UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION

Mémoire de fin d'études
en vue de l'obtention du diplôme de Master
Option : finance

Thème :

L'analyse d'un cas de crédit dans le cadre de la gestion de portefeuille

Cas : Banque Natixis de Tizi-Ouzou

Présenté par :
MOUAS Sylia
MANCER Katia

Encadré par :
Mr CHALLAL Mohand

La soutenance publique a eu lieu devant un Jury composé de:
Président: ……
Examinateur: ……..
Encadreur: ……..

Le: …… À: ……

Promotion : 2016-2017

REMERCIMENTS

Nous remercions Dieu le tout puissant pour la persévérance, la santé, l'ouverture d'esprit et l'inspiration dont il nous a gratifiées.

Nous tenons à adresser nos vifs remerciements à tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à l'élaboration de ce présent travail.

Nous aimerions témoigner notre gratitude principalement :

A notre encadreur Mr CHALLAL Mohand, pour ses conseils précieux, ses remarques pertinentes, ses lectures attentives et ses corrections qui nous ont aidées à nous améliorer beaucoup plus chaque jour;

A Mr BOUAZIZ Hakim, inspecteur divisionnaire des impôts qui nous a été d'une aide précieuse en matière de la gestion de portefeuille;

A Melle BELHADEF Lilia, inspectrice divisionnaire des impôts qui de par son expérience, a su nous éclairer sur la démarche à suivre.

Nous remercions aussi tous ceux qui nous ont aidées à assembler les informations nécessaires pour l'élaboration du présent mémoire.

Dédicaces

À la personne qui m'a porté avant de voir le monde et qui me porte encore chaque seconde, qui a su m'épauler, me soutenir, supporter mes humeurs et pour laquelle tous les adjectifs de la terre sont incapables de décrire mon amour, ma gratitude et mon affection pour elle, à l'être qui m'est le plus cher, à mon aimable mère. Maman, si tu savais combien je t'aime.

À l'homme de ma vie celui qui a toujours su donner de sa personne pour nous, celui qui a fait de moi la femme que je suis aujourd'hui et qui m'a toujours soulevée dans les moments les plus difficiles de ma vie, à mon papa chéri que je ne remercierais jamais assez, papa je t'aime tellement .

À ma chère sœur Nassima, mes frères Massinissa, Rabah et mon petit bébé Hacène qui est ma bouffée d'air frais.

À Karim qui est toujours là pour moi, pour me soutenir, me redonner confiance en moi lors de mes moments de faiblesse, m'encourager à aller de l'avant, me surpasser et qui a su avoir les mots idéals aux moments opportuns.

Sans oublier mes chères amies Lyly, Nourilen, Maissa, « loin des yeux mais près du cœur » mais aussi Sarah, Fella et toutes les copines que j'ai connues tout au long de mon parcours scolaire, la liste reste encore longue..

À mes cousines Hassiba, Amina, ma petite poupée Nalia qui est le grain de folie de ma vie et qui redonne toujours goût à l'amertume du temps.

À toute la famille **MANCER**, *la famille* **METMER**, *ainsi que la famille* **HAMMANI.**

Et pour clore, à toutes les personnes honnêtes que j'ai pu croiser au cours de ma vie.

Katia

Dzdicaces

A ma chère grand-mère Djedjiga qui nous a quittés, paix à son âme, ainsi qu'à ma grand-mère Nouara qui m'a éduquée et fait grandir, puisse Dieu lui accorder longue vie.

A mon cher père, puisse ce travail constituer une légère compensation pour tous les nobles sacrifices que tu t'es imposé pour assurer mon bien être, mon éducation et ma façon de penser.

Qu'il soit l'expression de ma gratitude et ma grande considération pour le plus dévoué des pères que tu es. Puisse dieu te prêter longue vie, santé et bonheur. Père, je te remercie d'avoir fait de moi la femme que je suis aujourd'hui.

A la personne devant laquelle tous les mots de l'univers sont incapables d'exprimer mon amour et mon affection, à ma douce mère que j'aime tellement. Mère, je te remercie pour ton dévouement, ta tendresse et ton amour inconditionnel.

A mon cher frère Yanis.

Aux personnes qui m'ont apporté leur amour, soutien et bonheur dans ma vie.

A la femme à mon cousin, Karima qui m'a toujours encouragée et cru en moi.

A mes chères amies Imane et Fella qui m'ont soutenue lors des moments difficiles.

A tous ceux qui, de loin ou de près, ont contribué à la réalisation de ce travail.

A toutes les gens honnêtes.

Sylia

Liste des abréviations

ARTS: Algeria Real Time settlement.
ATD : avis tiers détenteur.
BAD : Banque Algérienne de Développement.
BADR : Banque Algérienne de Développement Rurale.
BEA : Banque Extérieure d'Algérie.
BNA : Banque Nationale d'Algérie.
BTP : Bâtiments et travaux publique.
BTPH : Bâtiment travaux publiques et hydraulique.
BPCE : Banque Populaire et Caisse d'Epargne.
CAD : la Caisse algérienne de Développement.
CAOC : Chargé d'Accueil et des Opérations Courantes.
CBE : Caution de bonne exécution.
CBM : crédit bail mobilier.
CNCE : la Caisse National des Caisses d'Epargne.
CNEP : Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance.
COT : Chargé des opérations techniques.
CPA : Crédit Populaire Algérien.
DRH : Direction des ressources humaines.
GCPP : gestionnaire clientèle professionnelle et particuliers.
MC : mouvements confiés.
RDO : responsable des opérations.
TVA : taxe sur la valeur ajoutée.
PEA : Plan d'épargne en action.

Liste des figures

Schéma n°1 : Rôle du banquier 58

Schéma n°2 : la distinction entre le front office et le back office 82

Schéma n°3 : Organigramme de l'agence n°151 de Tizi-Ouzou 85

Schéma n°4 : NATIXIS en chiffres.....91

Liste des tableaux

Tableau n°1 : Mode de gestion de portefeuille 53

Tableau n°2 : Les garanties du client 97

Tableau n°3 : Les différents crédits et avances accordés à la SNC, en Millions de DA.....99

Sommaire

Introduction générale 10

Chapitre 1 : Le système bancaire et les notions relatives au service portefeuille 12

Introduction 13

Section 1 : Historique du système bancaire et financier Algérie 14

Section 2 : Généralités sur l'activité bancaire 20

Section 3 : Le service portefeuille 35

Conclusion 46

Chapitre 2 : Présentation et opérations liées à la gestion de portefeuille 47

Introduction 48

Section 1 : La Gestion de portefeuille et la segmentation 49

Section 2 : l'évolution du portefeuille bancaire 60

Section 3 : Le suivi de la relation commerciale 68

Conclusion 77

Chapitre 3 : Segmentation et étude d'un cas de crédit..... 78

Introduction 79

Section 1 : Présentation de la banque NATIXIS 80

Section2 : La description du travail de l'agence 86

Section 3 : Segmentation de la clientèle et étude d'un cas de crédit octroyé à un professionnel 92

Conclusion..... 101

Conclusion générale..... 102

Introduction générale

Dans toute économie, la banque joue un rôle important. Elle est l'une des premières ressources de financement de l'activité économique. Acteur majeur des économies contemporaines et partenaire habituelle des entreprises et des particuliers, elle est constamment confrontée à la prise de décisions avec un avenir risqué. En tant que firme, elle présente des spécificités qui nécessitent et justifie l'existence d'outils d'analyse et de gestion qui lui sont propres.

Le système bancaire moderne se compose d'une banque centrale et des banques secondaires.

La libéralisation du secteur bancaire est intervenue par la promulgation de la loi n°90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit. Les premiers signes de concurrence ont émergé depuis la fin des années quatre-vingt-dix, avec l'entrée dans ce secteur de banques et établissements financiers privés (nationaux et étrangers). Cette ouverture conjuguée à l'important renforcement patrimonial des banques publiques, a constitué un fort potentiel d'amélioration de l'intermédiation bancaire.

Afin d'éviter leur déclin, les banques doivent chercher de nouvelles méthodes pour rentabiliser les fonds qu'elles détiennent, soit par l'offre de nouveaux services soit par leur association direct avec les investisseurs afin de garantir une nouvelle source de revenus. Ces raisons stratégiques ont amené les banques à se constituer des portefeuilles (valeurs mobilières, effets de commerces…).

Une banque privée est une banque spécialisée dans la gestion de portefeuille et du patrimoine, elle rend des services financiers très personnalisés et sophistiqués «Private Baking» en anglais, souvent résumé sous l'expression « gestion de portefeuille », à des particuliers détenant un patrimoine net

Un portefeuille se définit comme un regroupement d'actifs. Pour accroitre sa valeur ou réaliser des projets, une bonne stratégie d'épargne et d'investissement doit être mise en œuvre.

La gestion de portefeuille consiste à investir des actifs dans le but d'amplifier la valeur d'un patrimoine financier ou de réaliser certains projets. Puisque elle peut se faire sur différents horizons de placement et doit prendre en considération des besoins de liquidité et de décisions, elle requiert l'expertise, l'expérience et l'objectivité. Celle-ci repose sur le principe

de segmentation qui élabore la classification des clients en sous-groupes à critères homogènes qui permettra à la banque d'avoir une meilleure rentabilité.

Notre travail de recherche porte sur « L'analyse d'un dossier de crédit dans le cadre de la gestion de portefeuille ». Cela nous ramène à poser la problématique suivante : « Afin d'optimiser les ressources limitées dont dispose le chargé clientèle, comment gère-t-il son portefeuille ? »

De cette question principale, découle les questions secondaires qui sont les suivantes:

- Comment le GCPP trie-t-il les clients qui composent son portefeuille?
- Comment répondre aux multiples exigences des clients et les faires correspondre entre elles dans le cadre d'une offre commerciale?
- Comment ce déroule l'opération d'octroi de financement bancaire?

La méthodologie suivie dans le cadre de ce travail est de type descriptif, qui consiste dans la partie théorique, en la présentation des différents aspects de notre thème, tout en nous basant sur la recherche bibliographique (ouvrages, mémoires, articles, lois) relative au système bancaire et à la gestion de portefeuille, et pour une meilleure compréhension, notre travail est suivi d'une étude analytique qui est fondée sur l'exploitation des documents internes fournis par la banque privée Natixis.

Afin d'apporter des éléments de réponse à nos interrogations, nous avons jugé utile de scinder notre travail en trois chapitre.

Chapitre 1: Le système bancaire et les notions relatives au service portefeuille.

Chapitre 2 : Présentation et opérations liées à la gestion de portefeuille.

Chapitre 3 : Segmentation et étude d'un cas de crédit.

Chapitre 1 : le système bancaire et les notions relatives au service portefeuille.

Chapitre 1 : le système bancaire et les notions relatives au service portefeuille

Introduction

Au lendemain de l'indépendance de l'Algérie, l'édification d'un système bancaire national s'effectue en plusieurs étapes, et ce, selon une double orientation :

- la première orientation consiste à récupérer l'un des attributs de la souveraineté par la création d'un institut d'émission spécifiquement algérien, la banque centrale d'Algérie, et d'une monnaie nationale : le dinar algérien.
- La seconde orientation va dans le sens des résolutions de la charte d'Alger[1] qui est, au lendemain de l'indépendance, le document de référence, notamment en matière économique.

La charte d'Alger fixe comme objectif de doter le pays d'instruments monétaires et financiers adaptés à un nouveau type d'économie, qui est à promouvoir, par l'absorption par le secteur planifié de l'ensemble des établissements de dépôts et de crédits, d'une part, et par la création de banques nationales, d'autres part. Le système bancaire qui en résultera, en 1966, sera transformé, à partir de 1970, dans son rôle, ses missions et son fonctionnement, pour être en adéquation avec les exigences d'une économie planifiée.

Un nouveau cadre de réformes est mis en place en 1990 par la loi relative à la monnaie et au crédit, cette derniere a induit à l'entrée de l'économie de marché.

La banque n'est pas une entreprise comme les autres, elle est donc particulière et elle a ses spécificités. Certes, comme toute entreprise, elle a un statut juridique, une organisation, un système de pilotage, des produits, une stratégie, mais elle crée de la monnaie, elle recueille l'épargne du public et elle gère les moyens de paiement.

Ce présent chapitre est composé de trois sections: la première consiste à donner un aperçu sur l'historique du système bancaire algérien, la seconde aborde des généralités sur l'activité bancaire et la dernière est consacrée au service portefeuille.

[1] Charte d'Alger : premier congrès du FLN 16/21 Avril 1964.

Chapitre 1 : le système bancaire et les notions relatives au service portefeuille

Section 1 : Historique du système bancaire et financier algérien

Au plan institutionnel, le système est passé dans son évolution par différentes phases qui ont eu pour effet de le priver de son attribution primaire.

Sans revenir dans les détails sur l'état des lieux ayant affecté le système bancaire, nous allons mettre en relief les principales phases qui ont marqué l'évolution du système bancaire algérien.

De ce fait, l'analyse du système bancaire algérien couvre deux phases distinctes selon les principales étapes traversées depuis l'indépendance. Elles correspondent aux grandes phases du développement économique et social de l'Algérie :

• 1ére phase: Elle couvre la période allant de 1963 à 1987;

• 2éme phase: Elle concerne la période allant de1988 jusqu'à nos jours.

I. Première Phase : Le système bancaire algérien de l'indépendance jusqu'à la période de la planification « De 1963 à 1987 »

Durant cette phase, il a été constaté l'émergence d'un système bancaire authentiquement algérien grâce à une « volonté d'indépendance » due aux attributions de la souveraineté de l'Etat algérien.

L'Algérie s'est dotée, dès le 12 décembre 1962, de l'institut d'émission au plein sens du terme, celui-ci avait pour mission de « créer et de maintenir dans le domaine de la monnaie, du crédit et du change, les conditions les plus favorables à un développement ordonné de l'économie nationale »[2].

Dès 1963, l'Algérie dispose de la Caisse Algérienne de Développement (CAD) devenue par la suite la Banque Algérienne de Développement (BAD), en tant qu'institution de financement de l'effort de développement. Elle servira jusqu'au 1970 d'instrument d'exécution du budget de l'Etat et accessoirement du financement de quelques projets d'investissement.

Le système de collecte de l'épargne populaire aux fins de financement du logement a été organisé en 1964 ; géré par la CNEP, il est resté inchangé dans ses fondements.

Créées à l'origine (1966-1967) en tant que banques à vocation générale, la BNA, le CPA et la BEA ont été édifiées sur le réseau, limitées aux principaux centres urbains, des filiales et succursales, ces trois institutions nationales fonctionnent conformément aux règles

[2] AMMOUR.B, « Le système Bancaire Algérien », Textes et Réalité , 2e édition Dahleb, Alger, 2001, page 26.

universellement admises et telles que reconduites dans la loi de décembre 1962, portant création de la Banque Centrale d'Algérie.

C'est entre la période 1970-1971 que les banques sont appelées à vivre l'évolution décisive de leur histoire par la mise en place d'un système de planification fondé sur l'allocation centralisée des ressources.

Pour consolider l'action de planification, deux organes techniques à caractère consultatif ont été mis en place dès 1973, et bien plus loin, la création de nouvelles banques.

- Les Organes Consultatifs

- Le conseil de crédit qui a pour rôle de formuler des avis, recommandations et observations en matière de monnaie et de crédit ;
- Le comité technique des institutions bancaires qui est chargé de rechercher la rationalisation et l'uniformisation de la gestion des institutions financières.

- La création des Banques spécialisées

– La BADR pour l'agriculture (en 1982) ;
– La BDL pour les unités économiques régionales et locales (en 1985).

II. Deuxième Phase : Le Système bancaire algérien et les réformes économiques « de 1988 à nos jours »

1. Ouverture et partenariat (de 1988 à 2001)

Depuis 1988, l'économie algérienne va connaître plusieurs réformes. La première est axée sur l'autonomie de l'entreprise publique et la création des fonds de participation[3]. Les banques commerciales sont considérées comme des entreprises publiques économiques[4].

Un nouveau cadre de réformes est mis en place en 1990 par la loi relative à la monnaie et au crédit[5].

Cette loi apporte des aménagements importants dans l'organisation et le fonctionnement du système bancaire.

La loi relative à la monnaie et au crédit a été élaborée sur la base du principe de l'indépendance de la banque centrale par rapport au pouvoir exécutif, et ce, par la création d'un nouvel organe qui joue à la fois le rôle d'autorité monétaire et de conseil d'administration de la banque centrale.

[3] Loi n°88-03 du 12 janvier 1988 relative aux fonds de participation.
[4] Loi n°88-01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques.
[5] Loi N° 90-10 du 10 avril 90 relative à la monnaie et au crédit.

Ce nouveau cadre remplace celui prévu par la loi n°86-12 du 19 août 1986 modifié par la loi n°88-06 du 12 janvier 1988, relative au régime des banques et du crédit dénommée communément « loi bancaire ».

Bien que cette loi (n°88-06 du 12 janvier 1988) n'ait pas été mise en œuvre, il est utile d'analyser les principales dispositions relatives au système bancaire national. Cette loi prévoit:

- l'élaboration d'un plan national de crédit ;
- la participation du système bancaire dans le processus du financement de l'économie[6].

La loi bancaire donne une classification des différentes composantes du système bancaire. Celui-ci est composé de la banque centrale et des établissements de crédit. Ces derniers sont eux-mêmes répartis en deux catégories d'établissements :

- les établissements de crédit à vocation générale ou banques, qui sont habilités à effectuer toutes les opérations de banque ;
- les établissements de crédit spécialisés qui ne peuvent collecter que les catégories de ressources et n'octroyer que les catégories de crédits, relevant de leur objet.

La loi relative à la monnaie et au crédit de 1990 va abroger la loi bancaire et instaurer un nouveau cadre pour le système bancaire national. Il y a eu des changements profonds dans l'organisation de l'activité bancaire dont les objectifs peuvent être résumés comme suit :

- La mise en place d'un système bancaire efficace capable de mobiliser des ressources et les orienter vers des emplois productifs ;
- La lutte contre l'inflation et les fuites de capitaux ;
- La non-discrimination entre les opérateurs économiques publics et privés ;
- La promotion des investissements étrangers utiles ;
- La réduction des services de la dette.

Durant la période 1994-1998, couverte par le programme d'ajustement structurel, le système bancaire algérien a connu des changements suite aux accords avec la Banque Mondiale et le Fonds Monétaire International.

L'ouverture du système bancaire algérien en direction du secteur privé national et étranger a été accélérée en 1998, à l'achèvement du programme d'ajustement structurel.

A la fin de 2001, le système bancaire algérien est composé de vingt-six (26) banques et établissements financiers publics, privés et mixtes agréés par le conseil de la monnaie et du crédit.

[6] Loi n°88-06 du 12 janvier 1988

A côté de cet ensemble d'intermédiaires financiers, il est à rappeler l'existence :

- De l'institution d'émission, la Banque d'Algérie (BA) qui a pris la place de la Banque Centrale d'Algérie (BCA) ;
- Du Trésor avec ses services décentrés, les trésoreries de wilaya qui relèvent du ministère des finances et qui font des opérations de banque (Collecte des ressources)[7].

Les banques publiques n'ont été agréées par le conseil de la monnaie et du crédit (CMC) qu'à partir 1997. En d'autres termes, depuis 1990 et jusqu'à leur agrément, le conseil de la monnaie et du crédit a permis à ces banques publiques d'exercer en toute légalité.

La date de leur agrément par le conseil de la monnaie et du crédit est reprise ci-dessous :

- La CNEP agréée le 06/04/1997 ;
- Le CPA agrément du 06/04/1997 ;
- La BNA agrément du 25/09/1997 ;
- La BEA agrément du 17/02/2002 ;
- La BADR agrément du 17/02/2002 ;
- La BDL agrément du 17/02/2002.

A côté de ces six (06) banques publiques, il est à relever l'existence :

- De la CNMA, qui a été agréée par le CMC le 06/04/1997 pour effectuer des opérations de banque, alors que le ministère des finances a agréé ce même établissement pour effectuer des opérations d'assurance ;
- De la BAD (banque algérienne de développement).

Le système bancaire algérien, tout en étant largement ouvert depuis 1998, est dominé par les six banques publiques nationales qui collectent 90% des ressources avec lesquelles elles procèdent à la distribution de crédits. Les parts de marché des banques privées sont faibles, ce qui s'explique par :

- Le fait que le secteur bancaire privé soit de création récente ;
- Les banques et les établissements financiers étrangers sont dans une situation d'attente et d'observation de la politique algérienne en matière de réformes économiques, en général, et de réforme du système bancaire, en particulier ;
- Le secteur bancaire privé national oriente son action beaucoup plus sur les financements d'opérations spéculatives dont la rentabilité est immédiate (financement des importations) que sur le financement du développement des entreprises.

[7] Ordonnance n°01-01 du 27 février 2001.

2. Les aménagements apportés en 2003

L'activité bancaire en Algérie s'est nettement améliorée depuis la promulgation de la loi sur la monnaie et le crédit en 1990. En 2003, la promulgation de l'ordonnance n°03 -11, du 26 août 2003, relative à la monnaie et au crédit, qui a abrogé cette loi, s'inscrit dans le même sillage et offre un nouveau cadre juridique pour l'exercice des opérations de banque. L'ordonnance n°03-11 du 26 août 2003, a permis de clarifier certaines dispositions insuffisamment explicitées par la loi sur la monnaie et le crédit.

La BA a pour mission générale de veiller à la stabilité interne (prix) et externe (le taux de change de la monnaie). A ce titre, elle élabore et met en œuvre la politique monétaire.[8]

De plus, l'ordonnance n°03-01 maintient la libéralisation du secteur bancaire, renforce les conditions d'installation et introduit de nouvelles prescriptions, en matière de supervision des banques et des établissements financiers.

De son côté, la BA a mis en place des mécanismes plus affinés de surveillance, de veille et d'alerte. En outre, elle gère et organise trois centrales : des risques, des impayés, et des bilans, au niveau de sa direction générale du crédit et de réglementation bancaire (DGCRB), afin de maintenir une bonne et prudente conduite des politiques de crédit par les banques et établissements financiers.[9]

L'ordonnance bancaire 10-04 du 26 août 2010 vient modifier et compléter l'ordonnance bancaire 03-11. En effet, elle introduit de nouveaux durcissements concernant la législation réglementant l'activité des banques étrangères installées en Algérie.

La nouvelle ordonnance bancaire 10-04 stipule que « L'Etat détient une action spécifique dans le capital des banques et établissements financiers à capitaux privés, en vertu de laquelle, il est représenté, sans droit de vote, au sein des organismes sociaux ».[10]

En parallèle, l'ordonnance bancaire 10-04 oblige aussi les intérêts algériens à détenir la majorité du capital (51%) dans des banques et établissements financiers lancés par les investisseurs étrangers. Ainsi, les banques et établissements financiers à capitaux privés, nationaux ou étrangers doivent obtenir l'autorisation de l'Etat pour céder des actions à des tiers.

Aussi, il est à souligner que les cessions d'actions doivent être conclues sur le territoire national, et l'Etat dispose d'un droit de préemption sur ses actions[11].

[8] Article 35 de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003.
[9] Article 56 de l'ordonnance 03-11 du 26août 2003.
[10] Article 6 de l'ordonnance 10-04 du 26 août 2010.

3. L'état actuel du système bancaire algérien

Les banques des pays du Golfe et la finance islamique sont en train de rogner des parts de marché mais elles sont encore loin des résultats obtenus par les banques françaises qui ont largement profité des commissions bancaires que leur avaient permis d'engranger la formule du crédit documentaire imposée quatre années durant à tous les importateurs algériens.

Les banques privées appartenant à des algériens ont toutes été fermées sur instruction de la Banque d'Algérie. Pour ce faire, cette dernière avait exigé de leurs propriétaires un apport en capital qu'elles n'étaient pas ne mesure d'apporter. Il n'existe de ce fait pas une seule banque privée authentiquement algérienne. Une étrangeté de plus dans ce pays qui nous a habitué à faire sans rechigner[12] avec ce genre d'anomalies qui n'ont aucune chance de se produire sous d'autres cieux.

En plus des banques publiques citées auparavant, le système bancaire algérien de nos jours est composé[13] aussi de :

- Douze banques à capitaux privés totalement ou majoritairement étrangers :

- City Bank Algérie (succursale de banque) ;
- Arab Banking Corporation – Algeria (ABC);
- NatixisAlgérie;
- Société Générale Algérie;
- Arab Bank plc Algeria (succursale de banque);
- BNP Paris-Bas Al Djazaïr;
- Trust Bank Algeria;
- The Housing Bank for Trade and Finance – Algeria;
- Gulf Bank Algérie;
- França Bank Algérie.
- Al rayan Algerian bank ;
- Crédit Agricole CIB.

- Une banque à capitaux mixtes (groupe saoudien Dalah Al Baraka/BADR) :

- Bank Al Baraka d'Algérie.

- Trois banques autorisées, mais encore agréées :

- HSBC Algérie;

---

[11] ID.

[12] GRIM.N, Article « Le système bancaire algérien en panne: L'urgence d'une réforme qui accorde davantage de place au privé », publié le 16 juin 2017, sur Algérie Eco.

[13] IMENE.A, « Banque d'Algérie: 20 banques et 9 établissements financiers agréés », publié le 29 mai 2016, sur Algérie Eco.

- Calyon Algérie;
- Al salam Bank Algérie.

- huit établissements financiers dont :

- Société de Refinancement hypothécaire (SRH) ;
- Sofinance SPA;
- La société nationale de leasing ;
- Maghreb leasing Algeria (MLA);
- Arab Leasing Corporation (ALC);
- Cetelem Algérie;
- Ijar leasing Algeria(SPA) et EL Djazairijar (SPA).

Section 2 : Généralités sur l'activité bancaire

I. La notion de banque

On va définir la banque et présenter ses rôles et missions.

1. Définition

Pour exposer la notion de la banque, nous empruntons notre définition à l'économiste Olivier Pastré: « La banque est désormais une institution articulant divers métiers financiers. Fonctionnant comme une -pompe- capable d'aspirer des dépôts et de refouler des crédits aux caractéristiques extrêmement marquées (en termes de risque, de proximité de clientèle, d'économies d'échelle, de récurrence des revenus, de besoins en fonds propres, de capacité d'internationalisation...), selon des formes d'organisation de plus en plus différenciées et à destination de marchés de plus en plus segmentés ».[14]

2. rôles et missions

- La banque est un établissement à caractère spécial, régi par les normes et les lois d'une entreprise moderne et disposant d'un pouvoir « magique » qui est celui de la création monétaire et de l'octroi de crédit ;
- Le métier de banquier correspond à des opérations qui lui sont bien réservées et déterminées, il consiste principalement en la réception des fonds du public, les opérations de crédit ainsi que la mise à disposition de la clientèle des moyens de paiement et la gestion de ceux-ci ;

[14] OLIVIER.P, Banque, disponible sur paulsoriano.fr, consulté le 01/10/2017.

- L'activité de la banque évolue dans un environnement universel caractérisé par des relations d'affaires et commerciales. Elle est fortement liée à la notion du risque et de l'incertitude[15].

