conseiller bancaire, Banque Privée, département d'Ile-de-France, juin 2020.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

particulièrement saillant dans les banques privées, mais il l'est aussi dans les banques de détail, malgré le nombre plus élevé de clients et de flux d'entrées.

Si les enjeux de réputation bancaire ne sont pas nouveaux, leur publicisation leur confère une acuité plus grande. Le scandale Bettencourt – qui relève du champ judiciaire et ne portait pas sur les placements – est devenu une référence culturelle commune, qui joue comme un repoussoir, simple à manier et à comprendre. Il est ainsi régulièrement rappelé et utilisé pour encadrer localement les pratiques des banquiers. La préservation de la réputation des établissements se diffuse ainsi jusqu'aux équipes des conseillers, se transformant alors en nécessité pour le bon déroulement de l'activité commerciale. **Cet enjeu est d'ailleurs soutenu par des objectifs individuels, qui lui sont plus ou moins directement liés.** Si les objectifs comportent un taux de nouveaux clients en portefeuille à atteindre, ils sont complétés par des objectifs de posture et de qualité de relation client qui permettent d'insister sur son importance et de maintenir une forme de pression sur cette nécessité. C'est ce que nous explique un directeur d'agence d'une banque de détail.

Responsable d'agence : « Je prends la température quand même. Il y a plein d'indices qui nous permettent de savoir si le conseiller est sympa avec ses clients, s'il les traite comme il faut. Alors oui, on a les chiffres d'onboarding, ça c'est un bon indicateur. Et puis, tout se sait. Les clients, ils me contactent aussi, quand ça ne va pas, je suis au courant. Et ça, ça joue sur le calcul du bonus. Alors ce n'est pas la majeure partie, c'est sûr, mais sur la part que moi, j'ai à décider, celle où j'ai mon mot à dire, ça, j'en tiens vraiment compte ».

(Responsable d'agence, Banque de détail, novembre 2021).

- Normes de moralité locales

Au sein des équipes, les conseillers distinguent les « banquiers sérieux » des « marchands de tapis ». Des exemples de mauvaises pratiques, mettant en scène des proches ou des professionnels peu scrupuleux envers des personnes âgées, circulent d'une banque à l'autre et d'une équipe à l'autre et font figure de repoussoir.

Lors de nos visites dans différentes agences bancaires (que ce soit des banques privées ou des banques de détail), l'annonce de notre sujet d'enquête conduit les conseillers à faire le récit de pratiques individuelles décrites comme malveillantes, comme s'il fallait se rappeler que personne et aucun établissement n'est à l'abri pour mieux s'en garder.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Ces récits permettent aux banquiers de dessiner une **figure repoussoir face à laquelle ils déploient des stratégies de distinction**. Il s'agit de mettre en scène, face à une enquêtrice, ce qu'il ne faut pas faire. Les contours de cette figure repoussoir prennent fréquemment la forme de l'aide à domicile, présentée comme l'exemple le plus parlant de malveillance, ces personnes étant décrites comme profitant de l'isolement des personnes vieillissantes pour spolier les patrimoines et les héritiers. Précisons qu'il n'existe pas à notre connaissance, d'éléments démontrant que les aidants soient plus impliqués que d'autres proches ou d'autres institutions dans les actes de malveillance dont peuvent être victimes les personnes vieillissantes. Cette représentation semble plus avoir une utilité métaphorique. Son maniement est aisé dans la mesure où elle est à distance du monde bancaire et où elle s'appuie sur des situations caractérisées et binaires de vol. L'extrait d'entretien suivant, réalisé auprès d'un conseiller en gestion de patrimoine indépendant, est représentatif des modes de construction de cette figure repoussoir.

*Conseiller en gestion de patrimoine : Par exemple. Une personne de 85 ans et plus, qui a des aides à domicile qui viennent en permanence. Elle a un code internet. Chez lui, son code et tous ses relevés de compte sont sur une table. C'est sur la table. Vous prenez ça, vous avez son identifiant, son code d'internet. Vous vous mettez chez vous, vous tapez l'identifiant, le code internet et vous videz le compte. (...) C'est classique, c'est la femme de ménage. C'est souvent le cas. Et là, la faille, c'est le code de la banque en ligne. Et puis en dehors des abus de faiblesse au sens strict, il y a les clauses d'assurance-vie, ça aussi c'est un classique. La femme de ménage sur la clause d'assurance-vie, bon pourquoi pas, mais franchement, ça questionne hein »
(Conseiller en gestion de patrimoine, juin 2020)*

Les conseillers bancaires peuvent ainsi, par contraste, affirmer qu'ils n'agissent pas comme elles et ont une éthique et des valeurs qui les conduisent à traiter leur clientèle différemment. Les récits concernant les mauvaises pratiques sont ainsi immédiatement suivis de discours portant sur les valeurs des banquiers et l'importance que revêt pour eux le fait de « traiter avec respect » les clients les plus vulnérables de leur portefeuille.

Les conseillers bancaires ont ainsi l'impression que le seul élément qui les empêche d'être malveillants avec des clients seniors tient à **leur moralité personnelle** (« *C'est une histoire de valeurs, je crois, de la manière dont on a été éduqué. Moi, mes parents, ils m'ont toujours enseigné la valeur travail et l'effort, alors je me sentirais mal de voler le travail d'un autre*) **et**

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

professionnelle (« *C'est par professionnalisme aussi. On est là pour apporter du conseil aux clients, pour les aider à gérer leur patrimoine. Alors si on veut faire notre travail comme il faut, ben il y a de l'éthique à avoir. Sinon, on est des marchands de tapis, des commerciaux lambda* »)⁸¹.

Être un « bon banquier », c'est **se positionner en haut de la hiérarchie symbolique des commerciaux**, se distinguant ainsi des « marchands de tapis », c'est-à-dire de commerciaux censés ne penser qu'à l'argent et qui se soucieraient peu des besoins des clients.

