

SEPTEMBRE 2012

**IMPACT DE L'ENTRÉE EN VIGUEUR  
DE LA LOI DU 1<sup>ER</sup> JUILLET 2010  
PORTANT RÉFORME  
DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION**

*Rapport réalisé par Athling  
pour le Comité consultatif du secteur financier*

Réf. : 144-1301

*« Aucune représentation ou reproduction, même partielle, autre que celles prévues à l'article L. 122-5 2° et 3° a) du Code de la propriété intellectuelle ne peut être faite de la présente publication sans l'autorisation expresse du Secrétariat général du Comité consultatif du secteur financier ou, le cas échéant, sans le respect des modalités prévues à l'article L. 122.10 dudit code. »*

© Secrétariat général du Comité consultatif du secteur financier – 2013



---

**IMPACT DE L'ENTRÉE EN VIGUEUR  
DE LA LOI DU 1<sup>ER</sup> JUILLET 2010 PORTANT RÉFORME  
DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION**

**Rapport réalisé par Athling  
pour le Comité consultatif du secteur financier (CCSF)**

**Pierre Blanc**

**SEPTEMBRE 2012**

Les résultats, les appréciations et les conclusions du rapport n'engagent que son auteur.

# SOMMAIRE

## INTRODUCTION

5

## CHAPITRE 1 LA LOI PORTANT RÉFORME DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION

7

### 1.1 LA DIRECTIVE EUROPÉENNE À L'ORIGINE DE LA LCC

9

### 1.2 LES DISPOSITIONS COMPLÉMENTAIRES SPÉCIFIQUES À LA FRANCE

10

1.2.1 Des ajouts très conséquents

10

1.2.2 Un périmètre très large

11

1.2.3 Les objectifs de la LCC

12

### 1.3 UNE LOI TOUJOURS EN COURS DE MISE EN ŒUVRE

13

1.3.1 Une période de transition toujours en cours

13

1.3.2 Un calendrier de mise en œuvre très serré

13

### 1.4 LES COÛTS D'APPLICATION DE LA LCC

13

## CHAPITRE 2 LE MARCHÉ DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION EN FRANCE

15

### 2.1 LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION EN FRANCE

17

2.1.1 L'environnement économique en France

17

2.1.2 Le crédit à la consommation en France

17

### 2.2 LES CHIFFRES CLÉS DE L'ACTIVITÉ DE CRÉDIT À LA CONSOMMATION EN FRANCE

19

2.2.1 Le prêt personnel

19

2.2.2 Le crédit renouvelable

19

2.2.3 Le crédit affecté

21

2.2.4 La location avec option d'achat (LOA)

21

2.2.5 Les formules N fois et les opérations de crédit hors LCC

22

### 2.3 LES ACTEURS

23

2.3.1 Les quatre grandes familles de prêteurs

23

2.3.2 Le rôle du commerce et de la distribution

24

CHAPITRE 3	UN PREMIER BILAN DE LA LOI PORTANT RÉFORME DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION	25
<b>3.1</b>	<b>OBJECTIF N° 1 : EMPÊCHER LES UTILISATEURS DE CARTES DE FIDÉLITÉ D'ENTRER EN CRÉDIT MALGRÉ EUX</b>	<b>27</b>
3.1.1	L'obligation d'une fonction « paiement au comptant » pour les cartes de fidélité associées à un crédit renouvelable	27
3.1.2	La publicité pour des avantages commerciaux associés à des cartes de fidélité	28
3.1.3	L'interdiction de conditionner les avantages commerciaux à l'utilisation à crédit des cartes de fidélité	28
<b>3.2</b>	<b>OBJECTIF N° 2 : DONNER LE CHOIX AUX CONSOMMATEURS ENTRE LE CRÉDIT CLASSIQUE ET LE CRÉDIT RENOUELABLE (DÉVELOPPER LE CRÉDIT CLASSIQUE)</b>	<b>28</b>
3.2.1	L'offre alternative à partir de 1 000 euros	28
3.2.2	La rémunération des vendeurs	30
3.2.3	La réforme des taux d'usure	30
<b>3.3</b>	<b>OBJECTIF N° 3 : ACCÉLÉRER LE REMBOURSEMENT DES CRÉDITS RENOUELABLES POUR RÉDUIRE LEUR COÛT POUR LE CONSOMMATEUR</b>	<b>32</b>
3.3.1	L'amortissement minimum	32
3.3.2	Le relevé de compte	34
3.3.3	L'information annuelle de l'emprunteur	34
<b>3.4</b>	<b>OBJECTIF N° 4 : PRÉVOIR DES SÉCURITÉS POUR LE CONSOMMATEUR À L'ENTRÉE EN CRÉDIT</b>	<b>35</b>
3.4.1	Les études de solvabilité et la consultation du FICP	35
3.4.2	La fiche de dialogue	35
3.4.3	Les justificatifs pour les crédits à plus de 3 000 euros	36
3.4.4	La formation des personnels délivrant la fiche de dialogue	37
<b>3.5</b>	<b>OBJECTIF N° 5 : RENFORCER LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS</b>	<b>37</b>
3.5.1	Le relèvement de 21 500 à 75 000 euros	37
3.5.2	L'allongement de 7 à 14 jours des délais de rétractation	38
3.5.3	L'encadré sur les offres de contrat de crédit	38
3.5.4	Le renforcement des sanctions	38
3.5.5	La réduction de 3 à 2 ans du délai d'inactivité	38
3.5.6	Le rôle de l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP)	38