En Algérie, comme ailleurs, le rôle de la banque est de participer à la satisfaction des besoins divers des agents économiques, il peut s'agir de besoins d'ordre financier et/ou de besoins de services.

Ainsi, les besoins de la clientèle peuvent porter aussi bien sur les capitaux que sur les services nécessaires au bon déroulement des activités qu'ils envisagent.

II. Les soldes intermédiaires de gestion de la banque (SIG)

Les soldes intermédiaires de gestion constituent, pour tous les observateurs des comptes des établissements de crédit, un outil indispensable. Ils permettent en effet de mettre en évidence de façon claire, les principales composantes qui sont à l'origine du résultat net[16].

Ce sont des indicateurs d'analyse de la rentabilité d'une entreprise. Ils sont obtenus par l'éclatement du compte de résultat en postes de produits et de charges de même nature, dans le but d'expliquer la formation du résultat.

1. Le produit net bancaire (PNB)

Le premier SIG intégré dans le compte de résultat d'un établissement bancaire est le PNB. Le PNB est un indicateur qui rend compte de l'ensemble des activités de la banque (dans ses différentes fonctions, d'intermédiation, de marché, etc.) et détermine sa marge brute. Il s'obtient donc en soustrayant à la somme des produits d'exploitation la somme des charges d'exploitation.

Les principaux composants du PNB sont :

- les intérêts perçus sur la clientèle et ceux versés aux tiers ;
- les produits du portefeuille: titres et participations ;
- les autres produits d'exploitation bancaires (essentiellement les commissions sur services).

Les commissions sur services sont de plus en plus recherchées par les banques pour améliorer leur rentabilité et parce qu'elles ne sont pas sensibles aux variations de taux.

[15] L'ordonnance 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et aux crédits, article 66.
[16] Bulletin de la commission bancaire n° 10 - avril 1994, page 9.

2. Les autres ratios

- Le ratio de structure du PNB (commissions nettes/PNB) qui précise la part des produits issus de l'activité de prestataire de services d'un établissement;
- Le ratio de productivité globale (charges générales d'exploitation/PNB), appelé aussi « Coefficient d'exploitation », qui indique la part du PNB absorbé par les frais généraux de l'établissement;
- Le ratio de productivité par agent (PNB/effectif)[17].

III. Les opérations de banque

Pour la plupart de leurs opérations, les banques sont libres d'en déterminer les caractéristiques. Toutefois, pour des motifs relevant de la politique économique, de la clarification des relations de la banque avec sa clientèle ou d'une approche prudentielle, plusieurs d'entre elles sont réglementées.[18]

La loi du 24 janvier 1984 relative à l'activité et au contrôle des établissements de crédits, distingue trois catégories d'opérations de banque qui constituent l'essence de l'intermédiation financière.

- La réception des dépôts du public, c'est-à-dire les fonds apportés par des tiers, utilisés par l'établissement de crédit pour son propre compte et remboursables ;
- La distribution de crédits (crédit décaissé, engagement par signature mais également le crédit-bail et les locations assorties d'une option d'achat) ;
- La mise à disposition de la clientèle et la gestion de moyens de paiements.

1. Les aspects légaux

Les opérations de banque sont les activités par lesquelles les établissements de crédit se sont vus reconnaître un quasi-monopole.

Les trois articles 67, 68 et 69 définissent chacune de ces opérations comme suit :

- « Sont considérés comme fonds reçus du public les fonds recueillis de tiers, notamment sous forme de dépôts, avec le droit d'en disposer pour son propre compte, mais à charge de les restituer. Toutefois, ne sont pas considérés comme fonds reçus du public, au sens de la présente ordonnance :

[17] BEGUIN.J et BERNARD.A, «L'essentiel des techniques bancaires », Éditions Groupe Eyrolles, Paris, 2008. P. 8
[18] COUSSERGUES.S, « Gestion de la banque du diagnostic à la stratégie »,4e édition, DUNOD, Paris, 2005. P. 47

- les fonds remis ou laissés en compte par les actionnaires détenant au moins cinq pour cent (5%) du capital, les administrateurs et les gérants ;
- les fonds provenant de prêts participatifs ».

- « Constitue une opération de crédit, au sens de la présente ordonnance, tout acte à titre onéreux par lequel une personne met ou promet de mettre des fonds à la disposition d'une autre personne ou prend, dans l'intérêt de celle-ci, un engagement par signature tel qu'aval, cautionnement ou garantie. Sont assimilées à des opérations de crédit, les opérations de location assorties d'options d'achat, notamment le crédit-bail [19]».
- « Sont considérés comme moyens de paiement tous les instruments qui permettent à toute personne de transférer des fonds, et ce, quel que soit le support ou le procédé technique utilisé »[20].

2. Présentation des opérations de banque

On peut présenter les opérations de banque à l'aide du bilan bancaire et le hors bilan ainsi que le compte de résultats. La réglementation bancaire (règlement du CMC n° 92-08 du 17/11/92 et l'instruction de la BA n° 43-94 du 11/07/94) impose aux banques et établissements financiers, de droit algérien, la confection du bilan et du hors bilan et du compte de résultats selon une nomenclature spécifique à l'activité bancaire.

2.1. Le bilan et le hors bilan

Le bilan d'une banque comme celui de toute entreprise, est un état patrimonial des créances et dettes à une date donnée. Il comprend un actif qui enregistre les avoirs et créances, et un passif qui enregistre les dettes et les fonds propres et un hors bilan qui, pour les établissements de crédit, enregistre de nombreuses opérations de banque[21].

2.2. Compte de résultats

Le compte de résultats est un document permettant de voir combien l'entreprise a fait de chiffre d'affaires sur une période appelée exercice comptable et si, au final, elle en a retiré un bénéfice ou une perte. Contrairement au bilan comptable qui récapitule le patrimoine d'une entreprise et ses variations depuis la création de l'entreprise, le compte de résultats ne

[19]DRAY.J, Les conditions de fond de l'opération de crédit, disponible sur legavox.fr, consulté le 24/09/2017.
[20]Code monétaire et financier, L. 311-3.
[21]COUSSERGUES.S, op.cit, Page 47.

s'intéresse pas au passé mais uniquement à l'année qui vient de s'écouler, il permet de recomposer et de comprendre la formation du résultat en recensant les produits et les charges de l'année et en les comparant selon leur nature (courante, financière, exceptionnelle).

3. Les divers comptes bancaires

Il y a divers comptes bancaires qui peuvent être classés selon le caractère du client et la nature des opérations qu'il traite, à savoir :

- les comptes à vue ;
- les comptes d'épargne et de placement ;
- les comptes spéciaux.

3.1. Les comptes à vue

Le compte à vue, également appelé compte courant, sert à effectuer les opérations financières quotidiennes.

3.1.1. Le compte de chèques

Le compte de chèques est ouvert aux particuliers, aux personnes physiques et aux personnes morales non commerçantes. Il fonctionne en position créditrice, c'est-à-dire sans autorisation de découvert, tout comme il n'admet pas d'escompte de chèques ou d'effets de commerce.

3.1.2. Le compte courant

Le compte courant est ouvert habituellement aux commerçants et/ou industriels, aux sociétés commerciales ou industrielles, pour les besoins de leur activité.

C'est un compte à vue qui, outre les opérations de versement et de retrait, comme dans le cas d'un compte de chèques, peut éventuellement présenter une position débitrice, c'est-à-dire enregistrer des opérations de crédit bancaire.

3.1.3. Les autres formes de comptes à vue

Il existe quatre types de comptes.

a. Les comptes pour personnes ayant une activité de profession libérale

Les professionnels qui exercent une activité libérale ont par définition un temps de travail avec des amplitudes horaires libres. En outre, ils facturent leurs prestations sous la forme d'honoraires.

D'une manière générale, les besoins bancaires d'une personne exerçant une profession libérale sont simples et sont même très proches des besoins que peuvent avoir un simple particulier. Bien que ces besoins diffèrent tout au long de l'activité de ces professionnels, il est tout de même anormal de trouver des pratiques tarifaires parfois deux fois supérieures en banque pour profession libérale par rapport à une banque pour particulier. Ces professions doivent :

- avoir les fonds nécessaires pour le lancement de leur activité via des services bancaires classiques (carte bancaire, compte courant, dépôt de chèque, etc.) mais aussi des prêts bancaires ;
- bénéficier d'un fonds de roulement ;
- constituer une solution d'épargne-retraite par exemple[22].

b. Les comptes collectifs

Le compte collectif est ouvert à plusieurs personnes jouissant de leur pleine capacité, qui en sont ensemble titulaires.

En plus des documents prévus par ailleurs, l'ouverture d'un compte collectif donne lieu à la signature par les cointéressés d'une lettre par laquelle ils déclarent que pour toutes les opérations faites à ce compte, il y aura solidarité et indivisibilité entre eux et, éventuellement, entre leurs héritiers ou représentants.

c. Les comptes « joints »

Le compte « joint » est ouvert à deux ou plusieurs personnes physiques capables (y compris à deux époux, sauf si ceux-ci sont mariés sous des régimes restreignant la libre disposition des biens propres de l'épouse). Les Co-titulaires ont la possibilité de se donner réciproquement les pouvoirs.

Le compte « joint » peut être ouvert avec la clause de solidarité active qui rend chacun des titulaires créanciers du banquier pour la totalité de l'avoir.

d. Divers autres comptes

II est possible d'ouvrir des comptes à des clients de passage ou ne faisant pas d'opérations suivies et uniquement pour enregistrer des opérations isolées se soldant entre elles dans les délais les meilleurs. Les comptes divers ne sont pas arrêtés en intérêts.

[22] Banque pour profession libérale, disponible sur capitaine-banque.com, consulté le 01/10/2017.

3.2. Les comptes d'épargne et de placement

Un compte d'épargne est un compte sur lequel vous pouvez facilement placer et retirer de l'argent à court terme. Un compte d'épargne est aussi appelé "livret de dépôt", "dépôt d'épargne", "livret d'épargne".

3.2.1. Le compte livret d'épargne

Dans le cadre de l'encouragement de l'épargne, la banque peut ouvrir des comptes livret d'épargne mais aux seules personnes physiques. Il n'est ouvert qu'un seul compte par personne. Il est délivré pour chaque compte un livret destiné à enregistrer toutes les opérations de dépôts et de retraits.

Les mineurs sont admis à se faire ouvrir un livret épargne sans l'intervention de leur représentant légal. Ils peuvent également effectuer des retraits après l'âge de 16 ans sauf opposition de leur représentant légal[23].

3.2.2. Les comptes de dépôts à terme

Le compte de dépôt à terme (DAT) est celui dont le titulaire (personne physique ou morale) s'est engagé à laisser à la disposition de la banque une certaine somme pendant un délai déterminé qui ne peut être inférieur à trois (3) mois.

Le DAT peut servir de garantie à des crédits sollicités et octroyés dans le cadre réglementaire. L'ouverture d'un compte de dépôt à terme donne lieu à la signature par le client d'un engagement écrit.

Les indications concernant le montant et la durée du dépôt, le taux d'intérêt convenu, doivent y être portées.

3.3.3. Le bon de caisse

Titre à ordre ou au porteur émis par les banques en contrepartie d'un dépôt, portant intérêt et remboursable à une échéance fixe[24].

La souscription d'un bon de caisse peut être effectuée par une personne physique ou morale sous la forme nominative, au porteur ou anonyme. Le bon de caisse peut être remboursé par anticipation. Dans ce cas, les intérêts sont réajustés en fonction de la durée réelle du placement et une pénalité sera ensuite appliquée conformément aux conditions de banque.

[23] Art. 172 Loi Monnaie et Crédit.
[24] Document interne à la Natixis.

3.3. Les comptes spéciaux

On entend par «comptes spéciaux», tous les comptes régis par la réglementation du commerce extérieur et des changes.

4. Les crédits bancaires

Les crédits accordés par les banques sont de variétés diverses en réponse aux besoins variés des agents économiques : entreprises et particuliers.

Plusieurs classifications des crédits bancaires sont possibles :

- selon la durée, on a les crédits à court, moyen et long terme ;
- selon la destination économique, on a des crédits à la production (exploitation et investissement) et à la consommation ;
- selon la destination géographique, on a des crédits destinés à l'économie nationale et des crédits destinés aux opérations internationales.

Pour les besoins du présent mémoire, on retient les crédits octroyés aux particuliers ainsi qu'aux entreprises (portefeuille client).

4.1. Les crédits octroyés aux particuliers

On y adopte la classification suivante :

- Le crédit à la consommation ;
- Le crédit immobilier ;
- Les autres formes de crédits.

4.1.1. Le crédit à la consommation

a. Définition

C'est une nouvelle catégorie de crédit, un nouveau mode de financement des particuliers.

Il est consenti pour l'acquisition des biens non consommables mais durables, il ne s'agit pas donc d'un crédit destiné à la consommation stricto-sensu ou même de la destruction des richesses.

b. Avantages du crédit à la consommation

La mise en place des crédits à la consommation a des avantages pour les acteurs qui y interviennent en l'occurrence la banque, l'acheteur et le vendeur, à savoir:

- **Avantages pour la banque**

- Il permet une diversification des produits proposés à la clientèle et ainsi une ouverture sur un nouveau marché et de nouvelles techniques de maximisation de la rentabilité ;
- Avec une bonne maîtrise des coûts, il permet de dégager une bonne rentabilité ;
- Permet à la banque de confirmer son rôle d'intermédiaire entre les différents agents économiques : rôle nécessaire pour son succès et sa pérennité.

- **Avantages pour l'acheteur**

- Il permet l'acquisition de biens ou services et bénéficier d'une facilité de paiement[25] ;
- D'acquérir les biens plus tôt et d'en disposer immédiatement.

- **Avantages pour le vendeur**

- Il lui permet de vendre davantage de ses produits et réaliser ainsi un bon chiffre d'affaires ;
- N'assume pas la charge du crédit ;
- Sa trésorerie reste intacte, il n'a pas à subir des retards de paiements ;
- Etablit des liens étroits avec son banquier et peut en tirer profit pour financer son exploitation ou ses investissements.

Nous tenons à signaler que dans le registre des crédits à la consommation se trouve une forme très réputée ces dernières années et qui est le « *prêt véhicule* ».

Le crédit véhicule est un concours accordé aux particuliers en vue d'un financement partiel pour l'acquisition d'un véhicule de tourisme neuf à usage personnel, et ce, auprès d'un concessionnaire agréé.

4.1.2. Les crédits immobiliers (hypothécaires)

Ils sont des prêts conçus pour financer l'acquisition de logements neufs, la rénovation, l'extension ou encore l'acquisition de logements d'occasion.

Cette forme de crédit s'est beaucoup développée ces dernières décennies en raison du vif intérêt que portent les particuliers aux biens immobiliers.

La procédure d'octroi d'un crédit immobilier sera traitée avec plus de détails lors du montage de dossier de crédit aux particuliers.

En Algérie, malgré un très fort engouement à l'égard du logement, une seule forme de crédit immobilier est pratiquée, il s'agit du « crédit hypothécaire classique ».

C'est un concours visant le financement de l'habitat. La garantie pour ce type de concours est constituée d'une hypothèque du premier rang sur le logement à financer et d'une

[25] DELPORTE.J-M « le crédit à la consommation en 28 questions », édition économica, Bruxelles, 2015.

délégation de la police d'assurance au profit de l'établissement prêteur, portant sur le montant total du logement à financer.

Seules les personnes physiques, juridiquement capables, et de nationalité algérienne, ou les personnes en situation de détachement à l'étranger pour des missions temporaires, peuvent être éligibles au crédit immobilier. Elles devront, en outre, remettre à la banque tous les documents justifiant la réalisation de l'opération immobilière et assurant la réalisation future de l'hypothèque au profit du banquier.

Ce type de crédit donne à l'établissement prêteur la possibilité de se refinancer auprès d'un organisme mobilisateur qui est la *Société de Refinancement Hypothécaire*[26].

4.1.3. Autres formes de crédits aux particuliers

a. Les avances en comptes

Il s'agit d'une autorisation tacite ou expresse à faire fonctionner le compte en position débitrice à concurrence d'un certain montant et pour une période bien déterminée.

La réglementation algérienne interdisant le passage d'un compte chèque en position débitrice, ce qui rend ce type de crédit impraticable dans notre pays.

b. Les avances sur titres

Les clients des banques qui détiennent un portefeuille de titres peuvent avoir besoin de liquidités à titre temporaire. Ils sollicitent alors des avances sur ces titres.

Ces avances sont octroyées par la banque en contrepartie du nantissement de ces titres.

c. Les prêts personnels

Les prêts personnels sont des prêts accordés pour le financement de toute dépense sans rapport avec l'activité professionnelle de l'emprunteur. A l'origine, ces prêts étaient réservés au financement des dépenses d'ordre familial.

Leur montant est en général limité à trois (03) mois de salaire avec une durée de remboursement comprise entre trois mois et trois ans.

Le versement du salaire de l'emprunteur est effectué à titre de garantie sur son compte ouvert chez le banquier prêteur.

[26] BELLAL.DJ, « Caractéristiques et modalités d'octroi des crédits bancaires », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 9ème promotion février 2006, page 46.

4.2. Les crédits octroyés aux entreprises

On y adopte la classification suivante :

- les crédits d'investissement ;
- les crédits d'exploitation ;
- les crédits par signature.

4.2.1. Les crédits d'investissement

Durant leur cycle d'exploitation, les entreprises ont besoin de faire des investissements: acquérir des équipements, des terrains, des constructions, des matériaux, etc. Ces derniers nécessitent des fonds importants qui ne peuvent être assurés seulement par les fonds propres. C'est pourquoi, un emprunt bancaire s'avère nécessaire pour répondre aux besoins de plus d'une année .Ces besoins doivent être cernés pour pouvoir accorder le moyen de financement le plus adéquat[27].

Les banques peuvent intervenir dans le financement des investissements sous plusieurs formes, nous aborderons respectivement :

- Les crédits à moyen terme ;
- Les crédits à long terme ;
- Le crédit-bail.

a. Les crédits à moyen terme

Ce sont des crédits dont la durée va de deux à sept ans. Ils sont généralement destinés à financer l'acquisition d'équipements industriels ou agricoles dont la durée d'amortissement est inférieure à sept ans.

b. Les crédits à long terme

Il s'agit d'un crédit destiné à financer des investissements lourds dont la durée d'amortissement fiscal excède sept (07) ans, notamment les constructions.

La durée de ce crédit est généralement comprise entre sept (07) et vingt (20) ans avec un différé de remboursement allant de deux (02) à quatre (04) ans.

Actuellement, ce type de crédit est peu pratiqué par les banques commerciales. Cela en raison de l'indisponibilité des ressources à long terme et de l'importance du risque dans ce type de concours.

[27] BOUZIDI.L, « Etude des conditions d'octroi des crédits aux entreprises », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 8ème promotion Février 2005, page 44.

c. Le crédit-bail

« Le crédit-bail est une technique de financement d'une immobilisation par laquelle une banque ou une société financière acquiert un bien meuble ou immeuble pour le louer à une entreprise, cette dernière ayant la possibilité de racheter le bien loué pour une valeur résiduelle généralement faible en fin de contrat »[28]

Le crédit-bail n'est pas un acte de vente ferme puisque l'utilisateur n'est pas propriétaire du bien financé. Il n'est pas aussi une simple location car le contrat est assorti d'une promesse de vente. Ce n'est pas non plus une opération de location-vente du moment que l'utilisateur n'est pas obligé d'acquérir le bien après un certain délai.

La durée qui sépare la date de conclusion du contrat de la date à laquelle l'entreprise peut exercer l'option d'achat est appelée *période irrévocable*. Elle correspond à la durée fiscale d'amortissement du bien.

4.2.2. Les crédits d'exploitation

Toute entreprise a pour but de créer de la richesse économique qui justifie son existence et conditionne sa survie. Cet apport de l'entreprise à l'économie ne se fait qu'après accomplissement d'un certain nombre d'étapes qui constituent le cycle d'exploitation[29].

Les crédits d'exploitation sont des crédits qui permettent aux entreprises de financer leurs besoins temporaires en fonds de roulement. Ils se divisent en :

- crédits d'exploitation globaux ;
- crédits d'exploitation spécifiques ;
- crédit par signature.

a. Crédits d'exploitation globaux

Ces crédits sont destinés à financer globalement l'actif cyclique du bilan sans être affectés à un objet précis. Ils sont généralement appelés crédits en blanc car, d'un côté, ils sont utilisables par le débit d'un compte, et d'un autre côté, parce qu'ils ne sont assortis d'aucune autre garantie que la promesse de remboursement du bénéficiaire, et donc des concours à risque très élevé[30].

[28]BERNET-ROLLANDE.L, « Principes de technique bancaire 27e édition », DUNOD, 2015, page 261.
[29] BOULAHIA.B, « LE CREDIT BANCAIRE », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 8ème promotion Février 2005, page 8.
[30]BELLAL.DJ, op.cit, page 18.

Parmi les crédits d'exploitation globaux, on peut distinguer entre la facilité de caisse, le découvert, le crédit de campagne et le crédit relais ou de soudure.

- **la facilite de caisse :** Il s'agit d'un crédit destiné à combler des décalages de trésorerie, c'est-à-dire les intervalles séparant les décaissements et les encaissements, de très courte durée. Ce faisant, la banque autorise son client à rendre son compte courant débiteur.
- **le découvert :** Le principe du découvert est semblable à celui de la facilité de caisse : la banque autorise son client à rendre son compte courant débiteur. Mais le découvert a une durée plus longue que la facilité de caisse et répond à d'autres exigences. Il est pratiquement destiné à compléter un fonds de roulement insuffisant.
- **le crédit de campagne :** Il s'agit d'un crédit destiné à financer un besoin de trésorerie né d'une activité saisonnière ou d'un cycle d'exploitation saisonnier, qui caractérise l'activité agricole, mais aussi quelques activités industrielles.
- **le crédit de soudure (crédit d'anticipation ou crédit relais) :** C'est une sorte de découvert qui anticipe une rentrée de fonds, attendue d'une opération qui ne relève pas de l'activité normale de l'entreprise, dans un délai et pour un montant déterminés : attente de réalisation d'une augmentation de capital, cession d'actifs (vente d'un terrain), déblocage d'un emprunt…

b. Les crédits d'exploitation spécifiques

Contrairement aux crédits d'exploitation globaux, les crédits d'exploitation spécifiques financent un poste bien précis de l'actif circulant. Ils offrent à l'entreprise de disposer de la liquidité en mobilisant certains postes du bilan, et offrent pour le banquier une sécurité satisfaisante du fait que l'objet financé est affecté en garantie[31]. On distingue notamment :

- les crédits de mobilisation des créances ;
- Les crédits de financement des stocks ;
- les avances sur les marchés publics ;
- les crédits de financement du commerce extérieur.

[31]BENTOUNSI.H, « Montage et étude de dossier de crédit », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 8ème promotion février 2005, page 14.

- **Les crédits de mobilisation des créances**

- **l'escompte commercial :** qui est une opération de crédit à court terme par laquelle le banquier paie le montant d'un effet de commerce (billet à ordre, lettre de change ou chèque) à son client qui en est porteur et qui le lui remet en contrepartie. Le banquier prélève sur ce montant un « escompte » correspondant aux intérêts à courir jusqu'à l'échéance ainsi que certaines commissions ;
- **avance sur facture :** consentie aux entreprises contre remise de factures visées par les administrations et les entreprises publiques. Généralement, le montant de l'avance ne dépasse pas 70% du montant de la facture ;
- **avance sur titres :** consentie aux entreprises et aux particuliers contre nantissement de titres (bons d'équipement, bons de caisse, obligations, actions etc.…) dans la limite de 90% de la valeur des titres nantis.

- **Les crédits de financement des stocks**

Une entreprise détenant des marchandises en stock peut demander à son banquier une avance sur ses marchandises. Cette avance sera garantie par les marchandises qui seront affectées en gage soit dans les locaux de l'entreprise ou dans les locaux appartenant à un tiers. Ce crédit peut être sous forme d'avance sur stock, d'avance sur marchandise, de crédit de campagne et de préfinancement d'exportation.

- **Les avances sur marchés publics**

Dans le cadre du financement des marchés publics, les banques peuvent intervenir de deux manières :

- soit sous forme de cautions ;
- soit sous forme de crédits proprement dits.

- **Le financement du commerce extérieur : le crédit documentaire**

Le crédit documentaire est une technique de règlement des opérations du commerce extérieur assurant aux exportateurs le maximum de sécurité quant au paiement de leurs transactions. Il permet de substituer à l'engagement de l'importateur celui de sa banque. Par son engagement, la banque de l'importateur s'oblige vis-à-vis de l'exportateur à lui régler le prix des marchandises contre la remise de documents, prouvant leur expédition et certaines de leurs caractéristiques, conformément aux instructions de son client.

c. Le crédit par signature

Le crédit par signature est l'engagement d'un banquier qui, par sa signature, permet à son client d'obtenir un crédit auprès d'un tiers. Le banquier peut ainsi être avaliseur (crédit par aval) ou se porter caution (crédit par cautionnement). Il est évident que l'avaliseur ou la caution ne serait amené à débourser effectivement des fonds qu'en cas de défaillance de son client.

- **L'aval**

« Un engagement fourni par un tiers qui se porte garant de payer tout ou partie du montant d'une créance, généralement, un effet de commerce. L'aval peut être donné sur un titre ou sur un acte séparé»[32].

L'aval résulte d'une signature apposée au recto d'une lettre de change ou d'un billet à ordre, il s'analyse en un cautionnement solidaire soumis, de surcroît aux règles cambiaires. Ainsi, l'avaliseur ne peut-il pas apposer l'absence de provision au porteur de bonne foi[33].

- **La caution (**du latin *cavere* : prendre garde)

Le cautionnement est un engagement pris par une personne de payer une dette contractée par une autre personne, appelée débiteur principal, en cas de défaillance de cette dernière.

IV. Analyse de l'activité de la banque

La capacité de la banque à fonctionner de manière sure et productive dans un environnement économique fait chaque année l'objet d'une évaluation externe, celle-ci est réalisée soit par les autorités de contrôle qui évoluent la viabilité de la banque en vérifiant si elle respecte ses obligations réglementaire et ses engagements envers les déposants mais aussi la sécurité du système bancaire dans sa globalité, ou par les auditeurs externes qui concluent sur la gestion de la banque si elle répond ou non aux objectifs fixés[34].

La viabilité financière et les faiblesses institutionnelles de la banque sont aussi examinées, à travers l'évaluation financière et l'étude du portefeuille.

Le processus d'évolution bancaire comprend en principe une évaluation du profil de risque global de la banque concernée, de sa situation financière, de sa viabilité et de ses

[32] Article 409 du code de commerce.
[33] BELLAL.DJ, op.cit, page 28.
[34] H.VAN GREUNING et S.BRAJOVIC BRATANOVIC « Analyse et gestion du risque bancaire », Edition ESKA, Paris, 2004, page 16

perspectives futures. Lorsque des faiblesses institutionnelles sont constatées des mesures correctives appropriées sont recommandées et il est proposé des mesures qui puissent lui assurer une viabilité de façon raisonnable, ou bien des mesures menant à sa liquidation.