Les vertus protectrices de la hiérarchie symbolique des pratiques commerciales

Des systèmes de hiérarchisation symbolique emboîtés assurent une fonction protectrice à l'égard des clients vieillissants. Il s'agit tout d'abord des hiérarchies qui s'établissent au sein de la Place en fonction de la réputation des établissements. Cette hiérarchisation conduit à la mise en place de contrôles (formels et informels) à destination des conseillers bancaires, qui sont chargés de protéger l'image de leur établissement. Ensuite, une hiérarchisation professionnelle est établie entre les banquiers. Elle oppose des images mythifiées simplificatrices des « mauvais banquiers », censés se comporter comme des « marchands de tapis » et dont les pratiques présentent des ressemblances avec la figure de la femme de ménage profitant de la fortune d'un client vieillissant ; et celles de ceux qui ont des « valeurs » et traitent les clients avec respect.

C. Initiatives et bonnes pratiques

Si les normes morales et professionnelles des salariés bancaires sont réelles, l'enjeu est de savoir comment les appliquer malgré la pression à la vente et en l'absence d'outils parfaitement adaptés aux personnes âgées. Cette tension est d'ailleurs parfois vive pour les conseillers bancaires, insatisfaits de leurs pratiques.

⁸¹ (Extrait d'entretien collectif, banque privée, septembre 2021)

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

Certains des acteurs financiers **ont développé des dispositifs permettant de répondre aux besoins identifiés pour cette clientèle**. Nous présentons ici quelques-uns de ces exemples.

- La formation

Certains établissements proposent des sessions de **formations adaptées à la problématique des personnes vieillissantes**. Dans cette optique, des partenariats ont été tissés avec des associations spécialisées afin d'éclairer le processus de vieillissement et d'inciter les conseillers bancaires à la vigilance sur un certain nombre d'indicateurs de la perte d'autonomie (une personne qui demande au conseiller bancaire de répéter ses phrases plus que d'habitude, qui présente une apparence plus négligée qu'à l'accoutumée, etc.)⁸². D'autres établissements ont noué des liens avec des établissements de formation proposant des cursus adaptés aux clientèles vieillissantes et à leurs problématiques spécifiques⁸³. Ces différentes formations (qui peuvent être soit relativement courtes, s'étalant sur quelques heures, soit plus longues et aboutissant à des formes de certification) ont pour avantage de compléter les formations initiales des conseillers bancaires et de leur donner des clés de lecture sur les liens entre **cycle de vie et gestion du patrimoine**. Les conseillers y trouvent du contenu pour comprendre les **spécificités des clients vieillissants**, et des indications pour faire évoluer leurs pratiques. Si ces formations élèvent le niveau général de compréhension et d'attentes en éveillant les esprits à cette problématique, elles ne peuvent être les seules mesures. Il est essentiel en effet de veiller à ce que ce type de solutions ne fasse pas reposer sur les seules épaules des conseillers bancaires la responsabilité du développement de bonnes pratiques à l'égard des seniors. Au cours des entretiens réalisés, les conseillers bancaires nous expliquent avoir perçu les temps de formation comme des temps riches et profitables, mais regretter que, une fois de retour à leur poste, l'accompagnement de l'institution ne se poursuive pas et les laisse seuls face aux connaissances acquises et aux enjeux liés à leur mise en œuvre. De plus, ces formations ne résolvent pas les tensions organisationnelles résultant des paradoxes inhérents à l'exercice d'un métier commercial au sein d'une structure à vocation marchande, dont les contraintes de production, de cadence et de résultats pourraient contrarier la prise en compte des clients vieillissants. Ainsi, alors que les objectifs commerciaux sont maintenus, les conseillers bancaires se retrouvent avec

⁸² Certains de ces organismes ont fait partie des groupes de travail de place organisés par l'AMF et l'ACPR comme la fondation Mederic Alzheimer.

⁸³ Là aussi, nous pouvons citer l'AUREP (Association Universitaire de Recherche et d'Enseignement sur le Patrimoine), présente lors de ces groupes de travail.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

des injonctions contradictoires supplémentaires à gérer. C'est ce que nous dit en entretien l'un des bénéficiaires d'une formation longue :

« C'est bien d'être formé, moi ça m'a fait du bien, j'ai pu enfin mettre des mots sur plein de choses que je ne comprenais pas forcément. Mais il faut le dire, le temps de la formation, c'est un temps suspendu. Après, on se retrouve de nouveau avec tous les trucs à gérer, et chassez le naturel et il revient au galop. J'ai vraiment l'impression que la formation, j'en ai rien fait, parce qu'en fait je n'ai pas le temps, et puis que ça demanderait une réflexion collective en équipe. Si je suis tout seul, ça va générer des décrochements. Je n'ai pas envie non plus de louper des ventes »

(Conseiller bancaire, banque de détail, décembre 2021)

- Les comités de régulation

Certains établissements financiers ont mis en place des **comités de régulation, afin d'évoquer collectivement les situations détectées par les conseillers bancaires et de discuter de la meilleure conduite à tenir**. Ces procédures permettent d'ouvrir le dialogue sur les situations complexes et de les soumettre à des discussions croisées réunissant plusieurs types de professionnels (commerciaux et juristes en particulier). Elles **rompent l'isolement du conseiller bancaire face à des situations complexes et font reposer les décisions sur l'institution plutôt que sur la seule responsabilité des conseillers bancaires**. Toutefois, certaines limites ont pu être relevées dans les différents établissements au sein desquels l'enquête s'est déroulée. Tout d'abord, les conseillers bancaires hésitent parfois à exposer leurs difficultés devant leurs collègues, voire leur hiérarchie. Ceci est d'autant plus vrai pour les salariés les moins insérés dans le collectif de travail comme les nouveaux recrutés ou les commerciaux qui se sentent fragilisés au sein de l'établissement parce qu'ils sont mal évalués par leurs responsables hiérarchiques. De plus, ces procédures font l'objet d'une diffusion parfois limitée au sein des réseaux, les conseillers bancaires de tous les territoires n'étant pas également positionnés pour faire appel aux comités. Enfin, le choix de présenter une situation devant un comité dépend de la décision du conseiller bancaire, ce qui ne permet pas d'éviter les écueils liés à la détection des situations problématiques relevées dans ce rapport.