<b>3.6</b>	<b>OBJECTIF N° 6 : RÉDUIRE LA DURÉE DE REMBOURSEMENT DES CRÉDITS RENOUVELABLES OUVERTS AVANT LE 1<sup>ER</sup> MAI 2011</b>	<b>39</b>
<b>3.7</b>	<b>AUTRES DISPOSITIONS ÉTUDIÉES</b>	<b>39</b>
3.7.1	L'exemple représentatif	39
3.7.2	Le « pack contractuel »	40
3.7.3	La durée des entretiens commerciaux	41
3.7.4	La confidentialité des échanges	41
3.7.5	Le remboursement anticipé	41
<b>3.8</b>	<b>UN BILAN ÉCONOMIQUE ET SOCIAL</b>	<b>42</b>
3.8.1	Les impacts financiers	42
3.8.2	L'emploi dans les établissements de crédit spécialisés	42
<b>3.9</b>	<b>LE RÉCAPITULATIF DES ZONES « GRISES »</b>	<b>42</b>
<b>CONCLUSION</b>		<b>45</b>
<b>ANNEXES</b>		<b>47</b>
<b>ANNEXE 1</b>	<b>REVUE D'UNE ÉTUDE D'IMPACT RÉALISÉE EN AVRIL 2009</b>	<b>49</b>
<b>ANNEXE 2</b>	<b>AVERTISSEMENT SUR LES STATISTIQUES ET ACRONYMES</b>	<b>53</b>
<b>ANNEXE 3</b>	<b>ENTITÉS ASSOCIÉES À CETTE ÉTUDE</b>	<b>55</b>
<b>ANNEXE 4</b>	<b>ILLUSTRATIONS</b>	<b>59</b>
<b>ANNEXE 5</b>	<b>AVIS DU CCSF SUR LE BILAN DE LA RÉFORME DE L'ASSURANCE EMPRUNTEUR PAR LA LOI LAGARDE DU 1<sup>ER</sup> JUILLET 2010</b>	<b>65</b>
<b>ANNEXE 6</b>	<b>Liste des publications du Comité consultatif du secteur financier</b>	<b>69</b>





# INTRODUCTION

## LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE

La loi n° 2010-737 du 1<sup>er</sup> juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation (ou LCC), dite loi Lagarde, est entrée en vigueur au 1<sup>er</sup> mai 2011. Dans le cadre de ses travaux sur la mise en œuvre de cette loi et de ses textes d'application, le Comité consultatif du secteur financier (CCSF) a demandé au cabinet Athling une évaluation de l'impact de cette loi sur le crédit à la consommation. Cette évaluation devait être menée de manière objective et équilibrée.

Par évaluation objective, il s'agit de s'appuyer sur des données de marché récentes et fiables. Ces données ont été fournies par les établissements de crédit et par la Banque de France. La collecte de ces données auprès des établissements de crédit s'est effectuée à partir d'un questionnaire. Ces données ont été ensuite agrégées et « moyennées » de sorte qu'il ne soit pas possible d'identifier les sources et afin de garantir leur confidentialité.

Par évaluation équilibrée, nous entendons que l'ensemble des parties concernées par l'entrée en vigueur de la LCC ont été impliquées dans cette étude dans le but d'en connaître les avancées, les impacts des nouvelles dispositions et les difficultés éventuelles rencontrées.

Le périmètre de cette étude couvre le champ d'application de la LCC. Les chapitres indiqués ci-dessous font référence au titre I<sup>er</sup> du texte de loi publié au Journal officiel le 1<sup>er</sup> juillet 2010 :

- l'information précontractuelle (articles 5 à 7) ;
- la publicité et l'information de l'emprunteur (chapitre II) :
  - le volet sur la publicité est pris en charge par la direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) ou par les équipes internes du CCSF. Toutefois, elle est partiellement traitée dans le rapport au travers de l'exemple représentatif ;
- les conditions de formation du contrat (chapitre III) ;
- le contenu et l'exécution du contrat de crédit (chapitre IV).