Les conclusions et les recommandations d'une étude d'évaluation bancaire sont généralement exprimées dans une lettre aux actionnaires, dans une convocation ou sous forme d'un programme de développement. L'objectif de ce dernier est le plus souvent de décrire les priorités dans l'amélioration définie dans le rapport des analystes, qui serait la plus profitable à la performance financière de l'institution concernée.

Section 3 : Le service portefeuille

I. Définition d'un portefeuille

C'est un ensemble d'actifs financiers (options, actions, obligations) détenus par des investisseurs. Un portefeuille est un compte de titres composés de lignes, chacune représentant un titre. Par exemple l'investisseur qui détient 250 actions d'une société A et 70 d'une société B aura un portefeuille contenant deux lignes.

II. Conception du portefeuille bancaire

Dans une économie moderne, la totalité des échanges des biens ou de services se fait par l'intermédiation de la monnaie ; monnaie fiduciaire, scripturale et électronique. Chaque agent économique (Etat, entreprise et ménages) peut déterminer à un certain moment une quantité de monnaie supérieure à ses besoins ; il se peut, au contraire qu'à un autre moment, il vient à en manquer, pour faire face à ses besoins de trésorerie ou d'équipement. La banque joue à cet effet, un rôle d'intermédiaire entre ceux qui ont un excédent de financement et ceux qui ont un besoin de financement. Pour satisfaire leurs clientèles, particuliers, entreprises et collectivités locales, les banques doivent exercer plusieurs activités. Il s'agit principalement de l'emprunt de fonds par la collecte de dépôts auprès du public et auprès des marchés des capitaux et de l'octroi de crédit à ses clients ainsi que la gestion des moyens de paiement.

III. Présentation du service portefeuille

Chaque agence bancaire dispose d'un service dénommé « le service portefeuille » qui a pour rôle principal de traiter l'ensemble des opérations intéressant les effets de commerce libellés en dinars, remis par la clientèle aux fins d'encaissement, et qui se repose sur quatre

notions (notion d'exploitation, de risque et d'engagement, de trésorerie et de sécurité) fondamentales.

Pour une meilleure efficacité dans la prestation, le service portefeuille dispose des moyens matériels et d'un personnel qualifié.

C'est le service qui assure la gestion des lettres de change remises à la banque. Ces effets sont remis soit à l'encaissement soit à l'escompte. La remise d'un effet à l'encaissement consiste à le déposer auprès de la banque qui se chargera de recouvrer la créance à l'échéance et de créditer le compte client. Quant à l'escompte d'un effet, il consiste à déposer cet effet auprès de la banque et d'en négocier le paiement en attendant que le débiteur s'exécute à l'échéance.

IV. Objet et rôle du service portefeuille

1. attributions essentielles

Le service portefeuille a pour:

- L'encaissement des chèques et effets ;
- L'escompte des chèques et effets ;
- La mobilisation des crédits, les impayés, les dossiers risquent, les renseignements commerciaux, etc.

2. Les différents titres traités et la compensation

2.1. Les effets de commerce

Ce sont des titres négociables constatant une créance d'un montant déterminé et payable immédiatement ou à court terme.

De cette définition, on peut extraire les principales caractéristiques des effets de commerce, à savoir qu'ils sont:

- des titres matérialisant une créance, appelés également papiers dans le langage commercial et bancaire. Exceptions : carte bancaire (support magnétique), lettre de change relevé magnétique (n'a pas cours en Algérie);
- des titres négociables, c'est-à-dire transmissibles de leurs détenteurs à des tiers par des procédés tels que l'endossement ;
- une créance d'un montant déterminé exprimé en monnaie courante ;

- une créance payable dans l'immédiat, c'est-à-dire à la présentation de l'effet (chèque) ou à court terme, c'est-à-dire dans un délai ne dépassant pas généralement une année (lettre de change)[35].

L'utilité des effets de commerce est de permettre aux agents économiques de transférer rapidement et avec une grande sécurité des créances et des dettes sans manipulation matérielle de fonds.

Il existe six effets de commerce qui répondent tous à la définition précédente.

2.1.1. Le chèque

a. Définition

C'est un écrit par lequel une personne donne ordre à sa banque de payer à son ordre ou à l'ordre d'un tiers une somme déterminée.

L'émission d'un chèque fait intervenir trois personnes :

- Le tireur : l'émetteur du chèque (le titulaire du compte);
- Le tiré : celui qui doit payer (la banque);
- Le bénéficiaire : celui à qui profite le paiement.

b. Mentions obligatoires

Les six mentions que doit obligatoirement contenir un chèque :

- La dénomination de chèque insérée dans le texte même du titre ;
- Le mandat pur et simple de payer une somme déterminée ;
- Le nom de celui qui doit payer (le tiré) ;
- L'indication du lieu où le paiement doit s'effectuer ;
- L'indication de la date et du lieu où le chèque est créé ;
- La signature de celui qui émet le chèque (tireur).[36]

c. Mesures tendant à promouvoir l'usage du chèque

La loi a prévu diverses mesures destinées à simplifier et assurer l'usage du chèque :

- La gratuité : la banque délivre gratuitement les carnets de chèques pour sa clientèle sur simple demande réservée à cet effet [37] ;

[35] GAVALDA.C et STOUFFLET.J « droit commerciale », édition presse universitaire de France, Paris, 1978, Page 19.

[36] Article 472 du code de commerce.

- Le barrement du chèque s'effectue au moyen de deux traits parallèles apposés au recto du chèque[38]. Le chèque barré est payable de compte à compte et jamais en espèces;
- La certification est l'opération qui se traduit par l'apposition de la mention "chèque certifiée" attestant que la provision est bloquée pendant le délai de présentation du chèque au paiement, en faveur d'un bénéficiaire nommément désigné. Dans l'opération de certification le chèque est tiré du chéquier du client;
- Le chèque de banque est un chèque tiré du chéquier de la banque attestant que la provision est bloquée en faveur d'un bénéficiaire nommément désigné jusqu'à prescription du délai de validité du chèque (3 ans plus le délai de présentation).

d. Mesures de prévention et de répression des émissions de chèques sans provisions

Le tireur d'un chèque sans provision est puni d'un emprisonnement d'un an à cinq ans ainsi que d'une amende qui ne saurait être inférieure au montant du chèque ou de l'insuffisance.[39]

e. Le délai légal de présentation du chèque au paiement

Le délai de présentation d'un chèque payable en Algérie est de 20 jours pour un chèque émis en territoire algérien, 30 jours pour un chèque émis en Europe et 70 jours pour un chèque émis dans tout autre pays.[40]

f. Le délai de validité du chèque

Ce délai est de trois ans plus le délai de présentation du chèque au paiement ; au-delà de ce délai, la banque ne peut en aucun cas payer le chèque même si la provision existe.

2.1.2. La lettre de change (ou traite)

a. Définition

c'est un écrit par lequel une personne appelée "tireur" invite une autre personne appelée "tiré" à payer une somme déterminée soit à son ordre ou à l'ordre d'une tierce personne appelée "bénéficiaire" à une période déterminée appelée "échéance".

---

[37] Article 537 du code de commerce.
[38] Article 512 du code de commerce.
[39] Article 538 du code de commerce.
[40] Article 501 du code de commerce.

Elle est réputée acte de commerce entre toutes personnes[41].

b. Mentions obligatoires

Les huit mentions que doit obligatoirement contenir une traite :

- La dénomination lettre de change insérée dans le texte même du titre ;
- Le mandat pur et simple de payer une somme déterminée ;
- Le nom de celui qui doit payer (tiré) ;
- L'indication de l'échéance ;
- L'indication du lieu où le payement doit s'effectuer ;
- Le nom du bénéficiaire ;
- L'indication de la date et le lieu de création ;
- La signature de celui qui émet la traite (tireur).[42]

2.1.3. Le billet à ordre

a. Définition

C'est un écrit par lequel une personne appelée souscripteur s'engage à payer une somme déterminée au profit d'une autre personne appelée bénéficiaire à une échéance déterminée. Dans le billet à ordre, tireur et tiré se confondent en une seule et même personne qui est le souscripteur.

b. Mentions obligatoires

Les sept mentions obligatoires du billet à ordre sont :

- La clause à ordre ou la dénomination du titre insérée dans le texte ;
- La promesse pure et simple de payer une somme déterminée ;
- L'indication de l'échéance ;
- L'indication du lieu où le paiement doit s'effectuer ;
- Le nom du bénéficiaire ;
- L'indication de la date et le lieu où le billet est souscrit ;
- La signature de celui qui émet le titre (souscripteur).[43]

[41] MANSOURI.M « système et pratiques bancaire en Algérie », Edition distribution Houma, Alger 2005, page 263.
[42] Article 390 du code de commerce.
[43] Article 465 du code de commerce.

2.1.4. Le récépissé warrant

a. Définition

Le warrant est un bulletin de gage annexé au récépissé de marchandises déposées dans des magazines généraux c'est aussi un instrument de garantie qui peut servir à l'occasion d'un prêt bancaire, ou d'une ouverture de crédit[44].

b. Mécanisme

Le récépissé représente le reçu de la marchandise, il est transmissible par endossement.

Le warrant est un titre qui permet au déposant d'emprunter sur la valeur des marchandises entreposées. Le déposant qui souhaite vendre sa marchandise peut endosser le récépissé muni du warrant à l'ordre de l'acheteur[45].

2.2. La compensation et la télé compensation bancaire

2.2.1. Définition de la compensation

C'est une technique mise en œuvre par les banques afin de compenser les créances et dettes qu'elles détiennent les unes envers les autres. La compensation s'exerce par l'agrégat de toutes les positions (d'achats et de ventes) par type de produit/actif détenu par chaque teneur de compte, et se matérialise par un solde net dû ou à recevoir ainsi que par des flux nets de titres à livrer ou à recevoir vis-à-vis de la chambre de compensation.

Elle permet aux banques de connaître en détail (et en valeur) les ordres passés par leurs clients et de régulariser les transactions correspondantes. Toutes ces opérations sont centralisées par un seul interlocuteur, la chambre de compensation interbancaire.[46]

2.2.2. Différents types de compensation bancaire

La compensation comprend deux grands types d'opérations, la compensation Aller, aussi appelée « *outgoing* », et la compensation Retour, ou « *incoming* ».

a. Compensation Aller (*outgoing*)

Lors de cette opération, la banque A crédite un compte, par exemple celui d'un garagiste, du montant d'une transaction. Elle doit informer la banque B, celle de l'émetteur de la dette (le client), du montant du débit qu'elle porte envers elle.

---

[44] GAVALDA.C et STOUFFLET.J, op.cit, Page 281.
[45] GAVALDA.C et STOUFFLET.J, op.cit, Page 283.
[46] Compensation, disponible sur, banque.ooreka.fr, consulté le 01/10/2017.

b. Compensation Retour (*incoming*)

Il s'agit de la situation inverse. La banque du porteur (banque B) reçoit un état de ses dettes en cours, suite aux différentes « compensations allées ».

Cet envoi est précédé d'un certain nombre de vérifications, analyse des transactions et de leur contenu. En cas d'erreur, la banque B alimente un fichier de rejet.

Le croisement des informations transmises par les banques acquéreuses et émettrices alimente en permanence un fonds de données. Cette compensation peut être permanente ou séquentielle.

c. Définition de la télé compensation

En 2004, la Banque d'Algérie a créé une filiale (centre de pré compensation interbancaire), avec la participation des banques et Algérie Poste, pour assurer la réalisation du système de télé compensation. Le démarrage de ce système a eu lieu le 15 mai 2006.

La Télé compensation c'est un mode de recouvrement interbancaire à l'aide d'un logiciel appelé TEKLINE, elle est définie comme une dématérialisation des effets de commerce[47]. Elle contribue au traitement automatisé des moyens de paiement, dont l'échange entre les banques, est dématérialisé. La mise en place d'un système de télé compensation des paiements de masse procure aux banques utilisatrices les avantages suivants :

- Réduction du délai de recouvrement des valeurs ;
- Réduction des coûts ;
- Sécurisation des échanges ;
- offre d'un service de meilleure qualité aux différents clients ;
- Simplification des procédures et réduction des risques d'erreurs.[48]

3. L'encaissement

3.1. Définition

La remise à l'encaissement est l'opération par laquelle le banquier est mandaté par son client pour assurer le recouvrement d'un chèque ou d'un effet à l'échéance. La remise à l'encaissement n'est pas une opération de crédit mais un simple service rendu par la banque, le compte du client n'est crédité qu'après encaissement effectif de l'appoint.

[47] Document interne à la Natixis.

[48] La télé compensation, disponible sur mataf.net, consulté le 01/10/2017.

3.2. Le recouvrement

Tous les appoints remis, soit pour encaissement, soit pour escompte, doivent être adressés au recouvrement. Le service du portefeuille de l'agence doit assurer la conservation des appoints dans des conditions d'ordre et de sécurité absolues.

Seuls les non brûlants (ayant plus de dix jours à courir) escomptés sont adressés au service du portefeuille central pour conservation et, ensuite, pour envoi au recouvrement.

3.3. Traitement de l'opération

L'agent chargé des remises doit :

- Vérifier la régularité des appoints ;
- Etablir un bordereau de remise à l'encaissement, apposer le cachet "reçu" et remettre un exemplaire au client ;
- Porter l'opération sur le registre des remises à l'encaissement.

4. L'escompte

4.1. Définition

Dans la pratique bancaire, le porteur d'un effet de commerce l'endosse en propriété à sa banque qui lui verse immédiatement le montant nominal sous réserve de son encaissement à l'échéance, des intérêts sont perçus par la banque sur la durée de l'échéance.

L'escompte ne porte pas uniquement sur le billet à ordre et la lettre de change, il peut également s'appliquer aux chèques, de telle sorte que le compte du remettant est crédité du montant de sa remise avec une date de valeur correspondante au courrier[49].

La remise à l'escompte est une opération de crédit, mais le risque encouru par le banquier est minime car non seulement, les appoints escomptés sont réescomptables au niveau de la Banque d'Algérie, mais en plus, le banquier peut contre passer l'écriture portée au compte pour récupérer son argent en cas d'impayé.

4.2. Traitement de l'opération

L'agent chargé des remises doit :

- Vérifier la régularité de la remise ;
- Etablir un bordereau de remise à l'escompte, apposer le cachet "Reçu" et en remettre

[49] MANSOURI.M, en Algérie », op.cit, page 167.

un exemplaire de ce bordereau au client ;

- Délivrer un avis de sort si l'appoint est payable sur place et deux avis s'il est payable hors place ;
- Porter l'opération sur le registre des remises à l'escompte[50].

5. Les dossiers risques

Le service portefeuille doit ouvrir et tenir, pour chaque cédant, un dossier "risques" qui lui permettra de connaître à tout moment la situation exacte (côte autorisée, mouvements, encours, impayés, effets prorogés et réclamés, …) des opérations d'escompte réalisées.

Ce dossier des risques doit comporter :

- Une chemise cartonnée "dossier risques" qui comporte les éléments essentiels d'identification du cédant, les autorisations d'escompte, les conditions et les garanties existantes ;
- Une fiche de risques par cédant ;
- Une fiche de risques par échéance réservée particulièrement pour l'escompte commercial ;
- Une fiche «impayée et prorogé» par cédant sur laquelle tout appoint impayé ou prorogé sera enregistré avec tous les détails concernant le tiré, le lieu de paiement et le motif.

Parallèlement, une fiche de risques par tiré doit être également ouverte en vue de compléter la situation obtenue grâce au dossier des risques.

Les indications puisées du dossier des risques et des fiches de risques tiré sont nécessaires, voire indispensables, au Comité d'Escompte pour lui permettre de donner un avis motivé et valable.

6. Les renseignements commerciaux

Les renseignements commerciaux constituent le support essentiel de l'activité d'une banque pour lui permettre d'estimer ses risques et de développer ses relations.

La connaissance du remettant et du tiré est indispensable pour l'admission des effets à l'escompte.

[50] Document interne au CPA.

Mais l'importance des renseignements ne se limite pas uniquement à l'escompte puisque l'appréciation des risques de tous crédits est fonction de l'exactitude et de la précision de la connaissance du client.

V. Les principes généraux régissant l'activité du service portefeuille

L'activité du service portefeuille repose sur quatre notions fondamentales.

1. La notion d'exploitation

Il comporte avant tout, que la clientèle soit servie convenablement, rapidement et renseignée avec exactitude.

Le souci apporté au traitement des remises et le rendement du personnel qui doit être accueillant, et compétant, contribue à la satisfaction de la clientèle.

2. La notion de risque et d'engagement

Comme pour toute étude de crédit, la présentation du risque est prédominante en matière d'escompte afin d'éviter ou de réduire, dans la mesure du possible, et par tous les moyens, les risques d'impayés. La bonne connaissance de la clientèle, la stricte observation des prescriptives règlementaires et légales ainsi que l'extrême rigueur dans le suivi des opérations sont nécessaire à une bonne gestion des engagements.

3. La notion de trésorerie

Les valeurs détenues par le service portefeuille représentent des créances que la banque doit recouvrer pour son propre compte ou pour celui de ses clients. Ces valeurs constituent un élément très important pour la trésorerie de l'agence. Elles doivent être remises rapidement au recouvrement afin de tendre vers une utilisation rationnelle des capitaux.

La notion de trésorerie s'apprécie à travers la réduction du délai de traitement des opérations. La rapidité de l'exécution de ces dernières doit avant tout, caractériser l'activité du service portefeuille plus que pour tout autre service.

L'activité du service portefeuille est la base de l'équilibre financier de l'agence. Dans ce domaine, une étroite collaboration avec les autres services de l'agence est nécessaire.

4. La notion de sécurité

Pour les opérations traitées sur des valeurs (chèques et effets), il est indispensable de :

- S'assurer que les mesures de sécurité soient observée lors de la réception du traitement des remises ;
- Contrôler fréquemment les documents servant de justificatifs.[51]

[51]Article Brassard Goulet Yargeau, Services financiers intégrés Patrimoine Hollis.

Conclusion

L'étude du système bancaire algérien s'avère très intéressante. En effet, la réforme bancaire, constituant un préalable à la relance économique, doit viser la constitution d'un réseau bancaire viable, performant et fonctionnant selon les normes internationales. Cependant, il est très improbable de voir des changements importants s'opérer tant que la Banque d'Algérie ne constitue pas une véritable locomotive pour les réformes en se réformant elle-même au préalable.

Les banques publiques doivent adopter et développer de nouvelles techniques et stratégies de développement dans le but d'optimiser leurs avoirs et satisfaire leurs clientèle et surtout diversifier leurs activités et constituer des portefeuilles de titres diversifiés qui peuvent prendre plusieurs formes telles que : un bloc d'effets de commerce .

Aujourd'hui, il y'a certes une avancée dans le système bancaire qui ne cesse d'évoluer et de se moderniser ,en traitant à titre d'exemple des opérations plus pratiques et rapides, mais son évolution reste quand même restreinte.

Chapitre 2 : Présentation et opérations liées à la gestion de portefeuille.

Chapitre 2 : Présentation et opérations liées à la gestion de portefeuille

Introduction

Les actifs de la clientèle déposés au sein de la banque constitue un portefeuille qui sera géré par un chargé d'affaires.

La connaissance de la clientèle d'une agence ou d'un portefeuille constitue un préalable indispensable à l'élaboration de toute action commerciale. Celle-ci passe par l'exploitation des données recueillies dans le fichier commercial de l'agence, ses dernières permettent d'apprécier qualitativement et quantitativement la clientèle.

Le portefeuille bancaire comporte des risques, c'est pour cela que le suivi de ce dernier requiert pour le banquier le suivi au quotidien de son client, sur lequel il doit en permanence actualiser ses informations, afin de pouvoir, dans les meilleures conditions, soit répondre à ses besoins, soit anticiper des situations de crise. Cela revient à évaluer le risque sur le client chaque jour, ainsi que la maîtrise du risque qu'il représente, qui peut amener le banquier, soit à refuser des décaissements, soit à rompre ses relations avec son client en dénonçant les concours qui lui ont été accordés.

Ce chapitre sera structuré de manière à présenter dans :

La section 1: la gestion de portefeuille ;

La section 2: l'évolution du portefeuille bancaire ;

La section 3: le suivi de la relation commerciale.

Chapitre 2 : Présentation et opérations liées à la gestion de portefeuille

Section 1 : La gestion de portefeuille et la segmentation

I. Rappels sur les notions de base

On présentera dans ce qui suit les différentes notions relatives à la gestion de portefeuille.

1. Notion de la gestion de portefeuille

La gestion de portefeuille consiste à investir des actifs dans le but d'accroître la valeur du patrimoine financier ou de réaliser certains projets. Puisqu'elle peut se faire sur différents horizons de placement et doit prendre en considération les besoins de liquidité et les impacts fiscaux des décisions, elle requiert expertise, expérience et objectivité.

Les placements doivent être diversifiés par secteurs, catégories d'actifs, pays et styles de gestion. Ils sont rééquilibrés dans le temps pour réduire le risque relié aux rendements des marchés, tout en s'adaptant aux changements de la vie. En d'autres termes, la méthodologie de gestion doit viser l'appréciation du capital des clients, tout en minimisant la volatilité du portefeuille.

En investissement, il est important de se concentrer sur ce qu'on peut contrôler plutôt que sur les facteurs hors de contrôle, comme les rendements des marchés financiers, qui sont très imprévisibles à court terme. Un des facteurs sur lequel le client a plus de contrôle est le risque qu'il prend pour atteindre ses objectifs financiers. C'est à cet égard que le soutien d'un conseiller en placement est primordial[1].

2. Notion du portefeuille clients

Un portefeuille clients désigne généralement l'ensemble des clients d'une entreprise ou d'une agence[2] dont un commercial a la charge.

Le responsable de portefeuille a pour mission de fidéliser, valoriser et développer son portefeuille clients.

3. Notion de gestionnaire de portefeuille

Un Gestionnaire de portefeuille est un investisseur professionnel chargé d'administrer un ensemble de titres financiers (actions, obligations, produits dérivés, matières premières, fonds, etc.). Chacun des portefeuilles peut être détaillé par classe d'actif ou par type de gestion (dynamique, passive, active, etc.).

[1] Gestion de portefeuille, disponible sur fbngp.com, consulté le 02/10/2017.
[2] BATHELOT.B, portefeuille client, « L'encyclopédie illustré du marketing », consulté le 02/10/2017.

L'une des tâches du gestionnaire de portefeuille outre la performance, est de gérer au mieux le risque des actifs investis, que cela soit par un processus rigoureux de sélection mené en amont ou par des méthodes de diversification.

II. Les différents modes de gestion de portefeuille

1. Gestion sous mandat

Le mandat consiste à confier à un gestionnaire la gestion de son portefeuille.

Le mandat de gestion représente une solution pour des investisseurs qui souhaitent confier la gestion de leurs actifs à des gestionnaires professionnels, tout en participant à la définition de la stratégie, et/ou du couple risque/rendement[3], ces derniers gèrent alors entièrement le patrimoine qui leur est confié.

Pour un investisseur indépendant, placer son épargne en bourse, ou sur une assurance vie nécessite du temps afin de se tenir informé de la situation des marchés financiers, sans compter sur le fait qu'il reste bien souvent difficile de prendre des décisions, sans avoir recours aux conseils d'un professionnel afin de se décharger de cette activité particulièrement contraignante.

La gestion sous mandat peut se réaliser dans le cadre du plan d'épargne en action (PEA) ou encore par l'intermédiaire d'un compte titres ordinaire.

Lors de la gestion sous mandat des placements, le spécialiste aura en charge de :

- Procéder à certaines tâches administratives telles que la surveillance des acquisitions effectuées, la perception des revenus, l'établissement des déclarations fiscales, la garde et l'assurance des valeurs.
- Réaliser des arbitrages, autrement dit vendre certaines valeurs pour en acquérir d'autres par exemple.

Le « mandant », autrement dit le particulier qui souhaite confier un mandat de gestion à un professionnel, doit avoir la capacité de contracter. Sont donc exclus :

- Les mineurs non émancipés, le contrat de gestion devant être signé par les père et mère (à défaut de l'accord de l'un d'eux, l'acte doit être autorisé par le juge des tutelles) ;
- Les majeurs incapables placés sous tutelle pour lesquels le contrat de gestion ne peut être conclu par le tuteur que sous réserve de l'accord du conseil de famille ;

[3] Mandat de gestion, disponible sur haussmann-patrimoine.fr, consulté le 02/10/2017.

- Les majeurs incapables placés sous curatelle qui ne peuvent conclure un tel contrat qu'avec l'accord de leur curateur[4].

2. Gestion conseillée

2.1. Définition

La gestion conseillée est un service d'intermédiation et de conseil dédié aux investisseurs privés désireux de s'impliquer dans les décisions de gestion des actifs financiers. Elle offre la possibilité d'échanger des idées d'investissement avec des experts[5].

Dans le cadre d'une gestion conseillée, les investisseurs reste maître de leurs investissements et arbitrages. Ils sont accompagnés par un expert qui leur fournit son éclairage sur les tendances de marché, les caractéristiques de chaque produit ou encore les implications de tel ou tel arbitrage. Cette assistance convient aux personnes désireuses de garder une entière autonomie tout en bénéficiant de l'avis d'un expert préalablement à la réalisation des opérations financières.

2.2. Les volets de la gestion conseillée

La gestion conseillée comporte deux volets à savoir :

D'une part, la prestation de conseil peut prendre la forme d'une plateforme téléphonique dédiée, d'une newsletter régulière (analyses techniques, recommandations...), et/ou d'un conseiller spécialisé à la disposition de l'investisseur ;

D'autre part, l'exécution des ordres qu'un investisseur aura instruits est effectuée par un conseiller. Pour ce qui est de la décision d'investissement proprement dite, elle est bel et bien du ressort de l'investisseur. Cela signifie qu'il dispose d'une entière liberté dans sa stratégie d'allocation d'actifs, la banque émettant simplement des recommandations émanant de son comité d'investissement[6].

3. Gestion libre

La gestion libre est une méthode qui se caractérise par une totale liberté dans le choix des investissements. La composition du portefeuille sera déterminée par l'investisseur, et il a

[4] Gestion sous mandat, disponible sur bienprevoir.fr, consulté le 02/10/2017.
[5] Gestion conseillée, disponible sur privatebank.hsbc.fr, consulté le 02/10/2017.
[6] La gestion sous mandat et la gestion conseillée, disponible sur lesechos.fr, consulté le 03/10/2017.

donc une totale liberté sur ses investissements, sur n'importe quelle classe d'actifs et/ou sur n'importe quelle catégorie géographique ou sectorielle.

La gestion libre permet donc à l'investisseur de faire évoluer ses investissements en fonction de son aversion au risque et de son horizon de placement[7].

Dans le cadre d'une assurance vie, celle-ci, permet de déterminer la composition du portefeuille, une totale liberté sur les investissements, concernant n'importe quelle classe d'actifs et/ou sur n'importe quelle catégorie géographique ou sectorielle.