- Nommer un conseiller référent

Une autre bonne pratique consiste à **nommer et former un conseiller bancaire référent sur la problématique du vieillissement chargé de répondre aux questions de ses collègues**. Ce

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

mode de résolution des problèmes par les pairs offre l'avantage, tout comme les comités de régulation, de sortir du huis-clos de l'interaction bancaire et d'offrir la possibilité de recueillir un avis extérieur sur la situation d'un client. Ce type de dispositif a l'avantage de limiter les effets d'inhibition liés à la présentation de difficultés professionnelles face à des responsables hiérarchiques. Cependant, l'organisation des établissements bancaires est de nature à favoriser les effets de concurrence entre collègues, jouant ainsi à un autre niveau les freins à la sollicitation de ce type de solution pour traiter des difficultés rencontrées avec les clients vieillissants. En outre, ce type de procédure continue à faire reposer la responsabilité du traitement des situations potentiellement problématiques sur les épaules des conseillers bancaires, à la fois dans la détection des situations mais également dans leur traitement, l'ensemble du processus étant porté par des conseillers bancaires.

- Améliorer les conditions de la commercialisation

D'autres types de bonnes pratiques relèvent des **modalités de traitement des situations de vulnérabilité**. Il s'agit de **sécuriser certaines étapes clés de la commercialisation de produits financiers, présentant des risques spécifiques au regard de ces clients âgés vulnérables, et ce, depuis l'acte de vente et durant toute la vie des contrats**.

Une première technique consiste à **renforcer les conditions d'accès aux comptes en ligne afin de s'assurer de l'identité du client et de son consentement à la réalisation des opérations effectuées sur internet**. Ces dispositifs comprennent par exemple l'allongement des délais de réflexion ou encore le renforcement des procédures de vérification de l'identité. Si ces procédures sont utiles pour encadrer de manière plus stricte l'évolution des formes de commercialisation, elles ne peuvent couvrir l'ensemble des biais existants dans la caractérisation du consentement *via* les outils numériques et laissent les clients seuls face à la réalisation d'opérations financières.

Une autre bonne pratique consiste à **faire intervenir un responsable hiérarchique dans les situations incertaines qui concernent des clients seniors**. Cela nécessite de développer des systèmes d'alerte et de traitement des situations problématiques de clients vieillissants. Ces procédures créent un filet de sécurité en aval des pratiques des conseillers bancaires et une éventuelle contre-expertise des choix réalisés. Dans certains des établissements enquêtés, ces procédures sont mises en œuvre de manière quasi-automatique, se déclenchant à partir d'un

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

seuil d'âge déterminé (80 ou 85 ans par exemple). La détection des situations problématiques est ainsi rendue moins aléatoire. Toutefois, le responsable hiérarchique appelé à confirmer ou infirmer les opérations proposées ne connaissant que peu le client, il lui est complexe d'évaluer finement la situation. De plus, les indices en sa possession pour juger de la capacité du client à commercer provenant des conseillers bancaires, les biais quant à la détection des clients vulnérables exposés dans ce rapport ne sont pas entièrement levés. En revanche, il possède souvent une expérience plus longue du terrain, et un certain recul, utile dans l'analyse des situations difficiles. Sans déresponsabiliser le conseiller, il peut transmettre un savoir-faire acquis par l'expérience.

D'autres bonnes pratiques, plus ponctuelles et techniques, permettent d'assurer des fonctions de prévention, telles que les procédures de vérification systématique de la régularité des procurations sur compte, ou encore des revues de comptes détaillées, qui permettent de repérer les mouvements inhabituels sur les avoirs des clients.

Enfin, les établissements bancaires appellent au **renforcement des partenariats tissés avec d'autres acteurs de la protection des personnes vieillissantes**, et notamment avec les notaires, les organismes de tutelle et les structures associatives. Ces partenariats permettent de faciliter les échanges d'information (dans le respect du secret bancaire) et de réfléchir collectivement aux bonnes pratiques à adopter.

Les acteurs associatifs investis dans la gestion du vieillissement affirment, de leur côté, que les outils de protection des personnes âgées vulnérables existent, et qu'il est nécessaire de renforcer leur opérationnalité. Ils évoquent ainsi la possibilité de faire un signalement « personne vulnérable » auprès du Procureur de la République, ou encore la possibilité d'alerter un médecin traitant. Cette dernière possibilité est régulièrement évoquée, d'autant que la loi portant sur l'adaptation de la société au vieillissement⁸⁴ a assoupli les conditions de la levée du secret professionnel. À ce jour, toutefois, le secteur financier, ne peut pas utiliser ces dispositifs. Le banquier est simplement tenu de déclarer une opération suspecte au procureur, mais il n'existe pas de dispositif d'alertes graduées en cas de détection de situations problématiques liées aux personnes. Dès lors, un dispositif où il serait possible pour les établissements bancaires de se mettre en relation avec **un tiers de confiance** désigné par le client en amont de tout problème,

⁸⁴ LOI n° 2015-1776 du 28 décembre 2015 relative à l'adaptation de la société au vieillissement, article 77.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

ou un professionnel de santé, afin d'évoquer le cas d'un de leurs clients, permettrait au banquier de se concentrer sur son métier de conseil et de transmettre à qui de droit des sujets sortant de son savoir-faire professionnel.

