

<http://www.latribune.fr/entreprises-finance/banques-finance/industrie-financiere/20120521trib000699514/les-banques-veulent-retrouver-du-creditethique.html>

BANQUES - 21/05/2012 | 16:23 - 641 mots

Les banques veulent retrouver du crédit...éthique



Un « J'aime ». Inscription pour voir ce qu'aiment vos amis.

Christine Lejoux

Les banques françaises mettent l'accent sur le développement durable. Engagement véritable ou simple opération de marketing destinée à les rabibocher avec l'opinion publique ?



BNP Paribas met l'accent sur le développement durable.
Copyright Reuters

Ethique et finance. Ces deux mots ne vont pas très bien ensemble, dans l'imaginaire populaire, depuis la crise financière de 2008. Pourtant, ou justement à cause de cela, **BNP Paribas** a présenté lundi une douzaine d'engagements en matière de responsabilité sociale et environnementale. La première banque française promet ainsi que la rémunération variable de ses commerciaux ne sera plus fonction des résultats obtenus sur ce qu'on leur aura demandé de privilégier, afin de ne pas inciter les forces de vente à placer à tout prix un produit très rentable pour la banque mais sans grand intérêt pour le client. BNP Paribas assure également que son objectif de compter 20% de femmes « senior managers » en 2012 sera dépassé. L'établissement dirigé par Jean-Laurent Bonnafé s'interdit aussi de financer des centrales à charbon polluantes dans des pays qui n'ont pourtant pas les moyens de

construire des équipements plus propres.

L'image des banques demeure mauvaise

Mais BNP Paribas, et les autres banques françaises, qui ne sont pas en reste en matière de communication sur leur politique RSE (responsabilité sociale d'entreprise), sont-elles décidées à aller jusqu'au bout de leurs démarches ? Ou le développement durable n'est-il pour elles qu'un argument marketing estiné à regagner les faveurs de clients exaspérés par les excès de la finance ? De fait, bien que l'image des banques françaises se soit améliorée au cours des trois premiers mois de l'année, elle demeure mauvaise. Selon le baromètre Posternak/Ipsos, BNP Paribas et Société Générale pointent respectivement à la 26ème et à la 28ème place d'un classement qui compte...30 entreprises françaises.

Des politiques de RSE sans ligne directrice

Les observateurs du secteur ne sont pas dupes. « Les banques veulent nous faire croire qu'elles ont pris le tournant de l'écologie et du social en faisant la publicité de leurs politiques de RSE. Mais la réalité sur le terrain est bien différente. Les grandes banques financent toujours davantage de projets destructeurs, violant les droits des communautés locales et portant atteinte irréversiblement à l'environnement et au climat », fulminait Juliette Renaud, chargée de campagne sur la Responsabilité des acteurs financiers aux Amis de la Terre, dans un rapport publié avec Attac en novembre dernier.

Plus nuancé, le cabinet de conseil en finance Selenis soulignait, quelques mois plus tôt, que « contrairement à l'opinion publique généralement répandue, les acteurs des services financiers se sont engagés depuis longtemps dans une démarche RSE, mais souvent de manière parcellaire et discontinue, selon la sensibilité du dirigeant et les priorités budgétaires, sans ligne directrice clairement affirmée. » Bref, sans en faire un axe majeur de leur développement, contrairement à la préconisation de Selenis.

« Etre responsable, c'est rentable »

Les choses semblent aujourd'hui évoluer. « La RSE est au cœur de notre métier et non à côté », affirme François Villeroy de Galhau, directeur général délégué chez BNP Paribas, en charge de la RSE. Chez Société Générale aussi, la politique de développement durable est définie par la direction générale, au même titre que les autres composantes de la stratégie de la banque. Il faut dire que la pression réglementaire est forte. Publié au Journal Officiel le 26 avril dernier, le décret d'application de l'article 225 de la loi Grenelle 2 a instauré un « reporting » obligatoire des informations sociales et environnementales, pour les entreprises de plus de 500 salariés et dont le chiffre d'affaires dépasse 100 millions d'euros.

La pression des consommateurs, elle aussi, se fait sentir. Plus des trois quarts des Français militent pour une plus grande implication de leur banque dans la RSE, selon une enquête réalisée en 2010 par TNS Sofres et HSBC. Surtout, « être responsable, c'est rentable », assure le cabinet Selenis, pour qui la RSE permet de réduire les risques et donc les coûts, de renforcer l'implication des collaborateurs de la banque, et d'accroître la fidélité des clients. Nul doute que les banques ont été sensibles à cet argument.