4. La gestion profilée

La gestion profilée est une méthode de gestion qui se fait en fonction de l'aversion au risque de l'investisseur. Le profil peut être prudent, équilibré ou dynamique en fonction du niveau de risque initialement déterminé par l'investisseur.

Dans cette méthode de gestion, l'investisseur délègue la gestion de tout ou partie de ses avoirs financiers à un gérant spécialisé. Elle est donc à l'inverse de la gestion libre dans laquelle l'investisseur détermine lui-même la composition de son portefeuille.

Dans le tableau suivant, nous allons présenter (synthétiser) les différents modes de gestion de portefeuilles.

[7] Gestion libre, disponible sur bienprevoir.fr, consulté le 02/10/2017.

Tableau n°1:Mode de gestion de portefeuille

Types	Définition	Résumé
La gestion sous mandat	La gestion sous mandat présente un intérêt pour les souscripteurs qui ne sont pas des investisseurs avertis et qui désirent avoir accès à une très large gamme de supports financiers parmi lesquels, des titres vifs.	Dans le cadre de la gestion sous mandat, un investisseur choisit, avec l'aide d'un conseil, une société de gestion parmi celles proposées par l'établissement financier. Via la signature d'un mandat d'arbitrage entre un investisseur et une société, celle-ci sélectionne les supports financiers en fonction de la politique d'investissement choisie en accord avec le profil de l'investisseur.
La Gestion conseillée	La gestion conseillée présente un réel intérêt pour les souscripteurs qui ne sont pas des investisseurs avertis mais qui souhaitent donner leur aval pour chaque arbitrage proposé.	Dans le cadre de la gestion conseillée, des investisseurs bénéficient des propositions et de l'avis d'un conseil quant à la répartition de leurs épargnes en fonction du profil de risque et des fonds disponibles sur le contrat. Le conseiller est force de propositions mais la décision finale appartient à l'investisseur.
La Gestion libre	La gestion libre est conseillée aux investisseurs avertis.	Dans le cadre de la gestion libre, les investisseurs décident de la répartition de leurs épargnes entre les différents supports proposés par un contrat.
La Gestion profilée	La gestion sous mandat présente un intérêt pour les souscripteurs qui ne sont pas des investisseurs avertis et qui souhaitent confier la gestion de leur contrat, à une société de gestion ou un établissement financier.	Dans le cadre de la gestion profilée, c'est un gestionnaire qui est en charge de la gestion d'un contrat conformément au « profil » qui a été déterminé avec un conseil.

Source : Conception personnelle à partir de www.hsbc.fr

III. Le concept de segmentation en marketing bancaire

1. Définition

La segmentation est l'action de découpage d'une population (clients) en sous-ensembles homogènes selon différentes caractéristiques (données sociodémographiques, besoins, comportement d'achat…), dans leurs attentes et leur potentiel afin d'adapter l'offre commerciale aux enjeux pour la banque.

Dans notre contexte, on parle de la segmentation de la clientèle. Elle se fonde sur des critères facilement mesurables et pertinents par rapport aux objectifs de l'établissement, exemple : La fidélisation de la clientèle dépend du nombre de produits offerts. A partir de ces critères, les banques constituent des segments de clientèle qui permettent d'adapter l'ensemble des offres.

Il est indispensable de bien connaître les clients, et pour cela de segmenter les bases clients ; par exemple cibler les hommes de 30 à 35 ans intéressés par la natation et leur proposer des produits adéquats pouvant les intéresser.

Le ciblage permet de proposer les offres les plus adaptées aux clients et suppose une segmentation fine de la clientèle.[8]

2. Les critères de segmentation

Les critères de segmentation doivent permettre d'obtenir des segments de population homogènes, de taille suffisante et opérationnelle. Un segment est dit opérationnel lorsqu'il est possible de l'adresser de manière spécifique.

La taille des segments doit être suffisante pour permettre la rentabilité d'une approche spécifique de ces segments.

En marketing bancaire, on peut percevoir plusieurs types de segmentation, mais la segmentation la plus apparente est celle d'un classement par données financières (avoirs détenus dans la banque, flux créditeurs mensuels sur le compte, nombre de produits détenus), et par informations signalétiques (âge, sexe, situation familiale…).

2.1. Les caractéristiques financières

Les caractéristiques financières sont considérées comme étant la première source de données disponibles pour les banques. Les critères financiers ont été, et sont toujours, à la base de toutes les segmentations.

[8] Galiana.D, le blog de la connaissance client, disponible sur myfeelback.com, consulté le 12/10/2017.

En effet, il est possible de trier les clients en fonction :

- des avoirs détenus dans la banque ;
- de la répartition de ces avoirs (plutôt en Épargne Long terme ou en épargne disponible) ;
- du type et du montant de ces flux ;
- des crédits et de la composition de ces crédits (long terme, court terme, crédit permanent) ;
- du nombre d'opérations sur les comptes ;
- du solde moyen du compte-chèques.

Ces éléments constituent une multitude de données que les banques ont a porté de main et qui leur permettent rapidement de créer des ensembles de clients.

2.2. Les caractéristiques sociodémographiques

Les critères sociodémographiques sont les plus importants, il s'agit dans ce cas de classer les clients en fonction de leur statut social, âge, situation familiale, etc.

Un critère sociodémographique est un critère de segmentation ou de ciblage reposant sur une caractéristique sociale ou démographique des individus[9].

Elles sont souvent utilisées dans les segmentations de clientèle car elles présentent tout l'avantage d'être mesurables en étant objectives et quantifiables. L'âge, le sexe, la situation familiale, la zone d'habitat, le statut professionnel, le revenu, le niveau d'éducation sont les variables les plus exploitées.

L'âge, le revenu disponible et le temps disponible sont les variables les plus discriminantes dans le domaine bancaire pour déterminer les cibles les plus disposées à acquérir certains services financiers.

L'âge est une caractéristique importante aux yeux des responsables de marketing car cette variable présente une relation forte et significative avec le comportement d'achat :

- la clientèle des jeunes que les banques souhaitent attirer puis fidéliser, fait l'objet d'actions marketing spécifiques à des âges de plus en plus précoces ;
- le segment des 34 à 49 ans est celui qui dispose du revenu le plus élevé et du moindre temps. Ce segment est probablement intéressé par la gestion de portefeuille ;

[9] Bathelot.B, L'encyclopédie illustré du marketing, disponible sur definitions-marketing.com, consulté le 12/10/2017.

- les masters (50 à 59 ans), à fort revenu disponible, gros consommateurs et disposant de temps libres mais en quantité modérée ;
- les libérés (60 à 74 ans), à revenu disponible maximal (désendettement quasi-total) et disposant du plus de temps libre ;
- les retirés (75 ans et plus), à pouvoir d'achat et appétit de consommation plus faibles, tant économiquement que psychologiquement et disposant de beaucoup de temps libre[10].

2.3. Les critères comportementaux

Les critères comportementaux concernent la relation des clients avec le produit ou le service concerné. Les banques ont ajouté des critères comportementaux depuis quelques années à leur segmentation initiale, qui était basée sur trois critères principaux : les avoirs contrôlés, les flux et les catégories socioprofessionnelles.

Ils ne se réduisent pas aux seuls comportements d'achat. La relation entre la clientèle et les produits/services passe aussi par la manière dont les clients font usage de ceux-ci[11].

Les critères comportementaux, peuvent être divers et variés :

- appétence aux nouvelles technologies (clients fortement utilisateurs des nouveaux canaux, exemple : internet, téléphones portables…) ;
- type d'utilisation de leur moyens de paiements (déplacement à l'étranger, utilisations de cartes de magasins…) ;
- profil de type dépensier ou économe (nombre de prélèvements, débit réguliers sur le compte…)[12].

À ces critères peuvent s'ajouter des données liées aux cycles de vie tels que : Le premier emploi, le mariage, la naissance d'enfants, le décès d'un proche…Données qui vont permettre de créer des sous-ensembles dans les segmentations.

3. La fiabilité du système d'information

La fidélisation la clientèle suppose avant tout de bien la connaître afin d'être en mesure de formuler et communiquer des offres adaptées à ses attentes, une fois que celles-ci ont été détectées et ce d'autant plus qu'aujourd'hui de nombreux clients sont multi-bancarisés.

[10] Conception personnelle des documents de la Banque Natixis.
[11] Galiana.D, le blog de la connaissance client, disponible sur myfeelback.com, consulté le 12/10/2017.
[12] Id.

Dans ce contexte, la banque la plus performante est celle qui sera la première à proposer à son client une offre adéquate avec ses besoins présents ou futurs, selon Dawkins et Reichheld [1990], « retenir un client coûterait jusqu'à cinq fois moins cher qu'en conquérir de nouveaux. Un programme de fidélisation diminuerait le taux d'attrition de 8% et la diminution de la défection des clients de 5% par an permettrait de doubler les bénéfices »[13].

Dans ce cas-là, la qualité du système d'information commercial est essentielle, les banques étant entreprenantes, elles doivent s'appuyer sur une base d'informations fiable, mise à jour en temps réel.

Il est de la responsabilité du conseiller clientèle d'assurer la mise à jour des informations détenues dans la base informatique grâce aux éléments découverts lors d'entretiens clientèle, d'un changement d'adresse, de la déclaration fiscale des revenus... Chaque source d'informations doit être exploitée.

4. L'utilité de la segmentation et son utilisation

L'utilité de la segmentation réside dans l'amélioration de l'offre et de la politique commerciale.

En d'autres termes, elle permet d'assurer une efficacité plus grande au quotidien pour les chargés de clientèle. En effet, la mise en place de la segmentation permet d'affiner les ciblages de clientèle lors du lancement d'une opération commerciale.

Les commerciaux obtiennent ainsi des taux de réussite sur relance plus élevés que dans le cas de propositions sur une population non ciblée. L'enjeu est de transformer le conseiller clientèle en initiateur de la vente. Il doit être en position d'offre permanente.

Cette efficacité passe par l'adaptation des moyens mis en œuvre par la banque face au potentiel de chaque segment.

[13] Moati.O et Corcos. A, « Des marchés transactionnels aux marchés relationnels », 2005, Paris, page 6.

Schéma n°1 : Rôle du banquier

Source : document interne à la banque Natixis

Une fois chaque segment de clientèle identifié, la banque doit adapter à la fois son offre de produits et services mais également ses canaux de distribution, tant en termes de localisation, de type (agence classique, structure dédiée, agence conseil...) que de style et d'agencement de structures (haut de gamme, grand public, jeunes...).

Une meilleure efficacité commerciale permet l'accroissement du Produit Net Bancaire (PNB) de l'établissement grâce :

- au développement des relations avec les clients les plus rentables et ceux potentiellement rentables ;
- à l'optimisation du suivi des clients les moins rentables.

Toujours dans l'optique d'une plus grande efficacité commerciale, la segmentation de la clientèle permet, sur la base de critères de détention de produits et services et de comportement d'utilisation, de dégager des indicateurs d'offre et de potentiel. Ces derniers prennent la forme de scores et contribuent à orienter les propositions commerciales du conseiller clientèle en fonction du besoin des clients pour certains produits et services.

L'utilisation de ces méthodes renforce considérablement la crédibilité des sollicitations commerciales du conseiller clientèle. Cela permet de développer la qualité et d'accroître la satisfaction du client par une meilleure approche. De plus, la fidélisation de la clientèle permet à la banque de rentabiliser la relation dans la durée.

Si il n'y avait pas eu ce type d'outil, la banque peut contacter de manière fréquente pour des offres diverses et variées les clients, sans que ses attentes soient analyser au préalable et de là il n'y aurait pas eu de cohérence entre l'offre et la demande.

Le conseiller clientèle se doit de contacter les clients déjà connus lors du lancement d'opérations commerciales.

La segmentation est un outil indispensable pour la mise en place d'une offre «sur-mesure» répondant au niveau d'exigence croissant des clients.

Elle devient donc une arme stratégique pour trois raisons majeures :

- Mieux répondre aux attentes des clients
- Exploiter les nouvelles opportunités de marchés
- Concentrer ses forces.

La segmentation vise aussi à mettre en place une organisation commerciale pour famille de vendeurs. Celle-ci permet d'offrir à chaque segment de clientèle le bon niveau de compétences ainsi que le profil commercial approprié.

Véritable outil de fidélisation et de conquête, la segmentation doit être évolutive et non figée afin de s'adapter en permanence aux attentes d'une clientèle multi-bancarisée et volatile.

IV. La rentabilité : un élément clé de la relation

La rentabilité d'un établissement de crédit représente son aptitude à dégager de son exploitation des gains suffisants, après déduction des coûts nécessaires à cette exploitation afin de poursuivre son activité, qui est issue du processus de transformation, tel que les taux d'intérêt mis en œuvre par les banques dans le cadre de leur fonction d'intermédiation[14].

Sans entrer dans le détail du contrôle de gestion, il faut avoir en tête quelques principes.

- tous les clients n'ont pas la même rentabilité pour la banque et les écarts sont considérables, puisque certains clients peuvent avoir une rentabilité négative ;
- les ressources (épargne) offrent en moyenne aujourd'hui une rentabilité quatre fois supérieure à celle provenant des remplois (les crédits) ;
- les remplois (crédits) sont souvent exposes a des marges tirées ;
- Les services procurent une part de plus en plus importante du Produit Net Bancaire (PNB chiffre d'affaires) et ont l'avantage par rapport aux remplois d'être pérennes. C'est la source de PNB à privilégier, car elle est insensible à la conjoncture.

Une bonne segmentation doit permettre d'ajuster l'action commerciale en fonction des perspectives de développement des clients, de leurs attentes et de leur comportement vis-à-vis des établissements financiers.

[14] Sougui.A, « Déterminant de la performance financière des firmes bancaires », mémoire de master à l'université Mont plaisir, 2008, Tunis, page1.

La rentabilité est désormais un élément clé de plus en plus diffusé dans les banques. Elle est naturellement un élément clé du marketing bancaire. C'est dans les segments les plus « haut de gamme » qu'on retrouve les clients générateurs de la plus forte rentabilité, (20% des clients représentent plus de 50% du PNB).

La mise en place d'une politique tarifaire est systématiquement mise en place en fonction des segments de clientèle. Par exemple : les segments « grand public » ont comme offre des produits standardisés et packagés, alors que les clients ayant les avoirs le plus importants, et souvent la rentabilité la plus élevée, auront des offres personnalisées et seront plus avantagés[15].

Section 2 : L'évolution du portefeuille bancaire

I. L'analyse du portefeuille clients

La connaissance de la clientèle de l'agence ou d'un portefeuille est indispensable à l'élaboration des actions commerciales qui passe par l'exploitation des données recueillies dans le fichier de l'agence. Ces données permettent d'apprécier qualitativement et quantitativement la clientèle.

Une comparaison avec la concurrence est possible par l'étude conjointe des différents taux de détention de chacun des produits et services financiers proposés.

1. L'objectif d'une analyse d'un portefeuille

La mise en place d'une stratégie commerciale débute forcément par une analyse du portefeuille clients. Chacun d'entre eux est une cible différente, à approcher avec une offre spécifique[16].

L'analyse d'un portefeuille clients est effectuée à différentes occasions telle que la prise de poste.

En outre, l'analyse permet :

- de dresser un « état des lieux » lors de la prise en charge du portefeuille ;
- de déterminer les potentialités sur les différents produits ou services ;
- de mieux négocier les objectifs ;
- de mettre en place des actions commerciales construites sur des cibles identifiées ;

[15] Documents interne à la Natixis.
[16] Derrien.L, Pilotage : Comment gérer votre portefeuille clients?, disponible sur actionco.fr, consulté le 12/10/2017.

- de mesurer les résultats et suivre leur évolution.

2. Les éléments à apprécier

Il faut rappeler que le portefeuille clients est un échantillon du fonds de commerce de l'agence. L'analyse du portefeuille est élaborée en procédant aux analyses ci-après.

2.1. L'analyse qualitative

Elle s'intéresse aux données géographiques, aux CSP, à l'âge, aux segments de marchés et permet ainsi de savoir « qui sont les clients ».

2.1.1. L'analyse de la clientèle par tranche d'âge

L'analyse du portefeuille par tranche d'âge est essentielle pour l'approche commerciale. Elle permet d'adapter l'offre à la clientèle et ainsi de détecter les opportunités.

En effet, une forte proportion de jeunes entraine une offre qui portera davantage sur des crédits étudiants ou personnels. À l'inverse, une clientèle plus âgée serait plus intéressée des propositions d'épargne plus élaborées, des conseils en matière de préparation à la retraite[17].

La structure même du portefeuille définit le profil du conseiller clientèle à qui il sera confié.

2.1.2. L'analyse de la clientèle par catégorie socioprofessionnelle (CSP)

Elle permet de regrouper les clients selon des caractéristiques socioprofessionnelles communes[18] et ainsi les analyser.

Cette répartition du portefeuille, permet une vision qualitative de la clientèle, en élaborant un questionnaire, exemple : Quelle est la part des actifs ? Des étudiants ? Des retraités ? Des personnes sans emploi ? Parmi les actifs, quelle est la part des ouvriers ? Des employés ? Des cadres ? Des professions libérales ?...

En effet L'approche commerciale à adopter, diffère d'un ouvrier à celle d'un cadre supérieur, car leurs besoins ainsi que leurs projets ne relèvent pas du même ordre.

2.1.3. L'analyse comportementale de la clientèle

Une étude approfondie du portefeuille permet de distinguer des comportements différents et d'orienter une approche commerciale à partir des grandes catégories identifiées.

[17] Documents interne à la Natixis.
[18] CSP, disponible sur emarketing.fr, consulté le 12/10/2017.

L'étude des comportements est fondamentale dans l'approche de la clientèle, au point que certains établissements ont fondé dessus leur segmentation (segmentation comportementale) sur cette étude.

Ainsi, un portefeuille peut rassembler des clients essentiellement « dépensiers », utilisateurs de facilités de caisse ou à l'inverse des clients d'un profil de type « épargnant ». Parmi ces derniers, des comportements variés sont identifiés, notamment selon la sensibilité au risque, à la pression fiscale ou au besoin de revenus.

2.1.4. L'évolution du portefeuille de clients

Le croisement des données précédemment évoquées permet de juger de la qualité du portefeuille et de sa pérennité. Il faut également vérifier l'homogénéité du portefeuille : les clients qui le composent font-ils partie de la même gamme ?

Dans le cas contraire, il convient de déplacer les clients concernés vers un autre portefeuille, plus haut de gamme par exemple. De par leur nature, les portefeuilles sont « vivants », il est normal que des clients le quittent ou l'intègrent selon leur évolution familiale, professionnelle, financière… Cependant, ces mouvements doivent, dans la mesure du possible, être limités lorsque le conseiller clientèle ne change pas d'affectation.

À l'inverse, lors du changement du titulaire du portefeuille, il est recommandé d'en profiter pour harmoniser celui-ci selon les normes prévues par la segmentation mise en place par l'établissement.

2.1.5. Le niveau du risque

Si l'une des fonctions du conseiller clientèle est la vente de produits financiers, il en est une autre, tout aussi fondamentale : la maîtrise du risque (des risques).

Ainsi, l'analyse d'un portefeuille porte-t-elle sur la qualité des risques. Les facilités de caisse et autorisations de découvert en place, les dépassements qu'elles enregistrent, le nombre et les encours de crédits, les incidents de paiement sont donc étudiés avec attention.

Une fois encore, cette analyse est effectuée de façon statique (situation à un moment donné) et de façon dynamique (évolution de cette situation dans le temps).

Selon Harry Markovitz « un investisseur peut obtenir un meilleur rendement pour le même niveau de risque s'il détient un portefeuille bien diversifié, soit des titres présentant différents niveaux de risque »[19].

[19] Les actions et les valeurs à risque-notions de gestion de portefeuille, disponible sur fondsfmoq.com, consulté le 13/10/2017.

2.2. L'analyse quantitative

Les tableaux de bord sont constitués notamment des indicateurs chiffrés, les plus couramment utilisés sont :

- le nombre de clients ;
- les encours en nombre, en capitaux ;
- les soldes moyens, les dossiers moyens ;
- les taux de détention.

2.2.1. Les indicateurs

a. Le nombre de client

Il est important de connaître la taille du portefeuille et repérer les potentiels évolutifs en les comparants avec la stratégie de développement de l'établissement.

b. Les encours en nombre, en capitaux

L'analyse de cet agrégat et de son évolution est riche d'enseignements car ils constituent le stock du produit.

Les capitaux sont considérés comme étant la matière première de la production dans le système bancaire, il est important de suivre la structure des encours en capitaux ainsi que leur évolution, tel que l'arrivé de l'argent et sortie de capitaux.

Pour comparer le nombre de produits détenus dans un portefeuille avec celui d'un autre ou d'une agence, on a recours aux taux de détention.

c. Les soldes moyens, les dossiers moyens

Les soldes moyens sont calculés à partir du total des encours d'un produit par rapport au nombre de produits. Ils permettent des comparaisons d'un portefeuille à l'autre ou d'un segment à l'autre. Leur étude permet d'apprécier les potentialités du portefeuille.
Lorsque l'analyse porte sur un crédit, on utilise la notion de « dossier moyen »[20].

d. Les taux de détention

Ils permettent de mesurer le pourcentage des clients détenant un ou une classe d'actif ou de produits financiers[21].

[20] Bertrand.P et Prigent.J, « Gestion de portefeuille », Economica, 2006, Paris ,381 pages.
[21] Les taux de détention, disponible sur lesechos.fr, consulté le 13/10/2017.

L'appréciation du niveau se fait par le calcul des taux de détentions des différents produits et services effectué et les comparer avec ceux de l'agence.

S'agissant d'un nombre de comptes ou de produits, c'est le taux de détention qui est utilisé. À l'inverse, s'agissant de capitaux, ce sont les soldes moyens (dépôt ou épargne) et les dossiers moyens (crédit) qui sont utilisés.

À titre d'exemple, un taux de détention de comptes d'épargne se calculera ainsi [22]:

$$Taux\ de\ detention = \frac{Nombre\ de\ comptes\ d'\ épargne}{Nombre\ de\ comptes\ -\ chèques} = \frac{2500}{4600} = 54\%$$

Ce taux de 54 % est comparé à celui de l'agence (par exemple 48 %). Dans ce cas, le portefeuille a un taux de détention supérieur à la moyenne de l'agence.

En revanche, un taux de détention de cartes pourra être supérieur à 100 %. En effet, il peut y avoir une ou plusieurs cartes par individu, donc en théorie plus de cartes que de comptes:

$$Taux\ de\ detention = \frac{Nombre\ de\ cartes\ haut\ de\ gamme}{Nombre\ de\ comptes\ -\ chèques} = \frac{350}{6200} = 5\%$$

Ce taux de 5 % est également comparé à celui de l'agence (par exemple 10 %). Ici, le portefeuille a un taux de détention inférieur à la moyenne de l'agence, ce qui peut s'expliquer notamment par la qualité des clients du portefeuille.

Bien entendu, une augmentation du nombre de nouveaux clients ou de nouveaux comptes entraîne de fait une baisse des taux de détention.

2.2.2. L'analyse des taux de détention d'un portefeuille

La comparaison des taux de détention des autres portefeuilles de l'agence permet L'analyse des taux de détention des produits au sein d'un portefeuille.

Une explication et une solution proposée doit être apportée à chaque écart significatif et cela à travers les questionnements suivants :

- Le conseiller clientèle maîtrise-t-il bien le produit ?
- Sait-il que ce produit répond à une attente et à un besoin de la clientèle ?
- Sait-il le proposer justement aux clients concernés et non pas aux autres ?

[22] Documents interne à Natixis.

- Le portefeuille a-t-il des caractéristiques précises qui justifieraient un écart ?

Pour compléter l'analyse il faut rappeler l'importance des placements, des crédits et des services pour la banque:

a. Les placements

Pour chaque placement il est utile de comparer les soldes moyens et les taux de détention afin de connaitre les potentiels existants et de mettre en place des actions commerciales sur les supports décalés car ils permettent de consolider les ressources à vue, pour les rentabiliser tout en fidélisant la clientèle.

b. Les crédits

Plusieurs formes de crédits existent (les facilités de caisse et découverts, les crédits personnels, les crédits immobiliers) et permettent de s'assurer de la fidélité de la clientèle. Et de conquérir de nouveaux clients.

Par définition, les crédits amortissables « tombent » à leur échéance et la production nouvelle a pour première vocation de compenser ces tombées avant même d'en développer le stock.

c. Les services

Si le conseiller clientèle constate de forts décalages de taux de détention entre son portefeuille avec les autres portefeuilles de l'agence il se doit de réagir, et mettre en place des actions afin de communiquer vers la clientèle et répondre ses attentes. Il doit également être en position d'offre sur ce thème et le placement des contrats de services doit être une préoccupation constante, tant pour la satisfaction du client que pour la rentabilité de la relation.

Les services sont nécessaires aux clients pour le fonctionnement et la gestion de leur compte, tant au quotidien que dans la durée.

2.3. Le diagnostic

Dans le but d'améliorer la rentabilité de son fonds de commerce, une analyse dynamique et non statique des données doit être mise en place à travers un tableau résumant les stocks et les taux de détention, aussi un comparatif avec l'année précédente ou le mois précédent et un tableau de bord reprenant les données quantitatives.

III. Le développement du portefeuille

Pour la garantie de l'entreprise il est favorable d'avoir un portefeuille client fourni et plus il se développera plus l'entreprise se portera mieux.

1. La fidélisation

Pour que les clients restent toujours fidèles il est important de les solidifier et cela permet aussi de faire grandir le portefeuille client[23]. Et c'est le conseiller clientèle qui est chargé de fidéliser son client.

Nombreuses sont les occasions de rupture c'est pour cela que le conseiller clientèle doit s'assurer en permanence que son client est satisfait et que rien ne lui manque.

Parmi ces dernières on citera:

- un client qui apprend par l'un de ses proches ou encore par une publicité qu'un autre établissement propose un produit qui l'intéresse a deux possibilités :
  - contacter sa propre banque pour savoir si un produit équivalent existe ;
  - souscrire directement au produit auprès de l'autre établissement.

C'est pour cela que le conseiller clients doit être toujours en mesures d'avoir de nouvelles propositions intéressantes pour son client.

- Le déménagement du client. Celui-ci peut conserver son compte dans son agence actuelle mais, au fil du temps la relation s'interrompra lorsque le client franchira le seuil d'une autre banque, à proximité de son nouveau domicile. Mais il est indispensable de proposer au client de transférer son compte dans l'agence la plus proche de son nouveau domicile. Ce sera, certes un client perdu pour l'agence mais un client conservé pour la banque.

Le conseiller clientèle doit également surveiller régulièrement les mouvements des comptes de ses clients et intervenir immédiatement dès qu'il remarque que les mouvements créditeurs baissent ou s'interrompent. Une baisse de ces mouvements ou un arrêt complet signifie bien que le client est parti, il est donc important de contacter le client afin de voir quelle est l'origine du départ et de s'expliquer. Si le client ne peut néanmoins être rattrapé, il sera utile de connaître les raisons qui l'ont amené à quitter l'agence et ce afin de prévenir d'autres mouvements similaires.