Enfin, les associations citent **le mandat de protection future**, qui existe depuis 2007 et par lequel une ou plusieurs personnes sont désignées à l'avance par le mandant pour le représenter en cas de mesures de tutelle ou curatelle. Ces mandats ne sont pas établis par les banques mais sous seing privé ou par un acte notarié. Toutefois, les associations estiment que les banques devraient les promouvoir davantage.

IV. Recommandations

Ce rapport montre que les modes de commercialisation classiques peuvent être mal ajustés aux spécificités des personnes âgées et que, face à des situations problématiques, les conseillers bancaires sont souvent seuls, sans directives précises de leur hiérarchie, ni pour détecter les difficultés, ni pour y répondre lorsqu'elles sont perçues. Dès lors, les problèmes que nous avons repérés sont les suivants :

- Des propositions commerciales qui ne sont pas toujours ajustées aux besoins des clients âgés, faute de réflexion spécifique.
- La difficulté à prendre en compte, faute de temps et de formation adéquate, les problèmes de compréhension des clients, qu'ils soient liés au déclin cognitif, à des difficultés d'audition ou à une méconnaissance des produits bancaires. Cette difficulté peut :
 - o Mettre à l'écart des clients âgés perçus comme trop chronophages.
 - o Risquer d'enclencher des ventes inadaptées, voire abusives, lorsque les clients comprennent mal et accordent leur confiance aux conseillers.
- L'isolement des personnes âgées renforce leur vulnérabilité et les soumet à des risques de spoliation de la part de leur entourage, familial ou non, et très rarement à des actes de malveillance de conseillers bancaires.

Pour répondre aux besoins des personnes âgées, il faut donc imaginer une transaction commerciale davantage adaptée à leurs spécificités. Ces besoins sont à la fois interactionnels – il s'agit de réfléchir au type d'accueil spécifique dont ces clients peuvent avoir besoin ; et techniques, au sens de services et de produits financiers spécifiques. Ils peuvent être synthétisés comme suit :

- **Le temps de l'interaction.** Les seniors ont dans certains cas besoin de plages de rendez-vous plus longues, leur permettant de s'installer dans l'interaction. Ce temps est aussi nécessaire pour que les conseillers bancaires puissent relever les différents indices permettant d'identifier les difficultés pouvant survenir dans les capacités à commercer.
- **La stabilité et la continuité dans l'interaction bancaire.** Alors que la gestion patrimoniale s'inscrit souvent dans une histoire, liant plusieurs générations d'une même

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

famille, il est important de pouvoir la prendre en compte pour répondre au mieux aux besoins des seniors et s'assurer de la possibilité de déceler les signes d'une éventuelle vulnérabilité. Les changements trop fréquents de conseillers sont souvent déplorés par la clientèle bancaire, cela est encore plus vrai des clients âgés. Une solution pourrait être de mettre en place des dispositifs facilitant le traitement des dossiers d'un conseiller à l'autre (dans les établissements soumis à un fort *turn over*) et/ou de réserver des créneaux spécifiques pour certains clients plus âgés.

- **L'adaptation des outils d'information et de communication.** Que ce soit en matière d'information sur les produits financiers ou encore de moyens de contact avec les établissements financiers, l'avancée en âge nécessite une certaine vigilance quant aux capacités des clients à en faire usage. Au-delà des enjeux des mots de passe et du consentement numérique, les clients âgés, plus que d'autres, ont besoin d'alternatives « humaines » aux services numérisés, par téléphone ou en présentiel.
- **Des outils financiers spécifiques.** L'anticipation de la dépendance et de la transmission ne constituent pas les uniques besoins des clients seniors : ces derniers ont également des besoins de consommation quotidienne ou exceptionnelle, souhaitent parfois aider leurs enfants et petits-enfants, mais ont aussi la volonté de faire fructifier leur patrimoine comme tous les autres clients. Dès lors, pour une part, les produits financiers standards sont adaptés à cette clientèle, toutefois, il est important que l'ensemble des besoins soient couverts, notamment les besoins de liquidité, ce qui peut conduire à penser à des produits spécifiques qui marieraient l'ensemble des enjeux.

- **Proposition 1 : La « déprise financière ». Éléments pour une définition opérationnelle**

La notion de « déprise » est issue de la sociologie du vieillissement. Elle se définit comme le « processus de réaménagement de la vie » (Clément et Mantovani, 1999) qui conduit à un relâchement des engagements sociaux préexistants (Caradec, 2001) afin de maintenir, autant que possible, l'identité sociale de la personne malgré les changements auxquels elle doit faire face.

Nous suggérons de mobiliser la notion de « déprise financière » pour caractériser la situation par laquelle un client en vient à « lâcher prise » sur certains aspects (tel que l'examen de l'opportunité de tel ou tel placement) pour mieux « gagner » sur d'autres, tels que sa relation

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

aux autres ou sa vie quotidienne (se décharger des soucis, renforcer ses relations avec des personnes de confiance, gagner en sentiment de sécurité, continuer à préserver son autonomie. etc.). La notion de déprise permet de décrire le comportement des clients âgés non pas comme empreint de passivité mais comme une stratégie d'adaptation. Cette stratégie est toutefois potentiellement risquée, la délégation des décisions à l'entourage ou au conseiller exposant les personnes âgées à des choix contraires à leurs intérêts, voire à des spoliations. Il est important, pour comprendre les comportements et donc les besoins des personnes âgées, d'avoir en tête ce phénomène, plus ou moins prononcé selon les personnes, qui est une source de vulnérabilité, en dehors de parfois de tout problème cognitif ou physique.

Pour opérationnaliser cette notion et l'adapter aux enjeux de la commercialisation de produits financiers, nous proposons quelques modalités de déprise que nous avons pu identifier au cours de l'enquête :

- Déprise des pratiques bancaires : rétrécissement de l'usage des moyens de paiement, des contacts avec l'institution,
- Déprise interactionnelle : rétrécissement des capacités relationnelles, isolement,
- Déprise patrimoniale : rétrécissement de l'intérêt pour les activités de placement, tendance à la « remise de soi ».

- **Proposition 2 : Connaître son client**

Afin de garantir un cadre de travail limitant les mauvaises pratiques, nous proposons des pistes d'amélioration de la mise en œuvre du questionnaire client (MIF et DDA). Un problème structurel vient du fait que ces questionnaires sont passés avec les conseillers chargés de commercialiser un produit. Il est à noter que les améliorations que nous proposons bénéficieraient à tous les clients. Revoir la formulation des questionnaires client en prenant en compte les besoins de cette clientèle et en les adaptant pour tous : opter pour un langage dit « clair », non technique et moins jargonneux, des questionnaires lisibles et compréhensibles de tous.

- Adapter les conditions de passation du questionnaire client : questionnaire en ligne ou passé en agence ? Questionnaire rempli par le banquier ou réalisé par le client seul ? Dans tous les cas, le résultat doit être partagé avec le client et expliqué. Les pratiques observées ne sont pas celles-ci. En s'inspirant de la Directive accessibilité, prendre en

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

compte les obligations liées à la prise en compte des handicaps et des effets du vieillissement dans la présentation formelle du questionnaire.

- S'assurer que les questionnaires ont une valeur qualitative, en sus de leur remplissage quantitatif. Au-delà de l'obligation réglementaire disposant que chaque client bénéficiant de services de conseil ou de RTO (Réception, transmission d'ordre) pour investir, doit avoir été soumis au questionnaire Client – MIF ou DDA, requérir des conseillers que les questionnaires soient effectivement remplis et/ ou validés par clients.

- **Proposition 3 : Ajuster l'organisation interne**

L'une des conclusions importantes de notre rapport tient à la solitude des conseillers bancaires devant leurs clients âgés. Si la rencontre entre banquiers et clients implique des moments de face à face, il nous semble indispensable d'équiper davantage les conseillers bancaires (guides de bonnes pratiques, formations), et de créer des espaces de collégialité où ils pourront faire part des situations suspectes et réfléchir entre collègues et/ou avec des personnes expertes, sur les décisions à prendre. Il faudrait aussi réfléchir à une organisation spécifique de la relation client avec les plus âgés d'entre eux.

Recommandations :

- Créer **des espaces de réflexions collégiaux** sur les pratiques bancaires vis-à-vis des personnes âgées potentiellement vulnérables au niveau local sous forme de comités de régulation : l'objectif serait d'évoquer collectivement, entre pairs et avec un animateur neutre, les situations détectées par les conseillers et échanger sur la meilleure conduite à tenir. Ces espaces devront être des espaces neutres, confidentiels, « hors du temps » et fondés sur la bienveillance. Il s'agit d'un enjeu culturel : remplacer les normes culturelles individuelles par des normes collectives et homogénéiser les pratiques en s'appuyant sur le savoir expérimental acquis par les conseillers.
- Identifier dans tous les établissements un **Référent Vulnérabilité**, chargé de mettre en place ces dispositifs et de les faire vivre. Ce référent pourrait jouer un rôle de contre-expertise (par exemple au responsable hiérarchique) en cas de doute vis-à-vis des personnes vulnérables au sens large. Fixer des objectifs correspondant à ce nouveau rôle.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

- Assurer des **formations régulières** sur les clientèles à besoins spécifiques par des formateurs éventuellement extérieurs aux établissements financiers. Cette mesure aurait vocation à sortir cette question des sujets tabous, à éveiller la compréhension et une vigilance homogène pour toutes les personnes en contact avec cette clientèle. Elle n'est pas autosuffisante et doit, pour avoir un effet dans la durée, être relayée par des dispositifs collectifs (comme ceux évoqués ci-dessus) ainsi que par une bonne compréhension des services et produits financiers et de leurs caractéristiques pour le client et le conseiller.
- Développer les **contrôles internes réguliers** de deuxième niveau *a posteriori* pour mieux détecter les mauvaises pratiques. Cette mesure permettra des remédiations vis-à-vis des clients, si nécessaire, et d'utiliser la palette des outils internes pour mieux prévenir : la pédagogie tout d'abord puis l'ensemble de la palette des mesures disciplinaires en cas de besoin pour ne pas laisser se développer un sentiment d'impunité. Ainsi, les normes quitteront le champ trop restreint des valeurs personnelles ou professionnelles individuelles, pour s'appuyer sur un socle de principes d'actions clairs et explicites de l'établissement.
- Imaginer, en sus du conseil MIF ou DDA, **un service très opérationnel** qui donnerait aux clients perçus comme vulnérables ou à risque, un accès facilité au conseiller pour mieux gérer ses affaires financières. Il pourrait s'agir d'un droit à plus de rendez-vous avec le conseiller, l'accès à un conseiller dédié et personnalisé, à une aide administrative plus importante notamment dans un contexte de digitalisation. Le modèle économique devrait être adapté pour couvrir le surcoût du service.

- **Proposition 4 : détection de la déprise et prévention des conflits d'intérêt**

Les pistes que nous proposons ici tiennent compte du fait que la banque est un espace commercial, dont les salariés ont des objectifs (collectifs) de vente, en cherchant à voir comment ces impératifs peuvent être adaptés aux besoins spécifiques des personnes âgées, afin de les protéger la vulnérabilité éventuelle dans laquelle elles se trouvent du fait du phénomène de déprise.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

- Ajuster les objectifs aux types de portefeuille et assurer une pondération en fonction du pourcentage de personnes âgées suivies, compte tenu du temps plus long nécessaire pour les personnes âgées notamment les plus vulnérables.
- Renforcer les objectifs qualitatifs en les objectivant, revoir le périmètre des objectifs quantitatifs encore trop proches du terrain pour ne pas tomber dans l'écueil de la vente sous pression de campagnes de commercialisation de produits précis. Valoriser la prise en compte de la déprise des clients dans les objectifs professionnels.
- Réfléchir, alors que les réseaux bancaires sont en pleine transformation, à la manière d'assurer un double regard vis-à-vis du client appartenant à ces clientèles spécifiques, qui était assuré jusqu'alors par la présence de personnels d'accueil.
- Étudier la possibilité de rendre les passages devant notaire obligatoires pour les actes financiers risqués (changements de clauses bénéficiaires notamment).