Le travail de fidélisation est facilité lorsque l'établissement édite des états qui reprennent les comptes n'ayant pas mouvementé depuis un mois ou deux mois.

[23] Doumalin.M, « Portefeuille client », disponible sur appvizer.fr, consulté le 13/10/2017.

Bien entendu, le meilleur moyen de fidéliser sa clientèle reste de la rencontrer régulièrement, de s'assurer de sa satisfaction, toujours être à son écoute savoir lui proposé mieux en rapport avec ses demandes[24].

2. La prospection

Celle-ci consiste en la recherche de nouveaux clients. Elle peut s'effectuer de différentes façons.

2.1. La recommandation (la prescription)

Une clientèle satisfaite de la banque reste le meilleur véhicule pour amener de nouveaux clients. En effet, un client mécontent le dit autour de soi à environ dix personnes et un client satisfait ne le dit qu'à une personne c'est pour cela faut toujours être attentive aux clients et à ses besoins.

Ainsi, parmi les clients satisfaits, certains recommanderont leur banque, leur agence, leur conseiller clientèle à leur entourage, à un proche qui évoquera un besoin particulier (un prêt, un service spécifique) ou exprimera son mécontentement envers sa propre banque.
Un client satisfait est toujours l'allié de la banque et c'est un client prescripteur.

2.2. La prospection externe

L'étude de la zone géographique ou se situe la banque peut permettre de connaitre certaines résidences ou certaines zones à prospecter tel que les habitations à proximité qui sont les premières cible, car il est assez compliquer pour le banquier d'aller sonner ou taper aux portes à fin d'acquérir de nouveau clients tous en proposant tous les services que propose sa banque.

3. Les démarches collectives

Celle-ci consiste à présenter une offre spécifique à un ensemble homogène d'individus, tout étudiants ou salariés d'un établissement à proximité de l'agence car toutes entreprises ou institue d'étude peut faire l'objet d'une démarches collectives (plus y'a des personnes plus c'est mieux). Si l'accueil et le service sont satisfaisants, le bouche à oreille restera après le meilleur moyen pour transmettre toutes les informations.
Ce type de démarche peut aussi être initié auprès des entreprises clientes de l'agence.

[24] Documents interne à Natixis.

Pour initier ce type de démarche, il faut rencontrer les responsables des établissements ciblés et leur présenter une offre spécifique. Eux-mêmes peuvent être des véritables prescripteurs s'ils sont des clients satisfaits[25].

Section 3 : Le suivi de la relation commerciale

1. La prévention des risques à l'ouverture des comptes

La banque et son client doivent avoir une relation durable et profitable à eux deux lors de l'ouverture d'un compte entreprise, qui a aussi pour objectif la prévention des risques[26].

Une étude de l'affaire qu'il y ait ou non demande de concours bancaires donne naissance à une entrée en relation qui s'inscrit dans une démarche sélective.

Ainsi, il s'agit tout autant de préparer le développement commercial futur que d'éviter de graves mécomptes et désagréments. L'attitude du banquier vise alors à :

- prévenir les risques ;
- connaître son client potentiel pour l'accompagner au mieux et préparer les décisions ultérieures ;
- développer des relations commerciales durables dans des conditions satisfaisantes tant au plan de la rentabilité qu'au niveau relationnel.

Pour contenir et prévenir des risques anormaux il est souhaitable de :

- appliquer une procédure d'ouverture des comptes en respectant les dispositions légales et les instructions en vigueur dans l'établissement de crédit ;
- collecter les informations économiques et financières nécessaires pour se forger une opinion sur la qualité de l'entrée en relation ;
- repérer, sans tirer de conclusions précoce et non justifiées;
- prendre un certain nombre de précautions fondamentales.

1.1. Le cadre juridique et réglementaire de l'ouverture des comptes

1.1.1. Le droit au compte

[25] Documents interne à Natixis.

[26] Le suivis de la relation commerciale disponible sur, lafinancepourtous.com consulté le 14/10/2017

« Toute personne physique ou morale domiciliée en Algérie, ne disposant pas d'un compte de dépôt en monnaie nationale, a droit à l'ouverture d'un tel compte dans une banque »[27].

Toute personne qui s'est vu refuser l'ouverture d'un compte de dépôt par les banques de la place, et qui de ce fait ne dispose d'aucun compte, peut demander à la Banque d'Algérie de lui désigner un établissement de crédit auprès duquel elle pourra ouvrir un tel compte[28].

Le banquier a donc le droit, et parfois c'est un devoir pour des raisons de risques, de refuser d'ouvrir un compte. Ce refus sera formulé par écrit et adressé par courrier à l'intéressé (Annexe n°1). Il n'est pas réglementairement nécessaire de motiver ce refus. Au plan pratique : la décision du banquier est une décision de gestion et ne peut résulter d'un simple et pur jugement de valeur sur l'homme.

1.1.2. Le secret professionnel

Le secret professionnel est indispensable et doit être toujours tenue par le banquier pour éviter toutes sanctions pénales. Faut préciser que le secret professionnel n'est pas opposable à l'autorité judiciaire agissant dans le cadre d'une procédure pénale, à la Banque d'Algérie, à la Commission Bancaire et à certaines administrations[29].

Dans le cadre de sa mission de collecte de renseignements liés à l'ouverture des comptes, l'exploitant ne peut divulguer aucun élément de nature à enfreindre l'obligation de discrétion professionnelle.

1.2. Les obligations de vigilance

Pour l'essentiel, elles regroupent les actions suivantes :

- vérifier et enregistrer l'identité des personnes qui ouvrent un compte ;
- vérifier l'adresse ;
- surveiller et enregistrer les caractéristiques de certaines opérations complexes.

Nous donnons ci-après quelques exemples d'opérations à surveiller :

- les opérations répétitives des clients de passage ;
- les dépôts d'argent liquide anormalement élevés ;
- les dépôts de chèques importants d'une tierce personne endossés par le client ;

[27] Article 2 de l'instruction n° 03-2012 du 26 décembre 2012 fixant la procédure relative au droit au compte
[28] Article 4 de l'instruction n° 03-2012 du 26 décembre 2012 fixant la procédure relative au droit au compte
[29] L'article 117 de l'ordonnance n°03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit

- la constitution de soldes créditeurs pléthoriques incompatibles avec le chiffre d'affaires connu du client et transférés après coup vers des comptes étrangers ;
- transferts d'importantes sommes d'argent vers ou à partir de pays étranger[30].

1.3. La structure juridique de l'entreprise

La prise en considération du contexte juridique permet de s'assurer de la capacité juridique du client ainsi que de l'étendue des responsabilités. Rappelons que cette responsabilité des associés est :

- Illimitée dans les cas suivants

– Entreprise individuelle ;
– Société en nom collectif ;
– Société en commandite par actions (responsabilité indéfinie et solidaire des commandités) ;
– Société en commandite simple (responsabilité indéfinie et solidaire des commandités).

- Limitée aux apports dans les formes sociales suivantes :

– S.A.R.L ;
– E.U.R.L ;
– S.P.A.

1.4. La procédure d'ouverture des comptes

Elle recouvre les :

- documents à réunir ;
- signatures à recueillir ;
- vérifications à effectuer.

Dans l'établissement il est nécessaire de respecter des instructions récentes, la responsabilité de la banque peut par exemple être engagée en cas de délivrance de chéquiers sans respect des formalités exigées et en particulier en l'absence d'interrogation des fichiers de la Banque d'Algérie.

- Deux documents doivent être signés (en dehors des procurations):

– La fiche de signature ;
– La demande d'ouverture de compte-courant (dans le cadre d'une convention de compte- courant).

[30] Ouverture d'un compte, disponible sur cours-de-droit.net, consulté le 16/10/2017

- Les vérifications et les interrogations à effectuer :
  - D'une façon générale ces vérifications peuvent s'appliquer :

▪ à l'animateur principal ;
▪ aux actionnaires, aux administrateurs, aux associés ;
▪ au conjoint ;
▪ à toute personne.

  - Le banquier cherchera à obtenir des informations auprès :

▪ du fichier central des impayés : son interrogation est obligatoire et donne
▪ des informations sur les chèques impayés ;
▪ du fichier de la centrale des risques des entreprises ;
▪ du fichier de la centrale des risques des ménages ;
▪ des autres banquiers[31].

2. Le suivi des risques au quotidien

La gestion de tous événements se passant sur les comptes de l'entreprise doit être totalement et pleinement maitrisée et le suivi des risques au quotidien demande dynamisme et sens d'interprétation.

La notation interne a introduit la notion de « même bénéficiaire » qui couvre l'ensemble des contreparties d'un même groupe. Cette notion joue un rôle essentiel dans les :

- délégations accordées ;
- taux débiteurs accordés.

Le chargé d'affaires doit être curieux et faire preuve de recul vis-à-vis des informations données par son client. Une logique quantitative mais aussi qualitative doit être suivi lors de l'analyse quotidienne (volumétrie et nature des opérations…) ainsi qu'une analyse mensuelle (variation du CA confié, variation de la structure de répartition des flux, évolution du nombre de jours de débit, évolution du solde débiteur moyen…).

Dans une démarche de gestion du risque mais aussi dans une logique de dynamique commerciale, l'analyse au quotidien de la situation des comptes de l'entreprise est une nécessité.

Le client doit être capable de justifier des entrées et sorties de son compte mais aussi d'informer de l'évolution des prochains jours.

[31] Document interne à la Natixis

2.1. Les états de dépassements

2.1.1. Sur les débiteurs

Ils reprennent quotidiennement les comptes présentant des positions débitrices, ainsi que les dépassements sur les autorisations de crédit court terme.

Le chargé d'affaires doit alors se mettre en position pour décider si les paiements se présentant au débit du compte ou les échéances seront réglés (tout en respectant le formalisme juridique qui s'impose), et la réglementation interne sur les délégations. Il lui est indispensable de mesurer son jugement en tenant compte du niveau du dépassement, cette décision dépend en grande partie de la qualité du risque du client entrepris.

La première action à réaliser est de prendre contact avec le client entreprises afin qu'il nous donne des explications quant à ce dépassement en répondant à un certaines nombres de questionnements :

- Est-ce un dépassement temporaire de quelques jours où bien plus long dans le temps ?
- De quelles façons le client entrepris va-t-il régulariser sa position dans son autorisation?
- Comment va évoluer le risque?

Si le dépassement est temporaire selon le client celui-ci devra remettre un plan de trésorerie sur un minimum de trois mois reprenant la situation de trésorerie actuelle, les encaissements et les décaissements futurs. Une étude de ce document est alors primordiale, puis selon la connaissance de l'entreprise il sera accepté ou refuser le dépassement.

- En cas d'acceptation, un document écrit doit être remis au client entreprises (avec l'appui du service juridique) pour faire savoir que le dépassement temporaire sera accepté mais que cela ne constitue en aucun cas, un droit de tirage supplémentaire quant aux lignes octroyées, et la régularisation se réalisera au plus tard à une date ultérieure .
- En cas de refus du dépassement, le chargé d'affaires le notifiera verbalement au client puis par écrit mais avant tout rejet, il est absolument indispensable de vérifier que par le passé (six mois antérieurs par exemple) il n'a pas été autorisé un dépassement équivalent voir supérieur. Le rejet d'opérations par un établissement bancaire pour une entreprise est un acte grave qui entraîne des conséquences :
  - La déclaration des impayés auprès de la banque d'Algérie par l'établissement bancaire et auprès du greffe du tribunal, s'il s'agit d'un chèque, l'interdiction

de chéquier est immédiate avec un délai de régularisation possible (suivant réglementation en vigueur).

- une dégradation de la relation commerciale entre l'établissement bancaire et son client entreprise car ces rejets peuvent entrainer des rebellions de la part du client.

2.1.2. Sur les opérations «exceptionnelles »

Le client entreprise est obligé de remettre des pièces justificatives des opérations dites « exceptionnelles » pour qu'un un second état soit élaborer pour savoir si le caractère de ces dernières est normal où anormal. Il s'agit le plus souvent de remises de chèques de montants importants versés dans d'autres agences, de versements espèces injustifiés.

Le chargé d'affaire devra veiller à obtenir des explications en accord avec d'autres documents qui lui seront remis qui reprennent les dépassements non régularisés (par exemple supérieurs à 1 mois, 3 mois, 6 mois dès le premier dinar), les clients douteux, les avis d'échéances à régler dans le mois qui vient… ; ces documents diffèrent selon les établissements bancaires[32].

2.2. Les opérations de contrôle

Une surveillance spécifique est nécessaire au démarrage d'un compte pendant une entrée en relation.

Les états liés à la surveillance commerciale concernent plus particulièrement tous les nouveaux clients entreprises de moins de six mois où un an selon les groupes bancaires. Le chargé d'affaires peut par ailleurs décider d'y inclure d'anciens clients dont il constate un fonctionnement anormal du compte. L'objectif de cet état est de contrôler chaque matin les écritures qui se présentent sur le compte du client entreprises et leurs caractéristiques.

En effet, le chargé d'affaires doit connaître les types de flux qui lui seront confiés ainsi que leur volumétrie dès l'entrée en relation, Certains types d'opérations doivent l'alarmer se ce qui le laissera se référer à sa hiérarchie. Ces états reprennent bien souvent la part de mouvement confié (débit/crédit) par rapport au niveau d'activité, ainsi que la part des utilisations de l'établissement bancaire par rapport à la centrale des risques.

L'objectif de ces états étant d'éviter certains risques plus lourds de conséquence tels que :

[32] Documents interne à la BNP Paribas.

- les tirages croisés par chèques ou traites sur une même entité ou sur plusieurs entités d'un même groupe, à partir de comptes ouverts dans plusieurs établissements ;
- les comptes dits « taxi » : société n'ayant pas d'existence juridique propre, qui réalise néanmoins de véritables opérations de commerce avec des fournisseurs et des clients, mais sans jamais déclarer ni reverser la TVA. Il s'agit dans ce cadre d'escroquerie à la TVA ;
- le blanchiment par exemple des dépôts espèces, puis l'émission le lendemain d'un chèque de banque.

Au niveau des clients entrepris, les opérations réalisées par chèques sont encore nombreuses.

Chaque matin, le chargé d'affaires devra vérifier pour son portefeuille, un lot de chèques émis par ses clients .Il devra veiller à vérifier les mentions obligatoires, ainsi que les signatures qui doivent être présentes mais surtout s'interroger sur les bénéficiaires des chèques.

En cas de doute, il est indispensable de prolonger les investigations afin d'éviter un risque de contentieux. En cas de doute, sur le bénéficiaire, il est indispensable de faxer le chèque au client entreprises qui marquera ou non son accord sur le paiement de cette formule. En cas de falsification, il est nécessaire de contacter le service juridique de l'établissement.

2.3. Les dossiers de crédits LMT

À partir du moment où des financements LMT sont octroyés, le client entreprise procédera au remboursement au travers de son compte ouvert en les livres de la banque. Si une échéance de crédit LMT vient à générer un dépassement des lignes autorisées, il est indispensable d'isoler cette opération sur un compte interne en dehors du compte-courant. En effet, si le dépassement est accepté sans autre action, le client pourra se prévaloir d'un concours égal au montant du dépassement. Si l'opération n'est pas isolée et que la situation s'accentue la déchéance ne peut être signifié du terme du crédit LMT et ainsi les garanties ne sont pas mises en jeu.

Chaque année le chargé d'affaires devra vérifier si les clauses de sauvegardes (ou covenants) et les garanties des contrats LMT sont bien respectées.

3. Le fonctionnement du compte

La qualité de la relation est toujours révéler par les riches enseignements apportés par le fonctionnement du compte à l'exploitant, tout en constituant l'outil indispensable à l'anticipation nécessaire des risques.

Au-delà des outils de suivi quotidien ou d'anomalies, l'exploitant dispose d'une fiche d'analyse de fonctionnement de compte lui permettant avec le diagnostic économique et financier de dresser des bilans de relation, d'assurer un suivi dans le temps de l'évolution des relations, de faciliter ses décisions et d'orienter son action commerciale.

3.1. Raisons et objectifs du suivi des comptes

L'évolution de l'entreprise se traduit pratiquement dans le fonctionnement du compte. Bien entendu, si l'analyse du fonctionnement du compte est incontournable, elle n'est pas suffisante :

- l'entreprise est cliente de plusieurs banques : il y a lieu dans cette hypothèse d'étudier également les états de la centralisation des risques ;
- l'exploitation périodique d'une fiche de fonctionnement de compte ne dispense pas d'un suivi quotidien des opérations effectuées
- l'étude du fonctionnement du compte est nécessairement interactive avec l'ensemble des paramètres d'analyse bancaire : modalités d'utilisation de tous les concours, diagnostic économique et financier...[33]

3.2. Présentation d'une fiche de fonctionnement de compte

Le diagnostic de la situation d'une petite entreprise est toujours déterminer par un document statistique récapitulatif des opérations enregistrées sur le compte d'un client c'est ce qu'on appelle une fiche de fonctionnement de compte , il facilite la prise de décision et permet renforcer la qualité des offres commerciales en adaptant et en justifiant les concours mis en place.

Les grandes évolutions sont misent clairement en évidence par la fiche de fonctionnement de compte et permet d'identifier les profils de fonctionnement des comptes.

Les éléments présentés ici ne sont pas complets et peuvent être utilement complétés par d'autres informations telles que les impayés d'escompte enregistrés, les utilisations d'escompte, la rentabilité de la relation ou les agios perçus...

L'analyse du fonctionnement des comptes intègre en réalité trois dimensions :

[33] Documents interne à la Natixis.

- L'analyse statistique n'est pas suffisante : dans la mesure où les structures d'exploitation le permettent, le chargé d'affaires peut avoir une bonne connaissance des opérations effectuées sur les comptes en examinant au jour le jour les principales transactions :

– examen matériel des remises chèques importantes ;
– examen des effets à payer au moment des échéances.

- L'utilisation de la fiche de fonctionnement du compte ne dispense pas d'une étude de la composition des mouvements créditeurs et débiteurs en s'appuyant sur les relevés de comptes. En outre ces mouvements doivent être confrontés entre eux.
- La fiche de fonctionnement de compte est l'outil idéal, en liaison avec les états de la centralisation des risques et les échelles d'intérêts, pour mettre en évidence le profil de fonctionnement du compte et pour établir un bilan commercial :

Le chargé d'affaires entreprises est en mesure par exemple de :

- suivre l'évolution de la part de mouvement qui lui est confiée et de déterminer son adéquation à la part qu'il prend dans les concours ;
- constater l'utilisation plus ou moins souple des concours et notamment du découvert du compte :

– souple ;
– lourd ;
– débiteur sans mouvement ;
– enregistrant des dépassements chroniques.

- adapter si nécessaire les autorisations, en montant et par nature de concours, aux besoins de l'entreprise ;
- analyser les processus de détérioration ou d'amélioration du fonctionnement du compte ;
- identifier les opérations trop coûteuses qui transitent sur le compte[34].

[34] Document interne à la Natixis

Conclusion

Les banques travaillent avec l'argent des clients, qui en grande majorité manquent d'expertise et de savoir-faire. C'est la raison pour laquelle est née la gestion de portefeuille qui s'occupe du patrimoine de la clientèle ainsi que de celui de la banque afin de fructifier ses avoirs.

Le chargé d'affaires doit pouvoir « dire oui, mais parfois savoir dire non ». Son jugement repose à la fois sur un certain nombre d'éléments subjectifs et d'éléments objectifs.

Il est indispensable que le chargé d'affaires garde à l'esprit que le suivi du risque doit être effectué en permanence, en analysant les entrées et sorties du compte client et non pas seulement lors des rendez-vous.

Chapitre 3 : Segmentation et étude d’un cas de crédit.

CHAPITRE 3: SEGMENTATION ET ETUDE D'UN CASde crédit

Introduction

Après avoir présenté le système bancaire et les notions relatives au service portefeuille dans le premier chapitre et avoir analysé les opérations liées à la gestion de portefeuille dans le deuxième chapitre, nous procédons dans le présent chapitre d'abord à la présentation de notre lieu de stage qui est l'agence NATIXIS de Tizi-Ouzou et à la description détaillée du rôle du front et back office.

Nous allons par la suite, examiner les techniques de segmentation opérées par le gestionnaire clientèle professionnelle et particuliers (GCPP) au niveau de l'agence présentant les missions de ce dernier et en exposant la classification des clients, conformément au tableau de bord commercial.

Enfin, nous passons à la concrétisation des données théoriques préalablement exposées, par l'étude d'un cas pratique au niveau de l'agence NATIXIS, qui consiste en la présentation de la procédure suivie par notre maitre de stage en matière d'étude d'une demande de crédit.

Nous avons jugé utile de scinder notre chapitre en trois sections.

Section 1 : Présentation de la banque NATIXIS ;

Section 2 : Description du travail de l'agence ;

Section 3 : Segmentation de la clientèle et étude d'un cas de crédit octroyé à un professionnel.

Section 1 : Présentation de la banque NATIXIS

I. Historique de NATIXIS

En 1996, une fusion a été concrétisée entre la Banque Française du commerce extérieur (BFCE) et le Crédit National.

Deux ans plus tard, en 1998, ce nouveau groupe est acheté par la Banque Populaire.

En 2004, l'IXIS qui est une banque d'investissement de la caisse des dépôts est rachetée à l'Etat par la Caisse National des Caisses d'Epargne (CNCE).

En 2006, la société Natixis a été créée. Elle est issue du rapprochement des banques d'investissement des groupes Banque Populaire et Caisse d'Epargne (respectivement Natixis Banques Populaires et Ixis CIB).

A l'origine, elles détenaient chacune 35,62% de la nouvelle banque d'investissement ainsi créée, le reste du capital étant en bourse. Le titre Natixis a été mis sur le marché le 25 octobre 2006, avec un prix d'introduction de 19.55 euros.

Cette société, qui a été au bord de la faillite en raison de la crise des subprimes, est aujourd'hui détenue à hauteur de 71,54 % de son capital par le groupe Banque Populaire et Caisse d'Epargne (BPCE).

II. Définition d'une agence bancaire

Une agence bancaire est un lieu ouvert au public permettant aux clients de procéder à des opérations bancaires.

Ces opérations sont assurées auprès des guichetiers et des conseilles de la clientèle selon les établissements et les organisations, les appellations en usage peuvent varier :

Chargé de la clientèle, conseiller commerciaux (les chargés d'affaires), exploitants.

III. Les types d'agences bancaires

1. Agence retail

C'est l'agence qui traite des activités liées uniquement aux particuliers et aux professionnels.

1.1. Le particulier : c'est une personne physique qui peut être : salariés, retraités, étudiants.

1.2. Le professionnel : il s'agit des personnes physiques considérés comme professionnels : commerçants, artisans, professions libérales (médecins, avocats…).

2. Agence Corporate

C'est une agence qui traite des activités importantes liées uniquement aux entreprises. Il est important de rappeler qu'une entreprise est une personne morale composée d'un ensemble de moyens humains, moyens de financement et moyens matériels mis en œuvre pour accomplir certaines missions, elle peut être une usine, une agence de voyage…

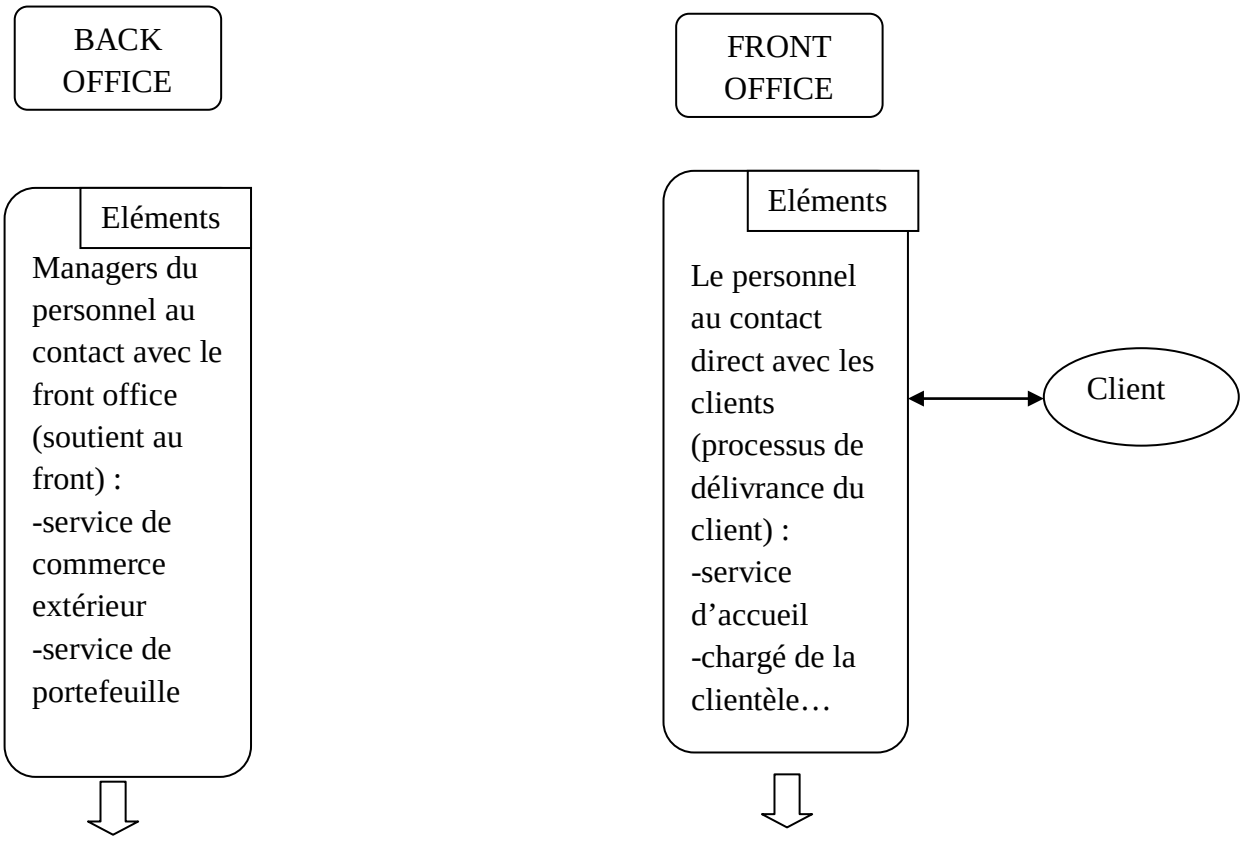
3. Agence mixte

C'est une agence traitant un volume d'activités liées aux entreprises (Corporate) et aux particuliers (retail). Les agences bancaires comprennent un front office et un back office.

3.1. Le front office (parfois appelé également front line): désigne la partie frontale de l'entreprise, visible par la clientèle et en contact direct avec elle, comme les équipes de marketing (les chargés d'accueil, les chargés de clientèle…).

3.2. Le back office est à l'inverse, les parties auxquelles le client n'a pas accès. Il s'agit donc de tous les processus internes de l'entreprise (comptabilité, gestion des ressources humaines…). Il regroupe également un ensemble de tâches administratives ou logistiques liées à la vente (déclaration TVA, mise à jour des stocks, livraison, moyens de paiement, etc.) ou à la gestion d'un site web (analyse d'audience, mises à jour,..) qui se font sans contact avec le client.

Schéma n°2 : présentant la distinction entre le front office et le back office



IV. Présentation de l'agence NATIXIS de Tizi-Ouzou

NATIXIS Algérie est la filiale du Groupe BPCE adossée à Natixis (Pôle Services Financiers Spécialisés) installé en Algérie depuis 1999.

Avec plus de 750 collaborateurs et 28 agences réparties sur tout le territoire, Natixis Algérie offre une gamme étendue de produits et services financiers aux grandes entreprises, PME-PMI, professionnels et particuliers.

Natixis Algérie assure également des prestations de services pour le compte de Natixis.

Banque universelle, Natixis Algérie établit un véritable partenariat financier avec tous ses clients grâce à une approche basée sur :

- Des expertises de métiers reconnues;
- Des conseils à forte valeur ajoutée pour apporter des solutions sur mesure;

[1] Conception personnelle

- Un accompagnement de proximité grâce au réseau de l'agence;
- Une personnalisation de la relation client et le développement de solutions adaptées à chaque client.

V. Réseaux de la banque NATIXIS et ses valeurs

1. Le réseau de la NATIXIS

A ce jour, le réseau de Natixis Algérie comprend vingt-huit agences opérationnelles, réparties sur les régions Ouest, Centre et Est, ainsi que trois directions régionales.

Ces agences sont installées dans les régions :

- Est : Annaba, Akbou, Batna, Bejaia, Bord Bou Arreridj, Constantine, Sétif (2).
- Ouest : Chlef, Mascara, Mostaganem, Oran (4), Relizane, Sidi Belabes, Tlemcen.
- Centre : Chéraga, Didouche Mourad, Hydra (2), Gué de Constantine, Rouïba, Tizi-Ouzou, Médéa, Blida

2. Les valeurs de la NATIXIS

2.1. L'Engagement

Natixis participe pleinement aux projets de ses clients, collaborateurs et partage leurs objectifs. Le respect de ses engagements est une obligation qu'elle a envers tous ceux qui lui font confiance.

2.2. La Coopération

L'esprit d'équipe, la solidarité, le partage des compétences sont autant de facteurs clés de succès qui contribuent à la réussite de chacun et à la satisfaction pleine et durable des collaborateurs et clients de Natixis. Elle veille à offrir une coopération à long terme en respectant les exigences de chacun.

2.3. L'Efficacité

La satisfaction de son client est son objectif premier. Sa réactivité et la qualité de son accueil, ses produits et ses services sont ses forces. Son efficacité passe également par sa capacité à anticiper les évolutions du secteur bancaire et à adapter en conséquence ses gammes de produits et services, afin d'offrir les solutions les plus innovantes et sécurisantes à ses clients. Ceci passe notamment par une amélioration continue de son savoir-faire et de ses produits**.**

VI. L'organigramme de l'agence n°151 NATIXIS de Tizi-Ouzou

Elle est composée de 15 employés répartis sur deux compartiments.

1. Le front Office

Il est composé du :

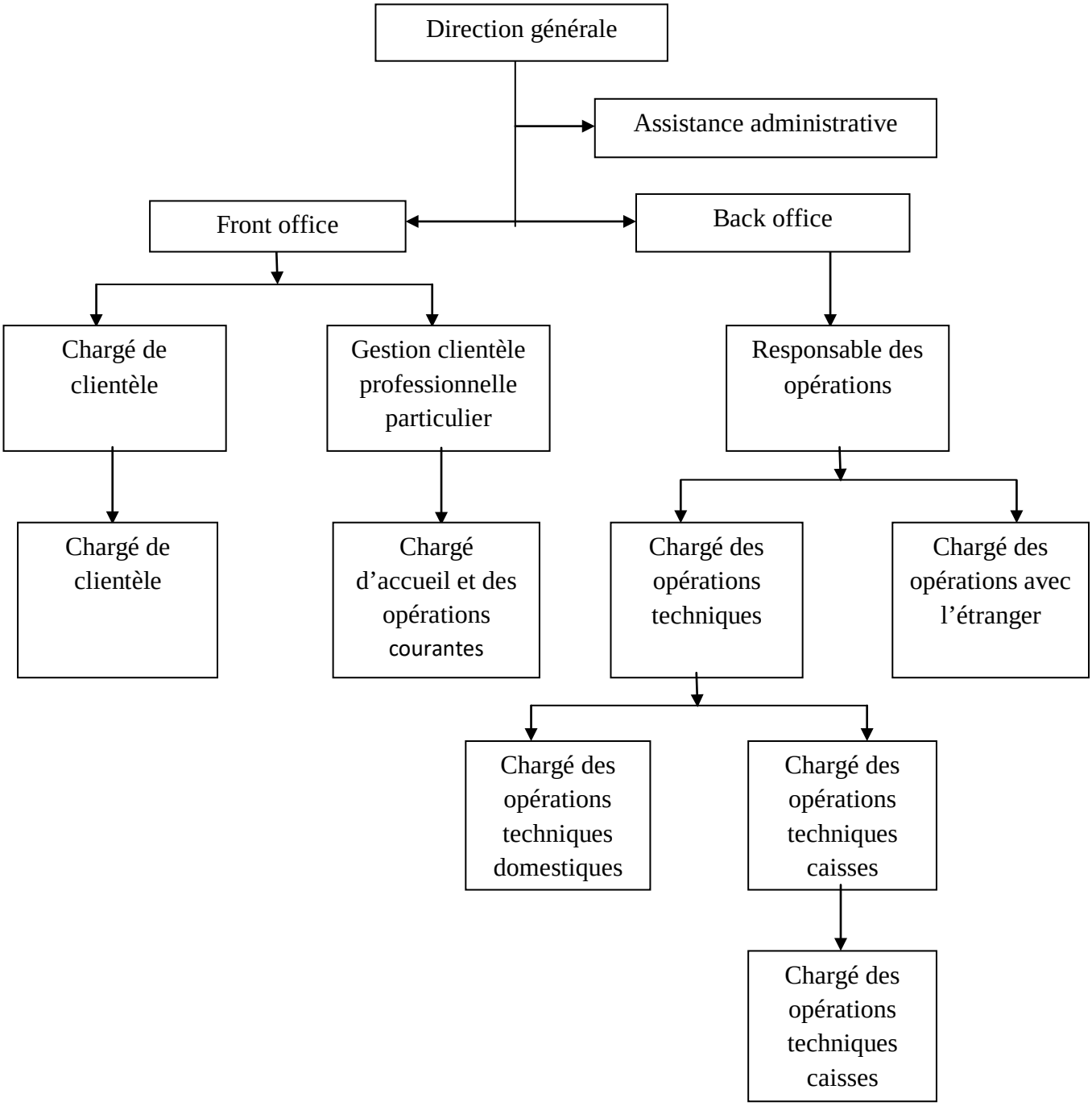
- Chargé d'affaires ;
- GCPP : Gestionnaire Clientèle Professionnelle et Particuliers ;
- CAOC : Chargé d'Accueil et des Opérations Courantes ;
- Chargé de clientèle.

2. Le back office

Qui est composé du :

- RDO : responsable des opérations ;
- Chargé des opérations techniques (COT) international, service des opérations techniques avec l'étranger ;
- COT caisse : service des opérations de caisse ;
- COT domestique : service des opérations domestiques.

Schéma n°3 : Organigramme de l'agence n°151 de Tizi-Ouzou[2]



[2] Document interne à la NATIXIS

VII. Les missions de NATIXIS Algérie

La maîtrise de la qualité est au cœur de l'offre de NATIXIS Algérie qui englobe une gamme étendue des produits et services.

Ses réponses précises et adaptées sont apportées aux besoins d'une clientèle exigeante d'entreprise, de professionnels et de particuliers.

Pour les entreprises, NATIXIS Algérie est avant tout un interlocuteur qui les accompagne dans la gestion quotidienne de leurs affaires et la concrétisation de leurs projets de développement.

Pour les professionnels et les particuliers, NATIXIS Algérie propose des packages bancaires aux conditions souples et avantageuses.

Section 2 : La description du travail de l'agence.

Au sein de l'agence Natixis, le travail est scinder en 2 grandes parties, celui du front office et celui de back office.

I. Le rôle du Front office

1. Les tâches des chargés d'accueil et des opérations courantes

Les chargés d'accueil sont la première image de la banque auprès du client, ils doivent être professionnels et garantir une efficacité et une réactivité, car le premier contact avec la banque se fait à l'accueil, de ce fait, les chargés d'accueil doivent maîtriser très bien tous les produits bancaires et l'organisation du personnel de la banque pour une prise en charge infaillible de la clientèle.

L'accueil face à face est un contact direct avec les clients pour les informer et les renseigner, alors que l'accueil téléphonique s'effectue grâce aux moyens téléphoniques.

La gestion de la clientèle consiste à connaitre le type de client et créer son propre dossier puis le classer (client Corporate, client Professionnel et client Particulier), par contre la gestion des courriers de la clientèle sert à classer les courriers des clients dans leurs dossiers. Les courriers consistent à enregistrer toutes les opérations effectuées par les clients sur leurs comptes, puis les imprimer et les distribuer.

2. Les opérations courantes

2.1. La remise des chèques

C'est des chèques remis par les clients à la banque pour créditer leurs comptes. Dès leur remise au niveau de la réception, la chargée d'accueil procède à leur vérification :

- Le cachet de la société et la signature du client au verso du chèque ;
- La correspondance entre la somme en chiffre et la somme en lettre ;
- La signature qui ne doit pas dépasser la zone blanche.

Après ces étapes, les chèques doivent être transmis au service des opérations domestiques afin qu'il soit traités dans les meilleurs délais.

2.2. La demande de chéquier

A la demande d'un carnet de chèque, le client remet une demande de chéquier à la chargée d'accueil, cette dernière accuse réception après vérification du :

- Numéro de compte de 20 chiffres ;
- La raison sociale ;
- Adresse et date ;
- La signature du client et le cachet.

Ensuite, elle transfère la demande du client et le cachet.

2.3. La demande de chèque de banque

Un chèque de banque est un chèque certifié que la banque fait à son client en cas d'une domiciliation d'une marchandise, ou la banque réserve le montant du chèque dans le compte en faveur du fournisseur (justifier la somme existante dans le compte du client au fournisseur pour lui assurer le paiement de la marchandise).

3. Les tâches du gestionnaire de clients particuliers

Le gestionnaire des clients particuliers s'occupe de réaliser les différents crédits de la banque pour chaque client ayant un revenu mensuel de 35.000 DA ou plus, ce sont :

- Crédit habitat ;
- Crédit à la consommation ;
- Crédit privilège.

4. Les tâches du gestionnaire des clients professionnels

Le gestionnaire des clients professionnels est chargé de prendre en charge toute personne physique ayant un chiffre d'affaires annuel égal à 50.000 DA qu'il justifie avec un bilan annuel.

Les produits qui s'effectuent sont :

- Le leasing ;
- La ligne de crédit ;
- Les avances sur facture ;
- Les cautions ;
- Les crédits à long terme.

5. Les tâches du chargé d'affaires clients Corporate

Il est chargé de prendre en charge toute personne physique ou morale ayant un chiffre d'affaires annuel de 100.000 DA que le client justifie toujours avec un bilan annuel. Pour les produits, on trouve les mêmes avec le client professionnel.

II. Le rôle du Back Office

Le back office regroupe un ensemble de tâches administratives ou logistiques liées à la vente (déclaration TVA, mise à jour des stocks, livraison, moyens de paiement, etc.). Les tâches du back office désignent l'ensemble des opérations de gestion administratives ou techniques réalisées en agence ou dans les services centraux, ces tâches, par opposition à celles du front office, se font sans contact avec le client ou visiteur.

1. Les tâches du chargé des opérations technique (COT domestique)

1.1. La remise de chèque

Après la transmissions des chèques au Back Office, les responsables du portefeuille (COT domestique) vérifient les chèques, les signent et les scannent pour les envoyer à la banque d'Algérie pour les identifier et les envoyer aux différentes agences bancaires concernées pour débiter leur comptes au profit des clients de NATIXIS qui seront crédités.

Cette opération appelle la télé compensation qui prend la valeur j+3 (c'est-à-dire le client sera crédité dans les 3jours qui suivent).

1.2. La demande de chèque de banque et de chéquier

Ces deux opérations au niveau de Back Office passent par trois étapes.

1.2.1. La création

Elle consiste à remplir toutes les informations de la demande sur le logiciel Delta (numéro de compte du client, nom du client, adresse et raison social).

1.2.2. La personnalisation

Il s'agit de faire entrer les numéros précédents et le numéro de compte du client, pour imprimer le bordereau qui sert à inscrire les renseignements concernant l'opération (l'heure et la date).

1.2.3. La délivrance

Cette opération consiste à remettre le dossier (le carnet de chèque ou bien le chèque de banque, le bordereau et la demande) au chargé de la clientèle pour que le bordereau soit signé par le client ou le carnet de chèque ou bien la banque lui remet le bordereau et la demande sera archivée.

1.3. Le virement

C'est un ordre donné par le client appelé « donneur d'ordre » à sa base pour prélever une somme déterminée de son compte pour qu'elle soit transférée électroniquement et portée au crédit du compte du « bénéficiaire ».

A la demande d'un virement le chargé des opérations techniques domestique doit vérifier :

- La signature et le cachet ;
- Le numéro de compte à débiter ;
- Le numéro de compte à créditer ;
- Le montant en chiffre et en lettre.

Il existe deux types de virement.

1.3.1. Virement simple

C'est un virement d'un compte à un autre compte, soit d'une banque à une autre, soit dans la même banque (virement interne).

1.3.2. Virement multiple

Dans le cas où le client de la banque fait des virements a plusieurs salariés qui ont des comptes différents (BNP Paribas, BNA).

1.4. Les tâches du COT du commerce extérieur : La domiciliation bancaire

C'est une opération administrative qui permet de domicilier une marchandise d'importation et/ou d'exportation et vérifier les opérations commerciales avec la législation en vigueur. La domiciliation se réalise sous trois modes de règlements.

1.4.1. Le transfert libre

C'est une opération entre le client et son fournisseur et quand il y a une confiance entre eux, le transfert intervient après dédouanement et réception de la marchandise.

1.4.2. Le crédit documentaire

Le crédit documentaire est un arrangement en vertu duquel une banque (banque émettrice) agit à la demande et sur instruction du client (donneur d'ordre).

Le client ouvre une lettre de crédit auprès de sa banque avec les formalités d'importation et des documents qui doivent être transmis par le canal bancaire.

La banque du fournisseur accepte cette lettre et envoie les documents demandés (facture commerciale, certificat d'origine, document d'exportation…)

Par cette procédure, la banque du client garantit à la banque du fournisseur le paiement de la facture d'importation.

1.4.3. La remise documentaire

Les documents sont envoyés par la banque du fournisseur à la banque du client, le personnel intervient obligatoirement le jour de la remise des documents complets aux clients.

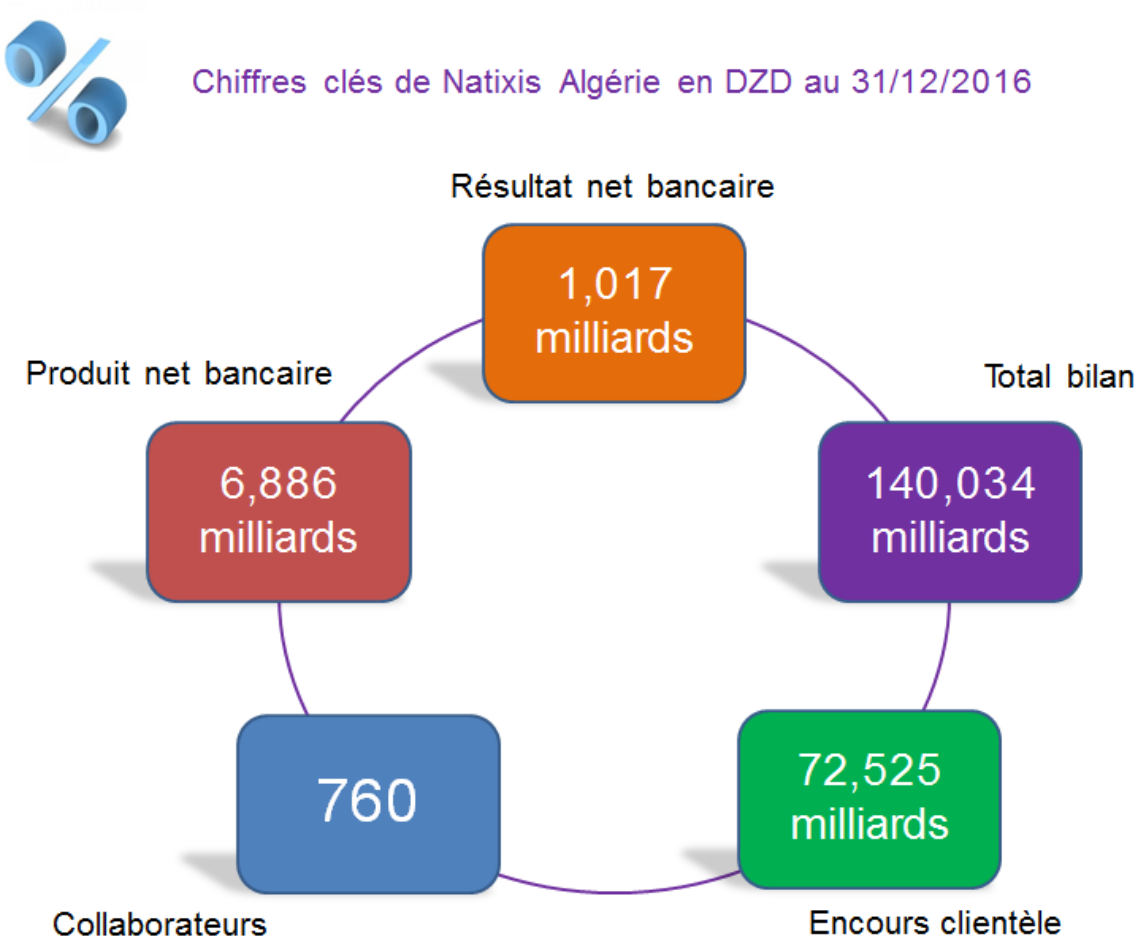
2. Les tâches de l'assistance administrative

Elle assure la gestion administrative du personnel exerçant au niveau de l'agence, comme elle assure la gestion des moyens et des biens de l'agence et veille à la bonne exécution du travail, ainsi elle est chargée de :

- Assurer la gestion administrative du personnel de l'Agence en concertation avec la Direction des ressources humaines (DRH);
- Assurer les formalités de déclaration financière et fiscale auprès des institutions concernées ;
- Veiller au respect de la réglementation en matière de ressources humaines de l'Agence ;

- Veiller au bon suivi de l'assiduité et à l'hygiène et la sécurité du personnel ;
- Assister le directeur de l'Agence dans l'application de la règlementation en vigueur et la discipline du travail au niveau des équipes de l'Agence.

Schéma n°4 : NATIXIS en chiffre



Source : Natixis.dz

Section 3 : Segmentation de la clientèle et étude d'un cas de crédit octroyé à un professionnel

I. Segmentation de la clientèle

Nous présentons une étude qui porte sur la gestion d'un portefeuille d'un GCPP de la banque NATIXIS, possédant 120 clients au total, dont 50 à engagement (ce sont des clients qui possèdent des lignes d'exploitation de crédit, un cas sera illustre par la suite) et 70 sans engagement englobant les opérations courantes.

1. Présentation du GCPP

Un gestionnaire de la clientèle professionnelle et des particuliers est chargé de :

- prospecter et initier les contacts afin de développer la clientèle sur le marché des particuliers et des professionnels ;
- vendre des produits et services adaptés aux besoins du client, et gérer le suivi de la relation commerciale ;
- identifier les projets, besoins et attentes de ces clients et leur proposer des offres adaptées à leurs besoins avec le soutien de la hiérarchie ou des équipes spécialisées ;
- initier les rendez-vous clients (physiques et téléphoniques) et assurer le suivi de la relation clients ;
- formaliser la vente en rédigeant / transmettant les éléments du contrat dans le respect des normes et procédures internes ;
- assurer la réalisation effective des transactions, dans le respect des délais et conditions convenues avec le client ;
- établir le plan de contacts commerciaux et exploiter le portefeuille des clients.

2. Classification des clients

Une telle masse de clients induit une multiplicité de comportements, de besoins, de désirs… que le GCPP doit satisfaire en proposant une offre adéquate aux attentes et exigences du client au moment où ce dernier en a besoin, par le canal qui lui correspondra le mieux.

Le GCPP procédera à une analyse reposant sur les techniques dites de segmentation des clients qui se fera à l'aide du tableau de bord commercial.

2.1. Vue globale

C'est une fiche signalétique qui regroupe l'ensemble des clients du GCPP. (Voir annexe n°2).

2.2. Entrée en relation

Elle consiste en la prospection qui se définie comme la recherche de clients potentiels qui seront fiables et qui peuvent être rentables pour l'entreprise (voir annexe n°3).

2.3. Les comptes inactifs

Ce sont les comptes de tous les clients qui n'ont pas effectué d'opérations depuis 3mois et plus. Le gestionnaire s'interroge sur la possibilité de garder le compte ou bien le clôturer ainsi que les raisons, dans le cas où il garde le compte il faudrait effectuer des opérations dans les plus brefs délais dans le cas contraire le compte sera clôturé automatiquement (voir annexe n°4).

2.4. Les comités de crédits

Ce sont des tableaux qui comportent des dossiers de crédit qui concernent les clients qui ont un engagement, le tableau permet le suivi de la ligne de crédit, la date d'échéance… (Voir annexe n°5).

2.5. Durée limite d'utilisation (DLU)

Ce sont les crédits octroyés qui ont une durée d'utilisation limite, le client se doit de le consommer avant un certain délai (voir annexe n°6).

2.6. Echéance à venir sur 08 jours

Le tableau est constitué de crédits à très court terme, qui sont les avances sur factures, les avances sur approvisionnement et les refinancements (voir annexe n°7).

2.7. Les impayés

Ce sont les crédits non payés à l'échéance que le GCPP essaie de régler soit à l'amiable avec son client, soit par voie juridique soit carrément mettre en jeux les garanties si le client ne règle pas sa dette. (Voir annexe n°8)

2.8. Compte épargne

Ce sont des comptes appartenant aux associés des entreprises qui ont des crédits immobiliers. (Voir annexe n°9)

II. Etude d'un cas de crédit

Lors de notre stage pratique à l'agence NATIXIS de Tizi-Ouzou qui se situe au Boulevard Stiti Ali, nous avons constaté que la gestion de portefeuille et les attributions du GCPP comportent l'étude d'un crédit, que nous avons eu l'occasion de suivre.

Dans ce qui suit nous allons présenter la procédure suivie par notre maitre de stage (GCPP).

1. Présentation du client

Le client est une personne morale constituée en société au nom collectif (SNC) très connue dans leur région. La SNC a débuté son activité à l'année 2009. Elle exerce dans le domaine de la réalisation des travaux publics et hydrauliques ayant des clients importants tels que des APC et la DTP. La société emploie 22 salariés, dont 4 cadres.

Son siège social est constitué de 2 bureaux, de 2 unités de production, l'une étant versée dans la production de grave bitumes, production de béton et bitumineux tant dis que la deuxième est une usine de fabrication de buses, ainsi de 5 camions et engins.

2. Déroulement de la procédure de recours au financement

La procédure de recours au financement se concrétise par trois étapes, la première étant l'étude primaire de la demande, suivie par la seconde étape qui comporte l'étude de l'analyste et son avis, et pour conclure l'octroi ou non du crédit.

2.1. Etude primaire de la demande

Celle-ci se fera au niveau du GCPP, qui sera subdivisé en trois parties :

2.1.1. Entretien préalable

a. Expression du besoin de financement par le client

L'origine du besoin de financement chez SNC Hest due essentiellement à l'extension de l'activité de l'entreprise par la création d'une nouvelle station d'enrobage, et à la nécessité de réduire les coûts de transport du bitume qui constituait une lourde charge pour la société, l'acquisition de nouveaux camions est donc un besoin capital, ce qui a poussé la SNC H à présenter son besoin de financement à la banque NATIXIS, agence de Tizi-Ouzou en date du 25/05/2017.

b. Proposition du chargé clientèle

Avec plan de charge de plus de 128 M DA domicilié en sa totalité aux guichets de Natixis, et afin de réaliser ce dernier, la SNC doit se doter de nouveaux équipements. Cette dernière met à la disposition de NATIXIS une étude comparative entre le recours à la sous-traitance ou l'acquisition avec un leasing.

Cette étude a conclu que le coût de transport en optant pour la sous-traitance est de même que le leasing.

Le chargé clientèle propose alors à la SNC H le recours au crédit-bail.

c. Choix du client et validation par le GCPP

Dans le cas présent, le client opte pour le crédit-bail comme solution de financement. De plus, il sollicite le bénéfice de la facilité de caisse pour renflouer sa trésorerie.

Ses demandes ont été présentées comme suit :

- CBM de 15 M DA, avec un PLM (premier loyer majoré) de 20% ;
- CBE d'un montant de 5 M DA, avec une PREG de 25% à l'émission ;
- Avance sur approvisionnement de 6 M DA ;
- Avance sur facture de 5 M DA.

Après le choix du client, le GCPP évolue sommairement si ce dernier est éligible à ce type de financement, tout en lui exposant les conditions d'octroi, les avantages et les inconvénients afin que le client ait une idée et lui propose un avis qui est consigné sur le rapport d'entretien. (Annexe n° 10)

2.1.2. Introduction du dossier de crédit

Le client est tenu de fournir un dossier comportant les pièces édictées par la loi 90-10 qui sont les suivantes :

- Bilan et TCR de la période de renouvellement ;
- Extrait de rôle actualisé.

Additivement des pièces exigées, le client a apporté les éléments suivants : (voir annexe n°11)

- Demande du client signé et cacheté ;
- Plan de charge ;
- Factures ;
- Bilans prévisionnels ;
- Simulations ;
- Bilans 2016 SNC Hakim ; (Annexes 12 et 13)

- Garanties ;
- Cartes grises.

2.1.3. La réception de la demande de crédit

Après vérification des pièces reçues, le conseiller clientèle accuse la réception des documents en apposant le cachet de l'agence et la signature du responsable (voir l'accusé de réception type en annexe n°14).

Le GCPP monte le dossier avant de l'envoyer, il effectue un travail primaire pour présenter SNC H, c'est-à-dire l'ensemble de ses opérations depuis qu'il est client chez Natixis.

Ceci passe par :

- Le contrôle du dossier (à savoir si il est complet ou pas);
- Le classement des pièces ;
- L'évaluation et avis.

2.2. Etude secondaire

Le dossier est envoyé au niveau de la cellule risque ; l'analyste risque retraite les informations financières. Afin que les bilans fiscaux dont dispose l'analyste risque soient exploitables, ils doivent être retraités pour en faire des bilans financiers. Cette opération est réalisée par un logiciel informatique qui s'occupe de l'élaboration des bilans financiers, mais aussi de la détermination des SIG.