V. Annexes

A. Liste des entretiens

	Structure	Fonction	Date
1	Association consommateur	Juriste	8 avril 2020
2	Association gérontologie	Chargé de mission	21 avril 2020
3	Association finance	Chargée de mission	23 avril 2020
4	Association finance	Déléguée générale	9 avril 2020
5	Association gérontologie	Responsable	10 avril 2020
6	Association gérontologie	Responsable	10 avril 2020
7	Association finance	Secrétaire générale	8 mai 2020
8	Association gérontologie	Présidente	11 mai 2020
9	Syndicat finance	Délégué syndical	17 mars 2020
10	Cabinet du Premier Ministre	Conseillère	7 mai 2020
11	Cabinet du Premier Ministre	Conseillère	7 mai 2020
12	Fédération Internationale des Associations de Personnes Agées (FIAPA)	Service de la présidence	27 avril 2020
13	Autorité des marchés financiers (AMF)	Direction des relations avec les épargnants et de leur protection	11 mai 2020
14	Fédération Bancaire Française (FBF)	Service médiation	30 septembre 2021
15	Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR)	Pôle commun	9 octobre 2021
16	ACPR	Pôle Commun	27 octobre 2021
17	AMF	Pôle Commun	28 octobre 2021
18	Banque privée	Direction conformité	31 mars 2020
19	Banque privée	Direction conformité	3 avril 2020
20	Conseiller en gestion de patrimoine	CGP	30 mars 2020
21	Banque de détail	Conseillère bancaire	29 avril 2020
22	Conseiller en gestion de patrimoine	CGP	27 mai 2020
23	Banque de détail	Directrice générale adjointe	5 juillet 2020
	Banque de détail	Directrice générale	1 ^{er} Septembre 2020
24	Conseiller en gestion de patrimoine	CGP	9 octobre 2020
25	Banque de détail	Direction générale	18 juin 2020

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

26	Gestionnaire de patrimoine	Conseil en organisation et stratégie patrimoniale	19 mai 2020
27	Assureur	Direction générale	26 août 2020
28	Assureur	Direction générale	6 juillet 2020
29	Banque privée	Service conformité	20 octobre 2020
30	Banque privée	Service conformité	13 novembre 2020
31	Service relation clientèle	Directeur	7 juillet 2021
32	Service marketing	Directeur	6 novembre 2021
33	Service relation clientèle	Directeur adjoint	6 novembre 2021
34	Service relation clientèle	Responsable RSE	20 janvier 2021
35	Service relation clientèle	Chargé de mission	21 janvier 2021
36	Direction	Directeur général	25 janvier 2021
37	Direction	Directeur général adjoint	25 janvier 2021
38	Direction commerciale	Directeur	8 février 2021
39	Direction relation clientèle	Responsable clientèle très fortunée	23 février 2021
40	Direction relation clientèle	Directrice des clientèles spécialisées	24 février 2021
41	Direction commerciale	Directeur de la performance	9 février 2021
42	Secrétariat général	Secrétaire générale	9 février 2021
43	Service conformité	Responsable juridique	8 mars 2021
44	Service juridique	Responsable	8 mars 2021
45	Direction	Secrétaire générale adjointe	9 mars 2021
46	Service commercial	Ingénieure patrimoniale	10 mars 2021
47	Service marketing	Ingénieur data	26 avril 2021
48	Service conformité	Responsable des risques	5 mai 2021
49	Service conformité	Responsable des risques opérationnels	5 mai 2021
50	Service marketing	Directeur adjoint	6 mai 2021
51	Service relation clientèle	Manager de proximité	12 mai 2021
52	Service conformité	Référent conformité	12 mai 2021
53	Service conformité	Référent conformité	28 mai 2021
54	Service clientèle	Directeur de clientèle régionale	06 juillet 2021
55	Service clientèle	Directeur de clientèle régionale	18 août 2021
56	Service clientèle	Directeur de clientèle régionale adjoint	19 août 2021
57	Service clientèle	Directeur de clientèle régionale	28 septembre 2021
58	Service clientèle	Chargée de relation Banque Privée	05 octobre 2021
59	Service clientèle	Directeur de clientèle régionale	01 octobre 2021
60	Service clientèle	Conseiller bancaire	08 septembre 2021
61	Service clientèle	Conseiller bancaire	09 septembre 2021
62	Service clientèle	Conseiller bancaire	08 septembre 2021
63	Service clientèle	Conseiller bancaire	10 août 2021
64	Service clientèle	Conseiller bancaire	08 septembre 2021
65	Service clientèle	Conseiller bancaire	09 septembre 2021

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

66	Service clientèle	Conseiller bancaire	08 septembre 2021
67	Service clientèle	Conseiller bancaire	14 septembre 2021
68	Service clientèle	Conseiller bancaire	08 septembre 2021
69	Service clientèle	Conseiller bancaire	23 septembre 2021
70	Service clientèle	Conseiller bancaire	28 septembre 2021
71	Service clientèle	Conseiller bancaire	28 septembre 2021
72	Service clientèle	Conseiller bancaire	28 septembre 2021
73	Service clientèle	Conseiller bancaire	02 novembre 2021