N.B : Les bilans fiscaux sont préférés pour des raisons d'authenticité.

Aussi, le chargé de la cellule disposera de toutes les informations qui lui sont utiles pour l'évaluation de la bonne santé financière de la SNC et donc, de sa solvabilité.

De là, il dégage les points forts et les points faibles de la SNC H, qui sont comme suit :

Points forts

- Augmentation conséquente du capital social (CS) à 63 M DA en 2016 par intégration du CCA (+50MDZD) ;
- La structure financière se redresser très légèrement après 2 exercices de déséquilibre, du fait de l'importance des immobilisations insuffisamment couvertes par les capitaux permanents ;
- Le fonds de roulement (FR) représente cependant moins d'1/CA2016.

Points faibles

- Ligne échue le 30/06/2016 et non renouvelée depuis ;
- Relation interdite de chéquier ;
- Multiples impayés sur le crédit bail mobilier (CBM) et l'avance sur approvisionnement avec des délais de régularisation supérieure à 2mois parfois ;
- Mouvements confiés (MC) dérisoires d'un montant de 3.8 M DA depuis janvier 2017, dont 1.7 M DA retiré par espèces ;
- Avis tiers détenteurs (ATD) sur le compte entre le 24/01/2017et le 31/01/2017.

Ajouté à cela l'analyste risque, examine les éventuelles garanties que le demandeur de financement apporte et qui sont aussi exigées par NATIXIS, présenter comme suit dans le tableau n°2 : Les garanties du client

Garantie	Valeur réelle ou estimée (MDZD)	Type de garantie
Convention leasing	1.40	Réelle
Assurance TR	14.00	Assurance
DAMRP	16.00	Assurance
Convention de crédit d'exploitation	16.00	Réelle

Source : Document interne à la NATIXIS.

- Assurance tout risque du matériel : cette demande est exigée par la banque mais aussi par la loi 90.10 car elle réduit les risques d'insolvabilité lié à la dégradation au vol ou à la destruction du bien
- Assurance multi risque professionnel du client plus la subrogation au profit de la banque.

Les garanties réelles sont des garanties non financières, dans le cas de l'espèce il s'agit du bien acquis par le crédit-bail dont il est question (Camion gagé au profit de NATIXIS Algérie).

Après examen de la situation financière de la SNC Hakim ainsi que des garanties qu'elle offre, l'analyste détermine les points essentiels à travers son étude du dossier, qui se présente comme ceci :

- Modeste affaire familiale de BTP, érigée en SNC. Elle est également versée dans la production de bitumes et de buses et la location d'engins de BTP. Domicilié aux

guichets de NATIXIS depuis 2015, le C/C a connu plusieurs dépassements suite à des règlements d'impayés entre autre ;

- L'utilisation de la ligne avance sur approvisionnement a été optimale avec 16 déblocages, mais a connu quelques impayés avec des délais de régularisation excédant parfois les 2mois ;
- Un seule CBE de 298,35 K DA sur une ligne de 1,5 M DA a été émise le 01/12/2015, la main levée interviendra. Toute les situations relatives à ce marché, soit 5,96 M DA ont été encaissées ;
- Le niveau d'activité connait une croissance lente et timide au fil des ans avec un CA (chiffre d'affaire) de 43,5 M DA en 2016 (42,6 et 33 M DA en 2015 et 2014) et une rentabilité de 9% ;
- Le plan de charge réellement obtenu avec les APC et la DTP de la région est évalué à près de 90 MDZD, totalement domiciliés aux guichets de NATIXIS et à 38 M DA en cours de soumission. De ce qui précède, l'analyste délivre son avis ainsi :

Tableau n°3 : Les différents crédits et avances accordés à la SNC, en Million de DA

Lignes	Précédente autorisation	Echéance	Montant sollicité	Proposition de l'analyste	Encours j	Observation
Avance sur appro.	3.00	31/05/2018	6.00	5.00	0.00	Durée de mobilisation de 270 jours
Auto leasing	9.00	20/11/2018	2.39	2.39	0.00	
Auto leasing	9.00	31/05/2021	15.00	7.50	0.00	Acquisition d'un camion (pontet cabine de marque MAN PLM 20% durée de 48 mois)
Avance sur facture	0.00	31/05/2017	5.00	5.00	0.00	
Caution admin. et fiscale	1.50	30/05/2017	5.00	5.00	0.00	
Total engagement	22.50		33.39	22.50	0.00	
Blanc			28.34	19.75		
Blanc/FP			0.447	0.311		

Source : Document interne à la Natixis.

2.3. Etude finale

Après l'accord de l'analyste risque pour :

- Une avance sur facture de 5M DA (durée de mobilisation de 270 J sur entités publique) ;
- Une caution de bonne exécution de 5 M DA ;
- Une avance sur approvisionnement de 5 M DA ;
- Crédit-bail mobilier (CBM) de 7.5 M DA.

Le dossier revient au niveau du GCPP, dès lors, celui-ci procède à la finalisation de l'opération de financement. Cela est concrétisé par la signature d'une convention de crédit qui lie officiellement la SNC H et son créancier (NATIXIS Algérie).

A ce titre il est remis au gérant de la SNC un tableau d'amortissement du crédit. Dans notre cas, s'agissant d'un leasing, le GCPP communique le moyen de remboursement à la société, qui est fait qu'un CBM de 7.5 M DA pour le financement d'un seul camion (loyer =1.54 M DA/an, soit 37% de la MBA), celui-ci ne doit en aucun cas faire l'objet de location.

En dernier lieu, s'agissant d'un leasing, NATIXIS Algérie procède à l'acquisition du camion dont elle restera propriétaire jusqu'à l'exercice de l'opération d'achat du client, alors elle procède à sa location au profit du client durant 4 ans.

Conclusion

La croissance de l'économie algérienne et le développement de l'investissement a forcé les opérateurs économiques algériens à chercher de nouvelles formules de financements adéquats et harmonisées à leurs activités, surtout avec un système incapable de satisfaire tous les besoins de financement.

Le leasing prend depuis un certain nombre d'année une place assez importante pour le financement des investissements à long et moyen terme. Notre étude a pour effet de mettre en exergue l'impératif d'une bonne gestion de la relation client par le biais d'une bonne segmentation et une bonne analyse de tous documents fournis par le client, à travers cette partie on a démontré la procédure suivie par NATIXIS pour financer une opération d'acquisition d'un matériel par le crédit-bail.

En sa qualité de gestionnaire des investissements, le banquier doit connaître parfaitement son vis-à-vis, à travers une analyse subjective et objective, et doit s'entourer d'un maximum de précautions afin d'assurer le remboursement de ses fonds prêtés et de minimiser le risque à encourir.

Conclusion générale

Conclusion générale

Le but assigné par cette étude est d'analyser la gestion de portefeuille opérée par les banques privées algériennes. A cet effet, nous avons jugé utile de prendre, comme exemple, la banque privé NATIXIS, une importante institution financière française implantée en Algérie, ayant pour activité principale le financement des investissements.

Nous avons entamé notre analyse par les notions de base concernant le système bancaire et le service portefeuille. En effet, nous avons pu constater que le système bancaire algérien est passé par deux grandes phases ; la première étape concerne la période allant de l'indépendance jusqu'à la planification (1963-1987), qui est caractérisée principalement par un système bancaire authentiquement algérien grâce à une volonté d'indépendance due aux attributions de la souveraineté de l'Etat. La seconde phase quant à elle s'étend de 1988 jusqu'à nos jours, dans laquelle l'économie algérienne va connaître plusieurs réformes. La première est axée sur l'autonomie de l'entreprise publique et la création des fonds de participation. Un nouveau cadre de réformes est mis en place en 1990 par la loi relative à la monnaie et au crédit et l'adoption de l'économie de marché. Cette période fut également marquée par la séparation de la sphère économique de la sphère financière du pays et la mise en place d'un projet de modernisation du système bancaire algérien. Actuellement, les banques publiques, les banques privées étrangères ainsi que certaines banques islamiques composent le système bancaire algérien.

Parmi les opérations importantes financées par les établissements de crédit, on trouve l'investissement qui peut être octroyé sous forme de crédit à long et moyen terme ou crédit-bail qui est un mode de financement des immobilisations, des biens d'équipements et du matériel.

Le second volet de notre analyse a été consacré à l'étude de la gestion de portefeuille par le GCPP d'une banque, un portefeuille de client peut être géré par quatre modes : gestion sous mandat, gestion conseillée, gestion libre et la gestion profilée.

Afin de mieux gérer son portefeuille, le GCPP utilise une technique appelée segmentation qui consiste en un découpage des clients en sous-ensembles homogènes selon différents critères, permettant de mieux les cibler et ainsi satisfaire leurs besoins en financement. Elle permet l'amélioration de l'offre et de la politique commerciale.

La mise en place de toute stratégie commerciale nécessite une bonne connaissance et une analyse du portefeuille client, chacun d'entre eux est une cible différente, à approcher avec une offre spécifique.

Conclusion générale

Le portefeuille client garantie la rentabilité et la pérennité de la banque, raison pour laquelle son développement est indispensable par le biais de la fidélisation des clients et leur prospection.

Le troisième et dernier volet de notre travail, a porté sur une étude de cas traité lors de notre stage pratique à la banque française NATIXIS, agence de Tizi-Ouzou durant lequel nous avons eu la chance d'observer la procédure de traitement des demandes de crédit introduites par les demandeurs de financement.

Nous nous somme intéressées particulièrement à un dossier de crédit qui a constitué notre cas pratique et qui va concrétiser les données théoriques présentées dans la première partie de notre analyse, il s'agit d'une demande de crédit faite par un professionnel.

La procédure de traitement de la demande de crédit a été effectuée par notre organisme d'accueil en se basant sur trois étapes, la première est une étude primaire de la demande de financement qui se concrétise par l'entretien préalable du GCPP avec le demandeur de financement puis l'introduction du dossier de crédit par le requérant auquel le banquier accuse réception. La seconde étape est l'étude secondaire qui se réalise par l'envoi du dossier à la cellule risque pour être traité par l'analyste. Quant à la dernière, elle concerne l'étude finale correspondant à l'octroi du crédit par le GCPP après l'accord de l'analyste.

Pour conclure, nous pouvons dire que, l'octroi de crédits est un acte de gestion d'une portée considérable, eu égard aux enjeux économiques et financiers qu'il génère, tant sur le plan de création de richesses et d'emplois que sur le plan du développement économique. C'est ainsi que les banques doivent faire l'objet d'un savoir-faire et d'une maîtrise globale des processus de gestion bancaire adaptés aux normes internationales.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

AMMOUR.B, « Le système Bancaire Algérien-Textes et Réalité » ,2éme édition Dahleb, Alger, 2001.

BEGUIN.J et BERNARD.A, «L'essentiel des techniques bancaires », Éditions Groupe Eyrolles, Paris, 2008.

DE COUSSERGUES.S, « Gestion de la banque du diagnostic à la stratégie », 4e édition, DUNOD, Paris, 2005.

BERNET-ROLLANDE.L, « Principes de technique bancaire 27e édition », DUNOD, 2015.

DE COUSSERGUES.S, « La banque, structures marchés gestion », 2e édition, DALLOZ, Paris, 1996.

VAN GREUNING.H et BRAJOVIC.S « Analyse et gestion du risque bancaire », édition Eska, Paris, 2004.

GAVALDA.C et STOUFFLET.J « droit commerciale », édition presse universitaire de France, Paris, 1978.

MANSOURI.M « système et pratiques bancaire en Algérie », Edition distribution Houma, Alger, 2005.

MOATI.O et CORCOS.A, « Des marchés transactionnels aux marchés relationnels », Paris, 2005.

BERTRAND.P et PRIGENT.J, « Gestion de portefeuille », Economica, Paris, 2006.

Mémoires

BELLAL.DJ, « Caractéristiques et modalités d'octroi des crédits bancaires », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 9ème promotion février 2006.

BOUZIDI.L, « Etude des conditions d'octroi des crédits aux entreprises », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 8ème promotion Février 2005.

BOULAHIA.B, « le crédit bancaire », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 8ème promotion, Février 2005.

BENTOUNSI.H, « Montage et étude de dossier de crédit », mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du brevet supérieure de banque, 8ème promotion, février 2005.

OSSENI.C, « CRM, outil d'optimisation marketing », mémoire de master en marketing et intelligence d'affaires, 2009.

SOUGUI.A, « Déterminant de la performance financière des firmes bancaires », mémoire de master à l'université Montplaisir, 2008, Tunis.

Bibliographie

Documents

Documents internes à Natixis.

Documents internes au CPA.

Document interne à la BNP Paribas.

Articles

Charte d'Alger : premier congrès du FLN – 16/21 Avril 1964.

Ordonnance n°01-01 du 27 février 2001.

Article 35 de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003.

Article 56 de l'ordonnance 03-11 du 26 août 2003.

Article 06 de l'ordonnance 10-04 du 26 août 2010.

Ordonnance 03-11 du 26/08/2003 relative à la monnaie et aux crédits, article 66.

Bulletin de la commission bancaire n° 10 - avril 1994.

Code monétaire et financier, L. 311-3.

Article 172 Loi Monnaie et Crédit.

Article 409 du code de commerce.

Article 472 du code de commerce.

Article 537 du code de commerce.

Article 512 du code de commerce.

Article 538 du code de commerce.

Article 501 du code de commerce.

Article 390 du code de commerce.

Article 465 du code de commerce.

Article Brassard Goulet Yargeau, Services financiers intégrés Patrimoine Hollis.

Article 4 de l'instruction n° 03-2012 du 26 décembre 2012 fixant la procédure relative au droit au compte.

Article 117 de l'ordonnance n°03-11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit.

GRIM.N, Article « Le système bancaire algérien en panne: L'urgence d'une réforme qui accorde davantage de place au privé », publié le 16 juin 2017, sur Algérie Eco.

IMENE.A, « Banque d'Algérie: 20 banques et 9 établissements financiers agréés », publié le 29 mai 2016, sur Algérie Eco.

Bibliographie

Lois

Loi n°88-01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques.

Loi n°88-03 du 12 janvier 1988 relative aux fonds de participation.

Loi N° 90-10 du 10 avril 90 relative à la monnaie et au crédit.

Sites internet

www.paulsoriano.fr.

www.fbngp.com.

www.bienprevoir.fr.

www.ooreka.fr.

www.abcbourse.com.

www.opcvm.info.fr.

www.fondsfmoq.com.

www.lafinancepourtous.com.

www.cours-de-droit.net.

Annexes

Liste des annexes

Annexe n°1 : Modèle de lettre de refus d'ouverture de compte

Annexe n° 2 : Vue globale

Annexe n° 3 : Entrée en relation

Annexe n°4 : Les comptes inactifs

Annexe n°5 : Les comités de crédits

Annexe n°6 : Durée limite d'utilisation (DLU)

Annexe n°7 : Echéance à venir sur 08 jours

Annexe n°8 : Les impayés

Annexe n°9 : Compte épargne

Annexe n°10 : le compte rendu d'entretien

Annexe n°11 : Chek list des documents de demande de crédits

Annexe n°12 : Bilan financier

Annexe n°13 : Compte de résultat

Annexe n°14 : Accusé de réception du dossier de crédit

Annexes

Annexe N°1: Modèle de lettre de refus d'ouverture de compte

Au recto

Madame, Monsieur,

Vous avez souhaité ouvrir un compte de dépôt dans notre banque.

Cependant, nous sommes au regret de vous informer que nous ne donnons pas une réponse favorable à votre demande.

Nous vous informons, toutefois, que dans le cas où vous ne disposeriez d'aucun compte de dépôt, il vous est possible, conformément à la législation sur le droit au compte, de prendre contact avec la succursale de la Banque d'Algérie la plus proche de votre domicile, à l'adresse suivante :

Nous vous informons également que nous pouvons effectuer cette démarche, en votre nom et pour votre compte, auprès de la Banque d'Algérie et si vous le souhaitez, après fourniture d'une pièce d'identité comprenant une photographie et d'un justificatif de domicile.

La Banque d'Algérie vous désignera une banque qui gérera votre compte.

Dans ce cas, vous bénéficierez automatiquement de la part de la banque ainsi désignée d'un ensemble de services bancaires dont vous trouverez ci-joint la liste.

Nous vous prions de croire, Madame, Monsieur, à l'assurance de nos sentiments distingués.

Banque X

1/2

Au verso

Procédure à suivre pour l'exercice du droit au compte :

L'ordonnance 03 -11 relative à la monnaie et au crédit (article 119 bis) prévoit que « ….*toute personne qui s'est vue refuser l'ouverture d'un compte de dépôt par les banques de la place et qui, de ce fait, ne dispose d'aucun compte, peut demander à la banque d'Algérie de lui désigner une banque auprès de laquelle elle pourra ouvrir un tel compte.*
La banque peut limiter les services liés à l'ouverture du compte aux seules opérations de caisse. »

Si vous n'avez pas de compte de dépôt et que vous n'avez pas réussi à en obtenir un, l'établissement qui a refusé de vous en ouvrir un vous remettra cette lettre de refus.

Muni de ce document, ainsi que d'une déclaration sur l'honneur indiquant que vous n'avez pas d'autre compte de dépôt, d'une pièce d'identité comportant une photographie et d'un justificatif de domicile, vous pouvez vous rendre au guichet de la Banque d'Algérie le plus proche de votre domicile qui désignera d'office un établissement où un compte de dépôt vous sera ouvert selon la procédure du droit au compte.

Annexes

Si vous êtes une personne physique, vous pouvez également demander à l'établissement qui a refusé de vous ouvrir un compte d'effectuer en votre nom et pour votre compte cette démarche auprès de la Banque d'Algérie. Si vous le souhaitez, il pourra vous informer de cette décision.

Vous bénéficierez alors des services bancaires suivants, liés à l'exercice du droit au compte :

- l'ouverture, la tenue et la clôture du compte ;
- l'envoi périodique de relevé des opérations effectuées sur le compte ;
- l'encaissement de chèques et de virements bancaires ;
- les dépôts et les retraits d'espèces au guichet de la banque teneur de compte ;
- les paiements par prélèvement ou virement bancaire ;
- des moyens de consultation à distance du solde du compte, lorsque la banque offre ce service ;
- une carte bancaire.

Vous devez être prévenu, ainsi que la Banque d'Algérie, par une lettre motivée, de toute décision de fermeture de ce compte prise à l'initiative de la banque désignée par la Banque d'Algérie. Un délai de deux mois doit vous être accordé avant la fermeture effective de votre compte de dépôt.

Annexes

Annexe N°2: Vue globale

Agence	CLI	NOM	Segment	PNB	CA
TIZI OUZOU	1	A	Retail PRO	2 891 075	2 891 075
TIZI OUZOU	2	B	Retail PRO	2 725 437	2 725 437
TIZI OUZOU	3	C	Retail PRO	2 122 144	2 123 839
TIZI OUZOU	3	D	Retail PRO	1 896 723	1 896 723
TIZI OUZOU	4	E	Retail PRO	1 513 472	1 513 472
TIZI OUZOU	5	F	Retail PRO	1 247 991	1 249 790
TIZI OUZOU	6	G	Retail PRO	1 119 262	1 119 262
TIZI OUZOU	7	H	Retail PRO	1 102 262	1 102 810
TIZI OUZOU	8	I	Retail PRO	1 029 766	1 029 766
TIZI OUZOU	9	J	Retail PRO	1 008 993	1 008 993
TIZI OUZOU	10	K	Retail PRO	974 874	974 874
TIZI OUZOU	11	L	Retail PRO	971 767	973 222
TIZI OUZOU	12	M	Retail PRO	957 798	957 798
TIZI OUZOU	13	N	Retail PRO	912 707	912 707
TIZI OUZOU	14	O	Retail PRO	890 585	890 585
TIZI OUZOU	15	P	Retail PRO	859 329	859 329
TIZI OUZOU	16	Q	Retail PRO	858 133	858 133
TIZI OUZOU	17	R	Retail PRO	770 891	770 891
TIZI OUZOU	18	S	Retail PRO	681 535	681 535
TIZI OUZOU	19	T	Retail PRO	647 753	647 753
TIZI OUZOU	20	U	Retail PRO	598 059	598 059
TIZI OUZOU	21	V	Retail PRO	554 130	554 130
TIZI OUZOU	22	W	Retail PRO	500 629	500 629
TIZI OUZOU	23	X	Retail PRO	481 020	481 020

Annexes

Annexe N°3: Entrée en relation

LIEU	**NOM OU RAISON SOCIAL**	**SEGMENT**
TIZI OUZOU	A	Retail PRO
TIZI OUZOU	B	Retail PRO
TIZI OUZOU	C	Retail PRO
TIZI OUZOU	D	Retail PRO
TIZI OUZOU	R	Retail PRO
TIZI OUZOU	F	Retail PRO
TIZI OUZOU	G	Retail PRO
TIZI OUZOU	H	Retail PRO
TIZI OUZOU	I	Retail PRO
TIZI OUZOU	J	Retail PRO
TIZI OUZOU	K	Retail PRO
TIZI OUZOU	L	PARTICULIER
TIZI OUZOU	M	PARTICULIER
TIZI OUZOU	N	PARTICULIER
TIZI OUZOU	O	PARTICULIER
TIZI OUZOU	P	PARTICULIER
TIZI OUZOU	Q	PARTICULIER
TIZI OUZOU	R	PARTICULIER
TIZI OUZOU	S	PARTICULIER
TIZI OUZOU	T	PARTICULIER
TIZI OUZOU	U	PARTICULIER
TIZI OUZOU	V	PARTICULIER

Annexes

Annexe N°4: Les comptes inactifs

LIEU	NOM OU RAISON SOCIAL	N°COMPTE	SEGMENT
TIZI OUZOU	A		PARTICULIER
TIZI OUZOU	B		PARTICULIER
TIZI OUZOU	C		PARTICULIER
TIZI OUZOU	D		PARTICULIER
TIZI OUZOU	E		PARTICULIER
TIZI OUZOU	F		PARTICULIER
TIZI OUZOU	G		PARTICULIER
TIZI OUZOU	H		PARTICULIER
TIZI OUZOU	I		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	J		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	K		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	L		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	M		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	N		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	O		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	P		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	Q		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	R		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	S		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	T		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	U		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	V		RETAIL PRO

Annexes

Annexe N°5: Les comités de crédits

LIEU	NOM OU RAISON SOCIAL	N°DE COMPTE	DATE D'ECHEANCE DE LA LIGNE	ETAT DU DOSSIER	SEGMENT
TIZI OUZOU	A			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	B			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	C			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	D			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	E			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	F			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	G			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	H			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	I			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	J			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	K			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	L			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	M			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	N			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	O			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	P			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	Q			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	R			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	S			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	T			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	U			EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	RETAILS PRO
TIZI OUZOU	V			EN PHASE D'ETUDES	RETAILS PRO
				EN PHASE DE RECUEIL DE GARANTIES	

Annexes

Annexe N°6: Durée limite d'utilisation (DLU)

LIEU	NOM OU RAISON SOCIAL	N°COMPTE	SEGMENT
TIZI OUZOU	A		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	B		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	C		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	D		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	E		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	F		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	G		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	H		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	I		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	J		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	K		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	L		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	M		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	N		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	O		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	P		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	Q		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	R		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	S		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	T		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	U		RETAIL PRO
TIZI OUZOU	V		RETAIL PRO

Annexes

Annexe N°7: Echéance à venir sur 08 jours

LIEU	NOM OU RAISON SOCIAL	TYPE D'AVANCE	N°COMPTE	SEGMENT	DATE D'ECHEANCE	MONTANT
TIZI OUZOU	A	AVANCE SUR FACTURE		PARTICULIER		30 M
TIZI OUZOU	B	AVANCE SUR APPRO		PARTICULIER		15M
TIZI OUZOU	C	REFINANCEMENT (COMEX)		PARTICULIER		25M
TIZI OUZOU	D	REFINANCEMENT (COMEX)		PARTICULIER		31M
TIZI OUZOU	E	AVANCE SUR FACTURE		PARTICULIER		10M
TIZI OUZOU	F	REFINANCEMENT (COMEX)		PARTICULIER		45M
TIZI OUZOU	G	AVANCE SUR FACTURE		PARTICULIER		15M
TIZI OUZOU	H	AVANCE SUR APPRO		PARTICULIER		9M
TIZI OUZOU	I	AVANCE SUR FACTURE		RETAIL PRO		23M
TIZI OUZOU	J	AVVANCE SUR APPRO		RETAIL PRO		20M
TIZI OUZOU	K	REFINANCEMENT (COMEX)		RETAIL PRO		16 M
TIZI OUZOU	L	AVANCE SUR APPRO		RETAIL PRO		35M
TIZI OUZOU	M	AVANCE SUR APPRO		RETAIL PRO		25M
TIZI OUZOU	N	REFINANCEMENT (COMEX)		RETAIL PRO		33 M
TIZI OUZOU	O	REFINANCEMENT (COMEX)		RETAIL PRO		17M
TIZI OUZOU	P	AVANCE SUR APPRO		RETAIL PRO		16M
TIZI OUZOU	Q	AVANCE SUR FACTURE		RETAIL PRO		40M
TIZI OUZOU	R	REFINANCEMENT (COMEX)		RETAIL PRO		30M
TIZI OUZOU	S	AVANCE SUR FACTURE		RETAIL PRO		22M
TIZI OUZOU	T	AVANCE SUR APPRO		RETAIL PRO		25M
TIZI OUZOU	U	AVANCE SUR APPRO		RETAIL PRO		30M
TIZI OUZOU	V	AVANCE SUR FACTURE		RETAIL PRO		15M

Annexes

Annexe N°8: Les impayés

LIEU	NOM OU RAISON SOCIAL	N°COMPTE	SEGMENT	MONTANT	DUREE
TIZI OUZOU	A		RETAIL PRO	5 M DA	5 MOIS
TIZI OUZOU	B		RETAIL PRO	06 M DA	04 MOIS
TIZI OUZOU	C		RETAIL PRO	07 M DA	06 MOIS
TIZI OUZOU	D		RETAIL PRO	03 M DA	03 MOIS
TIZI OUZOU	E		RETAIL PRO	15 M DA	09 MOIS
TIZI OUZOU	F		RETAIL PRO	10 M DA	O4 MOIS
TIZI OUZOU	G		RETAIL PRO	06 M DA	O5 MOIS
TIZI OUZOU	H		RETAIL PRO	10 M DA	O9 MOIS
TIZI OUZOU	I		RETAIL PRO	04 M DA	O6 MOIS
TIZI OUZOU	J		RETAIL PRO	14 M DA	05 MOIS
TIZI OUZOU	K		RETAIL PRO	07 M DA	04 MOIS
TIZI OUZOU	L		RETAIL PRO	04 M DA	03 MOIS
TIZI OUZOU	M		RETAIL PRO	16 M DA	07 MOIS
TIZI OUZOU	N		RETAIL PRO	12 M DA	07 MOIS
TIZI OUZOU	O		RETAIL PRO	05 M DA	06 MOIS
TIZI OUZOU	P		RETAIL PRO	06 M DA	06 MOIS
TIZI OUZOU	Q		RETAIL PRO	05 M DA	04 MOIS
TIZI OUZOU	R		RETAIL PRO	02 M DA	03 MOIS
TIZI OUZOU	S		RETAIL PRO	05 M DA	08 MOIS
TIZI OUZOU	T		RETAIL PRO	06 M DA	08MOIS
TIZI OUZOU	U		RETAIL PRO	09 M DA	O9 MOIS
TIZI OUZOU	V		RETAIL PRO	10 M DA	04 MOIS

Annexes

Annexe N°9: Compte épargne

LIEU	NOM	N°COMPTE	SEGMENT
TIZI OUZOU	A		PARTICULIER
TIZI OUZOU	B		PARTICULIER
TIZI OUZOU	C		PARTICULIER
TIZI OUZOU	D		PARTICULIER
TIZI OUZOU	E		PARTICULIER
TIZI OUZOU	F		PARTICULIER
TIZI OUZOU	G		PARTICULIER
TIZI OUZOU	H		PARTICULIER
TIZI OUZOU	I		PARTICULIER
TIZI OUZOU	J		PARTICULIER
TIZI OUZOU	K		PARTICULIER
TIZI OUZOU	L		PARTICULIER
TIZI OUZOU	M		PARTICULIER
TIZI OUZOU	N		PARTICULIER
TIZI OUZOU	O		PARTICULIER
TIZI OUZOU	P		PARTICULIER
TIZI OUZOU	Q		PARTICULIER
TIZI OUZOU	R		PARTICULIER
TIZI OUZOU	S		PARTICULIER
TIZI OUZOU	T		PARTICULIER
TIZI OUZOU	U		PARTICULIER
TIZI OUZOU	V		PARTICULIER

Annexe N°10 : Compte rendue de l'entretien

نتيكسيس الجزائر
NATIXIS
ALGÉRIE

Agence : AGENCE TIZI OUZOU
Direction Régionale : Direction Regionale Centre
Rédacteur : [redacted]
Date : 17/10/2017

COMPTE RENDU D'ENTRETIEN

(Prélable obligatoire à toute entrée en relations)

Nom Prénom - Raison sociale	[redacted]	CA (n)	43 488 014
Adresse	LOCAL N°03C VILLAGE AIT AHMED COMMUNE MAATKAS TIZI OUZOU	Segment	Retail_Pro
Activité	BTP #4	Date de création	06/05/2015
Capital	60 000 000	N° de compte	02000151726402200188
Tel	0661 66 03 75	Domiciliation bancaire actuelle	NATIXIS

Etaient présents

Personnes Rencontrées	
Nom Prénom	Fonction
[redacted]	Gérant

Représentants Natixis	
Nom Prénom	Fonction
LAHDIRI Mohamed Nadjib	GCPP

1°) Objectif du rendez vous commercial

Renouvellement de comité

3°) Conclusion de l'entretien

Potentiel commercial intéressant, poursuivre la démarche

5°) Date de la visite sur site

15/10/2017

Demande Client

Nom du demandeur	[redacted]	Qualité du demandeur	GERANT
Date de la demande	17/10/2017		

Crédit(s) sollicité(s)

Facilité	Montant (MDZD)	Objet du Crédit	Echéance
Avance sur Appro	5,00		31/05/2018
CautionAdmin/Fiscales+AvalsLo	5,00	CBE MARGEE A 25%	31/05/2018
Auto Leasing	7,57	Encours CBM	31/05/2021
Avance sur facture	5,00		31/05/2018
Auto Leasing	16,00	Financement de l'acquisition d'un tracteur routier avec semi-remorque benne	31/12/2022

Annexe N°11 : Chek list des documents de demande de crédit

NATIXIS
ALGÉRIE

1

Check-list des documents de demande de crédits

Edité le : 05/11/2017
Utilisateur : [redacted]
Agence : AGENCE TIZI OUZOU

Ci-dessous la liste des documents fournis pour l'examen du dossiers de demande de finanement pour le type de prêt :

- Nom/Raison sociale : [redacted]
- Référence demande : 2017|00151|0000031

Nom du document	Obligatoire	Fourni
Demande du client signée et cachetée	Non	Oui
Bilan & TCR de la période de renouvellement	Oui	Oui
Plan de trésorerie	Non	Non
Plan de charge pour les entreprises BTP	Non	Non
Rapport du commissaire aux comptes agréé pour les SARL, SPA et SNC de plus d'an(01) an	Non	Non
Copie du registre de commerce si actualisation	Non	Non
Copie des statuts juridiques de l'entreprise si actualisation	Non	Non
Extrait de rôle actualisé	Oui	Oui
Situation fiscale et parafiscale récente (moins d'un (01) an)	Non	Non
Attestation de mise à jour des cotisations CNAS	Non	Non
PLAN DE CHARGE	Non	Oui
FACTURE	Non	Oui
BILANS PREVISIONNEL	Non	Oui
SIMULATION	Non	Oui
bilans 2016 moumou	Non	Oui
garanties	Non	Oui
Cartes Grises	Non	Oui

NB : check-list non exhaustive, la banque se réserve le droit de demander tout document jugé utile pour l'étude de crédit.

Annexe N°12 : compte de résultat

نيكسيس الجزائر
NATIXIS
ALGÉRIE

COMPTES DE RESULTAT

[redacted]

(en milliers DA, en milliers de devises)

1 € = 118.2459 DZD

	2014		2015		2016		2016	
COMPTES	**KDA**	**%**	**KDA**	**%**	**KDA**	**%**	**KEUR**	**%**
CHIFFRE D'AFFAIRES H.T.	33 682		42 611		43 488		368	
-Dont exportations	0		0		0		0	
-Dont ventes de marchandises	0		0		0		0	
-Production Vendue	33 682		42 611		43 488		368	
-Production stockée	-6 500		4 000		-5 500		-47	
-Production immobilisée	0		0		0		0	
-Prestations fournies	0		0		0		0	
-Autres produits d'exploitation	0		0		0		0	
-Autres	0		0		0		0	
PRODUITS D'EXPLOITATION	27 182	100	46 611	100	37 988	100	321	100
-Achats	16 946		21 744		16 749		142	
-Variation de stock matières, marchandises	0		0		0		0	
-Autres	0		0		0		0	
MARGE BRUTE	10 236	37,66	24 867	53,35	21 239	55,91	180	55,91
-Autres charges externes (hors crédit bail, intérim)	2 437		15 390		8 806		74	
-dont sous-traitance	0		0		0		0	
-Variation prov. d'exploitation, transfert charges de Prod	0		0		0		0	
VALEUR AJOUTEE CORRIGEE	7 799	28,69	9 477	20,33	12 433	32,73	105	32,73
-Frais de personnel	2 582		2 897		3 533		30	
-Impôts et taxes	470		648		550		5	
-Frais divers	375		2		1		0	
-Produits divers	91		0		0		0	
-Transfert de Charge d'Exploitation	0		0		0		0	
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	4 463	16,42	5 931	12,73	8 349	21,98	71	21,98
-Autres produits d'Exploitation	0		0		0		0	

-Dotations aux amortissements	2 491		3 233		4 895		41	
-Dotations aux provisions	0		0		0		0	
-Part en capital des loyers de crédit bail	0		0		0		0	
-Loyers d'actifs d'exploitation	0		0		0		0	
-Solde sur opérations faites en commun	0		0		0		0	
-Autres	0		0		0		0	
EXCEDENT NET D'EXPLOITATION	1 972	7,25	2 698	5,79	3 454	9,09	29	9,09
-Produits financiers	0		0		0		0	
-Dont produits financiers de participations	0		0		0		0	
-Frais financiers	0		0		0		0	
-Dont frais financiers sur crédit bail	0		0		0		0	
-Solde de change et autres	0		0		0		0	
SOLDE FINANCIER	0	0	0	0	0	0	0	0
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	1 972	7,25	2 698	5,79	3 454	9,09	29	9,09
-Charges et produits sans effet sur la MBA	0		0		0		0	
- ± values sur cessions, reprise subv. invest.	0		0		0		0	
-Variation provisions pr dépr. d'immo. Financières	0		0		0		0	
-Variation des provisions réglementées	0		0		0		0	
-Autres produits et charges exceptionnels	0		0		0		0	
-Provisions exceptionnelles pour risques & charges	0		0		0		0	
-Participation des salariés	0		0		0		0	
-Impôts sur les bénéfices	0		0		0		0	
RESULTAT NET COMPTABLE	1 972	7,25	2 698	5,79	3 454	9,09	29	9,09
-Dotations aux amortissements	2 491		3 233		4 895		41	
-Dotations aux provisions	0		0		0		0	
-Part en capital des loyers de crédit bail	0		0		0		0	
-Charges et produits sans effet sur la MBA	0		0		0		0	
-Autres	0		0		0		0	
MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT	4 463	16,42	5 931	12,73	8 349	21,98	71	21,98
-Effectif moyen	0,00		0,00		0,00		0,00	
-Valeur ajoutée par personne (mF)	0,00		0,00		0,00		0,00	
-Frais financiers nets / Excédent brut d'exploitation	0,00		0,00		0,00		0,00	
Rentabilité économique globale	0,00		0,00		0,00			

Commentaire

Annexe N°13 : Bilan financier

NATIXIS ALGÉRIE

BILANS FINANCIERS

[redacted]

(en milliers DA, en milliers de devises)

1 € = 118.2459 DZD

(Avant, Après répartition)

ACTIF	2014	2015	2016	2016 KEUR	%	PASSIF	2014	2015	2016	2016 KEUR	%
IMMOBILIS. INCORPORELLES brutes	0	0	0	0		FONDS PROPRES	2 002	12 698	63 454	537	63,971
IMMOBILIS. INCORPORELLES nettes	0	0	0	0	0		0	0	0	0	
-Frais de recherche et développement	0	0	0	0		-Capital	30	10 000	60 000	507	
-Fonds commercial et autres	0	0	0	0		-Primes	0	0	0	0	
-Charges à répartir	0	0	0	0		-Réserves	0	0	0	0	
-Autres	0	0	0	0		-Report à nouveau	0	0	0	0	
	0	0	0	0		-Résultat de l'exercice	1 972	2 698	3 454	29	
	0	0	0	0		-Provisions réglementées et autres	0	0	0	0	
	0	0	0	0		-Ecart de réévaluation	0	0	0	0	
	0	0	0	0		-Autres	0	0	0	0	
IMMOBILIS. CORPORELLES brutes	68 160	0	0	0		QUASI FONDS PROPRES	51 000	53 835	0	0	0
IMMOBILIS. CORPORELLES nettes	60 821	68 067	63 398	536	63,91		0	0	0	0	
-Terrains	0	0	0	0		-Subventions d'investissements	0	0	0	0	
-Constructions	6 624	6 624	6 624	56		-Cptes bloqués d'associés (ou groupe)	51 000	53 835	0	0	
-Matériel et outillage	0	0	0	0		-Autres quasi fonds propres	0	0	0	0	
-Matériel de transport	0	0	0	0		-Autres	0	0	0	0	
-Autres Immobilisation corporelles	54 197	61 443	56 774	480			0	0	0	0	
-Immobilisations en cours	0	0	0	0			0	0	0	0	
-Valeurs temporairement immobilisées	0	0	0	0			0	0	0	0	
-Autres	0	0	0	0			0	0	0	0	
CREDIT BAIL (part en capital)	0	0	0	0	0	AUTRES RESSOURCES	0	0	0	0	0
	0	0	0	0		-Provisions pour risques et charges	0	0	0	0	
IMMOBILIS. FINANCIERES brutes	0	0	0	0		EMPRUNTS LONG ET MOYEN TERME	0	0	0	0	0
IMMOBILIS. FINANCIERES nettes	0	0	0	0	0		0	0	0	0	

1 / 2

-Titres de participation	0	0	0	0		-Emprunts obligataires	0	0	0	0	
-Créances s_sociétés apparentées	0	0	0	0		-Emprunts bancaires long & moyen terme	0	0	0	0	
-Autres immobilisations financières	0	0	0	0		-dont NATIXIS BANQUE	0	0	0	0	
-Autres	0	0	0	0		-Dettes financières diverses à terme	0	0	0	0	
	0	0	0	0		-Autres	0	0	0	0	
IMMOBILISATIONS nettes	60 821	68 067	63 398	536	63,91	CREDIT BAIL (part en capital)	0	0	0	0	0
	0	0	0	0		CAPITAUX PERMANENTS	53 002	66 534	63 454	537	63,971
-Stocks nets	1 500	5 500	0	0		-Dettes d'exploitation	11 032	24 842	23 087	195	
--Matières premières	1 500	5 500	0	0		--Avances clients et acomptes reçus	0	0	0	0	
--En cours de production	0	0	0	0		--Fournisseurs et comptes rattachés	11 032	24 842	23 087	195	
--Produits intermédiaires et finis	0	0	0	0		--Détention pour comptes	0	0	0	0	
--Marchandises	0	0	0	0		-Autres dettes d'exploitation	13 082	3 405	12 093	102	
-Réalisable d'exploitation	14 343	18 444	34 055	288		--Etat, personnel, autres créditeurs	2 442	3 405	12 093	102	
--Avances fournisseurs	0	0	0	0		--Produits constatés d'avance	0	0	0	0	
--Clients et comptes rattachés	14 343	18 444	34 055	288		--Autres Dettes d'Exploitation	10 640	0	0	0	
--Créances mobilisées (EENE et Dailly)	0	0	0	0		-Autres	0	0	0	0	
-Autre réalisable d'exploitation	90	589	0	0			0	0	0	0	
--Etat, personnel, autres débiteurs	90	589	0	0			0	0	0	0	
--Charges constatées d'avance	0	0	0	0			0	0	0	0	
--Provision sur LC	0	0	0	0			0	0	0	0	
-Autres	0	0	0	0			0	0	0	0	
ACTIF DE ROULEMENT	15 933	24 532	34 055	288	34,33	PASSIF DE ROULEMENT	24 114	28 248	35 181	298	35,467
	0	0	0	0		Dettes bancaires à court terme	831	2 905	557	5	0,561
-Valeurs mobilières de placement	0	0	0	0		-Dettes bancaires courantes	831	2 905	557	5	
-Disponibilités	1 193	5 087	1 738	15		-Créances mobilisées (EENE et Dailly)	0	0	0	0	
-Autres	0	0	0	0		-Dont Natixis Banque	0	0	0	0	
-Autres	0	0	0	0		-Autres	0	0	0	0	
	0	0	0	0		EXIGIBLE FINAN. OU HORS EXPLOIT.	0	0	0	0	0
	0	0	0	0		-Dettes sur immobilisations	0	0	0	0	
	0	0	0	0		-Cptes courants d'associés (ou groupe)	0	0	0	0	
	0	0	0	0		-Dettes financières diverses	0	0	0	0	
	0	0	0	0		-Autres	0	0	0	0	
DISPONIBLE	1 193	5 087	1 738	15	1,75	Dettes financières à court terme	831	2 905	557	5	0,561
TOTAL	77 947	97 687	99 191	839		TOTAL	77 947	97 687	99 191	839	
-Fonds de roulement	-7 819	-1 534	56	0		-Fournisseurs / Achats & ch ext(en jours)	204.9	240.84	325.23	325.23	
-Besoin en fonds de roulement	-8 181	-3 715	-1 125	-10		-Leverage	-0.08	-0.37	-0.14	-0.14	
-Trésorerie nette	362	2 182	1 181	10		-Gearing	-0.18	-0.17	-0.02	-0.02	
-Stocks / Chiffre d'affaires (en jours)	16	46	0	0			0	0	0	0	
-Clients / Chiffre d'affaires (en jours)	153	156	282	282			0	0	0	0	

Commentaire

2 / 2

Annexe N°14 : Accusé de réception du dossier de crédit

Agence : AGENCE TIZI OUZOU

Le 10/05/2017

A Monsieur [redacted]

Objet : Accusé de réception du dossier de crédit
Référence du dossier : 2017|00151|0000031

Nous accusons bonne réception de votre dossier de crédit, dont la demande à été déposée auprès de nos services en date du 25/04/2017, si d'autres documents ou informations sont nécessaires pour le traitement de votre dossier, nous vous contacterons aussitôt.

Nous vous tiendrons par ailleurs au courant de l'avancement de votre dossier de crédit, au fur et à mesure, via les moyens de communication les plus appropriés.

Veuillez Agréer, Monsieur [redacted] l'expression de nos cordiales salutations

Signature du Directeur d'Agence

Introduction générale

Tables des matières

Remerciements 2
Dédicaces 3
Liste des abréviations 5
Liste des tableaux 6
Liste des schémas 7
Sommaire 8
Introduction générale 9
Chapitre 1 : Le système bancaire et les notions relatives au service portefeuille 12
Introduction 13
Section 1 : Historique du système bancaire et financier algérien 14
I. La Première Phase : Le système bancaire algérien de l'indépendance jusqu'à la période de planification « De 1963 à 1987 » 14
II. Deuxième Phase : Le Système bancaire algérien et les réformes économiques « De 1988 jusqu'à nos jours » 15
1. Ouverture et partenariat (de 1988 à 2001) 15
2. Les aménagements apportés en 2003 18
3. L'état actuel du système bancaire algérien 19
Section 2 : Généralités sur l'activité bancaire 20
I. La notion de banque 20
1. Définition 20
2. rôles et missions 20
II. Les Soldes Intermédiaires de Gestion de la banque (SIG) 21
1. Le Produit Net Bancaire (PNB) 21
2. Les autres ratios 22
III. Les opérations de banque 22
1. Les aspects légaux 22
2. Présentation des opérations de banque 23
2.1. Le bilan et le hors bilan 23
2.2. Compte de résultats 23
3. Les divers comptes bancaires 24
3.1. Les comptes à vue 24
3.1.1. Le compte de chèques 24

3.1.2. Le compte courant 24
3.1.3. Les autres formes de comptes à vue 24
a. Les comptes pour personnes ayant une activité de profession libérale 24
b. Les comptes collectifs 25
c. Les comptes « joints » 25
d. Divers autres comptes 25
3.2. Les comptes d'épargne et de placement 26
3.2.1. Le compte livret d'épargne 26
3.2.2. Les comptes de dépôts à terme 26
3.3.3. Le bon de caisse 26
3.3. Les comptes spéciaux 27
4. Les crédits bancaires 27
4.1. Les crédits octroyés aux particuliers 27
4.1.1. Le crédit à la consommation 27
a. Définition 27
b. Avantages du crédit à la consommation 27
4.1.2. Les crédits immobiliers (hypothécaire) 28
4.1.3. Autres formes de crédits aux particuliers 29
a. Les avances en comptes 29
b. Les avances sur titres 29
c. Les prêts personnels 29
4.2. Les crédits octroyés aux entreprises 30
4.2.1. Les crédits d'investissement 30
a. Les crédits à moyen terme 30
b. Les crédits à long terme 30
c. Le crédit-bail 31
4.2.2. Les crédits d'exploitation 31
a. Crédits d'exploitations globaux 31
b. Les crédits d'exploitation spécifiques 32
c. Le crédit par signature 34
IV. Analyse de l'activité de la banque 34
Section 3 : Le service portefeuille 35
I. Définition d'un portefeuille 35

Tables des matières

II. Conception du portefeuille bancaire 35
III. Présentation du service portefeuille 35
IV. Objet et rôle du service portefeuille 36
1. Les attributions essentielles du service portefeuille 36
2. Les différents titres traités par le service portefeuille 36
2.1. Les effets de commerce 36
2.1.1. Le chèque 37
a. Définition 37
b. Mentions obligatoires 37
c. Mesures tendant à promouvoir l'usage du chèque 37
d. Mesures de prévention et de répression des émissions de chèques sans provisions 38
e. Le délai légal de présentation du chèque au paiement 38
f. Le délai de validité du chèque 38
2.1.2. La lettre de change (ou traite) 38
a. Définition 38
b. Mentions obligatoires 39
2.1.3. Le billet à ordre 39
a. Définition 39
b. Mentions obligatoires 39
2.1.4. Le récépissé warrant 40
a. Définition 40
b. Mécanisme 40
2.2. La compensation et la télé compensation bancaire 40
2.2.1. Définition de La compensation 40
2.2.2. Différents types de compensation bancaire 40
a. Compensation aller (outgoing) 40
b.Compensation retour (incoming) 41
2.2.3. Définition de la télé compensation 41
3. L'encaissement 41
3.1. Définition 41
3.2. Le recouvrement 42
3.3. Traitement de l'opération 42

4. L'escompte 42
4.1. Définition 42
4.2. Traitement de l'opération 42
5. Les dossiers risques 43
6. Les renseignements commerciaux 43
V. Les principes généraux régissant l'activité du service portefeuille 44
1. La notion d'exploitation 44
2. La notion de risque et d'engagement 44
3. La notion de trésorerie 44
4. La notion de sécurité 45
Conclusion 46
Chapitre 2 : Présentation et opérations liées à la gestion de portefeuille 47
Introduction 48
Section 1 : La Gestion de portefeuille et la segmentation 49
I. Rappel de notions de base 49
1. Notion de la gestion de portefeuille 49
2. Notion du portefeuille clients 49
3. Notion de gestionnaire de portefeuille 49
II. Les différents modes de gestion de portefeuille 50
1. Gestion sous mandat 50
2. Gestion conseillée 51
2.1. Définition 51
2.2. Les volets de la gestion conseillée 51
3. Gestion libre 51
4. Gestion profilée 52
III. Le concept de segmentation en marketing bancaire 54
1. Définition 54
2. Les critères de segmentation 54
2.1. Les caractéristiques financières 54
2.2. Les caractéristiques sociodémographiques 55
2.3. Les critères comportementaux 56
3. La fiabilité du système d'information 56
4. L'utilité de la segmentation et son utilisation 57

Tables des matières

IV. La rentabilité : un élément clé de la relation 59
Section 2 : l'évolution du portefeuille bancaire 60
I. L'analyse du portefeuille clients 60
1. L'objectif d'une analyse d'un portefeuille 60
2. Les éléments à apprécier 61
2.1. L'analyse qualitative 61
2.1.1. L'analyse de la clientèle par tranche d'âge 61
2.1.2. L'analyse de la clientèle par CSP 61
2.1.3. L'analyse comportementale de la clientèle 62
2.1.4. L'évolution du portefeuille de clients 62
2.1.5. Le niveau du risque 62
2.2. L'analyse quantitative 63
2.2.1. Les indicateurs 63
a. Le nombre de clients 63
b. Les encours en nombre, en capitaux 63
c. Les soldes moyens, les dossiers moyens 63
d. Les taux de détention 64
2.2.2. L'analyse des taux de détention d'un portefeuille 64
a. Les placements 65
b. Les crédits 65
c. Les services 65
2.3. Le diagnostic 65
II. Le développement du portefeuille 66
1. La fidélisation 66
2. La prospection 67
2.1. La recommandation (la prescription) 67
2.2. La prospection externe 67
3. Les démarches collectives 67
Section 3 : Le suivi de la relation commerciale 68
1. La prévention des risques à l'ouverture des comptes 68
1.1. Le cadre juridique et réglementaire de l'ouverture des comptes 69
1.1.1. Le droit au compte 69
1.1.2. Le secret professionnel 69

1.2. Les obligations de vigilance 69
1.3. La structure juridique de l'entreprise 70
1.4. La procédure d'ouverture des comptes 70
2. Le suivi des risques au quotidien 71
2.1. Les états de dépassements 72
2.1.1. Sur les débiteurs 72
2.1.2 Sur les opérations «exceptionnelles » 73
2.2. Les opérations de contrôle 73
2.3. Les dossiers de crédits LMT 74
3. Le fonctionnement du compte 75
3.1. Raisons et objectifs du suivi des comptes 75
3.2. Présentation d'une fiche de fonctionnement de compte 75
Conclusion 77
Chapitre 3 : Segmentation et étude d'un cas de crédit 78
Introduction 79
Section 1 : Présentation de la banque NATIXIS 80
I. Historique de NATIXIS 80
II. Définition d'une agence bancaire 80
III. Les types d'agence bancaire 80
1. Agence retail 80
1.1. Le particulier 80
1.2. Le professionnel 80
2. Agence Corporate 81
3. Agence mixte 81
3.1. Le front office 81
3.2. Le back office 81
IV. Présentation de l'agence NATIXIS de Tizi-Ouzou 82
V. Réseaux de la banque NATIXIS et ses valeurs 83
1. Le réseau de la NATIXIS 83
2. Les valeurs de la NATIXIS 83
2.1. L'Engagement 83
2.2. La coopération 83
2.3. L'Efficacité 83

Tables des matières

VI. L'organigramme de l'agence n°151 NATIXIS de Tizi-Ouzou 84
1. Le front Office 84
2. Le back office 84
VII. Les missions de NATIXIS Algérie 86
Section2 : La description du travail de l'agence 86
I. Le rôle du Front office 86
1. Les tâches des chargés d'accueil et des opérations courantes 86
2. Les opérations courantes 87
2.1. La remise des chèques 87
2.2. La demande de chéquier 87
2.3. La demande de chèque de banque 87
3. Les tâches du gestionnaire des clients particuliers 87
4. Les tâches du gestionnaire des clients professionnels 88
5. Les tâches du chargé d'affaires clients Corporate 88
II. Le rôle du Back Office 88
1. Les tâches du chargé des opérations technique (COT domestique) 88
1.1. La remise de chèque 88
1.2. La demande de chèque de banque et de chéquier 89
1.2.1. La création 89
1.2.2. La personnalisation 89
1.2.3. La délivrance 89
1.3. Le virement 89
1.3.1. Virement simple 89
1.3.2. Virement multiple 89
1.4. Les tâches du COT de commerce extérieur : La domiciliation bancaire 90
1.4.1. Le transfert libre 90
1.4.2. Le crédit documentaire 90
1.4.3. La remise documentaire 90
2. Les tâches de l'assistance administrative 90
Section 3 : Segmentation de la clientèle et étude d'un cas de crédit octroyé à un professionnel 92
I. Segmentation de la clientèle 92
1. Présentation du GCPP 92

Tables des matières

2. Classification des clients 92
2.1. Vue globale 92
2.2. Entrée en relation.....93
2.3. Les comptes inactifs 93
2.4. Les comités de crédits 93
2.5. DLU échus et à échoir.....93
2.6. Echéance à venir sur 8 jours.....93
2.7. Les impayés.....93
2.8. Compte épargne 93
II. Etude d'un cas de crédit.....94
1. Présentation du client 94
2. Déroulement de la procédure de recours au financement 94
2.1. Etude primaire de la demande.....94
2.1.1. Entretien préalable.....94
a. Expression du besoin de financement par le client.....94
b. Proposition du chargé clientèle 95
c. Choix du client et validation pour le GCPP 95
2.1.2. Introduction du dossier de crédit.....95
2.1.3. La réception de la demande de crédit.....96
2.2. Etude secondaire.....96
2.3. Etude finale 99
Conclusion..... 101
Conclusion générale 102
Bibliographie 105
Les Annexes..... 109
Table des matières 128