B. Sources réglementaires et rapports publics

- ACPR, « Banque et majeurs protégés. Le Pôle commun ACPR-AMF présente les résultats de son enquête », *La revue de l'ACPR*, n°34, 2017, p. 16-17
- Anne Caron Déglise, *Rapport de mission interministérielle*, « L'évolution de la protection juridique des personnes. Reconnaître, soutenir et protéger les personnes vulnérables », 2018
- AMF, *Synthèse des contrôles SPOT sur les connaissances et l'expérience des clients MIF 1 / MIF 2*, 2018
- BONSANG Éric, *La prise de décision financière chez les personnes âgées*. Rapport final pour le Pôle commun ACPR-AMF, Paris, 31 décembre 2018
- Comité scientifique de l'ACPR, *La commercialisation de produits financiers auprès des seniors vulnérables. Présentation des travaux du Pôle commun ACPR-AMF*, janvier 2020
- Communication de l'ACPR-AMF à destination des professionnels du secteur assurantiel, bancaire et financier à propos de la commercialisation de produits financiers aux personnes âgées vulnérables, avril 2021
- Congrès des notaires de France, Rapport du 116^{ème} Congrès, Paris, 2020, disponible en ligne [<https://rapport-congresdesnotaires.fr/2020-rapport-du-116e-congres/2020-co1-p2-t2-st2-c2/>]
- Décret n° 2018-431 du 1er juin 2018 relatif à la distribution d'assurances. En ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000032752983/> [consulté le 3/01/2022]
- Directive 93/22/CEE du Conseil, du 10 mai 1993, concernant les services d'investissement dans le domaine des valeurs mobilières. En ligne : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX:31993L0022> [consulté le 2/01/2022]

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

- Directive 2004/39/CE du Parlement et du Conseil du 21 avril 2004 concernant les marchés d'instruments financiers. En ligne : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=celex:32004L0039> [consulté le 3/01/2022]
- Directive 2014/65/UE du parlement européen et du conseil du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers. En ligne : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0065&from=EL> [consulté le 3/01/2022]
- Koskas Alain, Desjardins Véronique, *Rapport de la mission sur la maltraitance financière à l'égard des personnes âgées dans les établissements sanitaires, sociaux et médico-sociaux*, Rapport au Médiateur de la République, 2011
- Le médiateur. Le service de médiation auprès de la Fédération bancaire française, *rapport d'activité 2020*, FBF
- Le médiateur. Le service de médiation auprès de la Fédération bancaire française, *rapport d'activité 2019*, FBF
- Le médiateur. Le service de médiation auprès de la Fédération bancaire française, *rapport d'activité 2018*, FBF
- Loi no 84-46 du 24 janvier 1984 relative à l'activité et au contrôle des établissements de crédit
- Loi n° 96-597 du 2 juillet 1996, de modernisation des activités financières. En ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000193847/> [consulté le 2/01/2022]
- Loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dites « Sapin 2 », en ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000033558528> [consulté le 6/01/2022].
- Loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises, en ligne <https://www.legifrance.gouv.fr/dossierlegislatif/JORFDOLE000037080861/> [consulté le 6/01/2022]
- Ministère de l'économie, des finances et de la relance, « La loi PACTE : pour la croissance et la transformation des entreprises », en ligne <https://www.economie.gouv.fr/loi-pacte-financer-croissance-entreprises>, [consulté le 6/01/2022].

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

- Ordonnance n°2007-5444 du 12 avril 2007 relative aux marchés d'instruments financiers.
En ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000649479/> [consulté le 2/01/2022]
- Ordonnance n° 2016-827 du 23 juin 2016 relative aux marchés d'instruments financiers.
En ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000036976666> [consulté le 2/01/2021]
- Pôle commun ACPR-AMF, « *Rapport d'activité 2016* », Paris, 2016.
- Pôle commun ACPR-AMF, « *Pratiques de commercialisation et populations vieillissantes. Comment faire face au déclin cognitif des personnes âgées dans le cadre de la relation-client* », Paris, décembre 2018
- Pôle commun ACPR-AMF, « *Atelier 1 : La conception des produits* », *Groupe de travail de Place Seniors vulnérables*, 26 novembre 2019
- Pôle commun ACPR-AMF, *La commercialisation des produits financiers aux personnes âgées vulnérables. Synthèse des ateliers du groupe de travail de Place*, avril 2021

C. Liste des illustrations

Tableaux :

Tableau 1 : Part de marché par tranche d'actifs sous gestion en 2010	17
Tableau 2 : Répartition du patrimoine en fonction de l'âge	21
Tableau 3 : Patrimoine net médian des ménages selon l'âge de la personne de référence	22
Tableau 4 : Patrimoine immobilier et financier selon l'âge	23
Tableau 5 : Structure du patrimoine financier par âge	24
Tableau 6 : La constitution des assurances-vie en fonction de l'âge en 2019	25
Tableau 7 : En matière de placements financiers, que préférez-vous ? (En %)	26

D. Bibliographie

- ALBRECHT, Gary L., Jean-François RAVAUD, et Henri-Jacques STIKER. « L'émergence des disability studies : état des lieux et perspectives », *Sciences Sociales et Santé*. 2001, vol.19 n° 4. p. 43-73.
- ARRONDEL, Luc et Jérôme COFFINET. « La dynamique des patrimoines des ménages selon l'âge et la génération en France et dans la zone euro », *Revue française d'économie*. 2018, XXXIII n° 2. p. 147-177.
- ARRONDEL, Luc et André MASSON. *L'épargnant dans un monde en crise. Ce qui a changé*. Paris. Éditions rue d'Ulm. 2011.
- ASSOULY, Judith. *Morale ou finance ?* Paris. Presses de Sciences Po. 2014. (Nouveaux débats).
- BLANPAIN, Nathalie et Olivier CHARDON. *Projections de population 2007-2060 pour la France métropolitaine : méthode et principaux résultats*. INSEE. 2010. En ligne : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1380813> [consulté le 7 décembre 2022].
- BLIMAN, Marianne, Catherine BRUNO et Jacques LE CACHEUX. « L'espace bancaire et financier européen », *Revue de l'OFCE*. 1993, vol.43 n° 1. p. 183-241.
- BORRAZ, Olivier. *Les politiques du risque*. Paris. Presses de Sciences Po. 2008. En ligne : <https://www.cairn.info/les-politiques-du-risque--9782724610741.htm> [consulté le 17 mai 2021].
- BRODIEZ, Axelle, Isabelle BUELTZINGSLOEWEN, Benoît EYRAUD et al. *Vulnérabilités sanitaires et sociales : de l'histoire à la sociologie*. Rennes. Presses universitaires de Rennes. 2014. 277 p.
- DUPONT, Hugo. *Ni fou, ni gogol !* Fontaine. Presses universitaires de Grenoble. 2016.
- FAVAREL-GARRIGUES, Gilles, Thierry GODEFROY, et Pierre LASCOUMES. *Les sentinelles de l'argent sale : les banques aux prises avec l'antiblanchiment*. Paris. La Découverte. 2009. 311 p.
- GENARD, JEAN-LOUIS. « Capacités et capacitation : une nouvelle orientation des politiques publiques. » *Action publique et subjectivité*. LGDJ. Paris. [s.n.]. 2007, p.
- GODECHOT, Olivier. « Prologue. Brève histoire de la transformation financière », *Poche / Sciences humaines et sociales*. 2005. p. 21-67.
- HAUTCEUR, Pierre-Cyrille, Pascal LAGNEAU-YMONET, et Angelo RIVA. « L'information boursière comme bien public. Enjeux et perspectives de la révision de la directive européenne « Marchés d'instruments financiers » », *Revue d'économie financière*. 2010, vol.98 n° 3. p. 297-315.
- HERLIN-GIRET, Camille. *Rester riche. Enquête sur les gestionnaires de fortune et leurs clients*. Lormont. Le bord de l'eau. 2019.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes – Rapport final

HERLIN-GIRET, Camille, Marion CLERC, et Laurène TRAN. « Propriété et appropriation des richesses : Le travail du capital », *Regards croisés sur l'économie*. 2019, vol.24 n° 1. p. 181-190.

INSEE. *Patrimoine - Les revenus et le patrimoine des ménages*. 2018. En ligne : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3549498?sommaire=3549502> [consulté le 12 janvier 2022].

LAZARUS, Jeanne. *L'épreuve de l'argent. Banque, banquiers, clients*. Calmann-Lévy. Paris, 2012.

LAZARUS, Jeanne, *Les politiques de l'argent*. Paris, PUF, 2022.

LEHMANN, Paul-Jacques. *Histoire de la bourse de paris*. Paris. Presses universitaires de France. 1997. En ligne : https://www.puf.com/content/Histoire_de_la_bourse_de_paris [consulté le 7 janvier 2022].

LUSARDI, Annamaria et Olivia S. MITCHELL. « Financial literacy around the world: an overview », *Journal of Pension Economics & Finance*. 2011, vol.10 n° 4. p. 497-508.

MACARTNEY, Huw, David HOWARTH, et Scott JAMES. « Bank power and public policy since the financial crisis », *Business and Politics*. mars 2020, vol.22 n° 1. p. 1-24.

MARTUCELLI, Danilo. « La vulnérabilité, un nouveau paradigme » in Axelle BRODIEZ-DOLINO, Isabelle VON BUELTZINGSLOEWEN, Benoît EYRAUD, et al. (eds.). *Vulnérabilités sanitaires et sociales. De l'histoire à la sociologie*. Rennes. Presses Universitaires de Rennes. 2014, p. 27-40.

MASSON, André. « Les enjeux du patrimoine et de sa transmission dans nos sociétés vieillissantes », *Revue française d'économie*. 2018, XXXIII n° 2. p. 179-234.

MILLS, Charles Wright. *The power elite*. Paris. Agone. 2012.

MOLONEY, Niamh. « The investor model underlying the EU's investor protection regime: consumers or investors? », *European Business Organization Law Review*. 2012, vol.13 n° 2. p. 169-193.

NOÛS, Camille. « Gouverner la financiarisation des retraites », *Sociétés contemporaines*. 2019, vol.116 n° 4. p. 31-46.

PAUGAM, Serge (ed.). *L'exclusion : l'état des savoirs*. Paris. Éditions la Découverte. 1996. 582 p.

SCHWARTZ, Olivier. « L'empirisme irréductible » *Le Hobo, sociologie du sans-abri*. Paris. Armand Colin. 2011, p. 335-384.

SOULET, Marc-Henri. « Les raisons d'un succès. La vulnérabilité comme analyseur des problèmes sociaux contemporains » in Axelle BRODIEZ-DOLINO, Isabelle VON BUELTZINGSLOEWEN, Benoît EYRAUD, et al. (eds.). *Vulnérabilités sanitaires et sociales. De l'histoire à la sociologie*. Rennes. Presses Universitaires de Rennes. 2014, p. 59-64.

Pratiques commerciales et populations vieillissantes– Rapport final

VASSALOS, Yiogros. *L'Europe de la finance Enquête sur la production de la régulation financière européenne (le cas de MiFID 2, 2009-2017)*. Strasbourg. Université de Strasbourg. 2020.

VIOLLE, Alexandre. « Agir en européen. Forme et présence de l'État dans la fabrique des décisions de supervision des acteurs de l'union bancaire », *Revue française d'administration publique*. 2021, vol.2 n° 178. p. 277-294.

WEBER, Amandine. « Des enquêtes nationales pour connaître l'aide apportée par les proches en raison d'un handicap ou d'un problème de santé », *Informations sociales*. 2015, vol.2 n° 188. p. 42-52.