L'étude devait aussi permettre d'évaluer l'impact, dans la mesure du possible, des mesures suivantes : la réforme du mode de fixation des taux d'usure et les dispositions transitoires et finales pour le crédit renouvelable (titre VI, article 61, alinéa II).

Concernant les taux d'usure, il s'agit d'étudier le repositionnement des types de crédit par tranche de montant et de mesurer l'impact de la hausse des taux d'usure du prêt personnel (par exemple, ouverture du prêt personnel sur des faibles montants ou sur des montants supérieurs à 21 500 euros).

Les thèmes suivants sont considérés comme étant hors périmètre de l'étude :

- les découverts bancaires ;
- l'assurance emprunteur dont le CCSF a fait un premier bilan en mars 2012 ;
- le regroupement de crédits ;
- le microcrédit ;
- les procédures de surendettement au sens large ;
- le registre des crédits ;

- les réglementations bancaires à venir (par exemple, Bâle III) ;
- les intermédiaires en opérations de banque et en services de paiement (IOBSP).

### LE DÉROULEMENT DE L'ÉTUDE

L'ensemble des acteurs concernés a été associé aux travaux. Plus de 190 entretiens ou sessions de travail ont été menés en cinq semaines. 98 entités différentes ont été consultées :

- 31 établissements de crédit ;
- 11 associations de consommateurs et associations humanitaires ;
- 39 entreprises du commerce et de la distribution ;
- 16 organismes représentant les pouvoirs publics, les syndicats des établissements de crédit, des élus.

Les premiers résultats de cette étude ont été commentés le 26 juin 2012 à l'occasion d'une réunion de travail du CCSF.

Les études qualitatives et quantitatives ont été réalisées à partir d'un questionnaire détaillé et des documents récupérés auprès des prêteurs. Ce questionnaire détaillé a permis de collecter l'ensemble des données d'activité des prêteurs. Il a été complété par un second questionnaire plus spécifique au crédit renouvelable diffusé début juillet 2012 suite à la réunion de travail du CCSF.

Dans ce rapport, lorsque l'expression post-LCC est utilisée, cela signifie que les informations mentionnées sont postérieures au 1<sup>er</sup> mai 2011.

# **1. La loi portant réforme du crédit à la consommation**



La loi n° 2010-737 du 1<sup>er</sup> juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation résulte de la transposition de la directive européenne de 2008 sur les contrats de crédit aux consommateurs<sup>1</sup> (DCC). À l'initiative du Gouvernement, les travaux préparatoires ont abouti à une profonde réforme du crédit à la consommation et des procédures de surendettement allant bien au-delà d'une simple transposition de la directive européenne. Les personnes interviewées ont exprimé leur satisfaction sur le processus d'élaboration du texte de loi et sur l'effort constant de concertation dont a fait preuve Madame Christine Lagarde, ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, en charge de la conduite du projet de loi. Les avis étaient plus réservés sur la publication des textes réglementaires qui devaient préciser la loi.

## 1.1 LA DIRECTIVE EUROPÉENNE À L'ORIGINE DE LA LCC

*Ce chapitre énumère les principaux points d'harmonisation au niveau européen et ne peut être considéré comme exhaustif. Il s'agit d'un extrait du rapport Athling sur le crédit renouvelable rédigé en 2008 pour le compte du CCSF.*

La directive européenne sur les contrats de crédit aux consommateurs a été adoptée par le Parlement européen le 16 janvier 2008 après six ans de négociation. Les enjeux sont de taille puisqu'elle concerne un marché européen du crédit à la consommation de 1 140 milliards d'euros<sup>2</sup> et touche 500 millions de consommateurs européens. Toutefois, le volume total de crédits à la consommation qui s'effectue en transfrontière n'atteint que 1 % de l'encours total.

L'harmonisation est en partie maximale, c'est-à-dire qu'elle s'impose à tous les États membres, notamment pour permettre la comparabilité des offres d'un État à l'autre. Il existe toutefois des domaines où chaque État membre garde la possibilité de fixer des règles plus contraignantes. La transposition de cette directive est intervenue en mai 2011, un an après son entrée en vigueur « théorique ». Les principaux points harmonisés, dont la transposition soulevait

un certain nombre de questions s'agissant du crédit renouvelable, recouvrent les huit domaines suivants :

- les montants des crédits concernés (article 2)
  - les montants des crédits concernés sont compris entre 200 euros et 75 000 euros. Les crédits immobiliers, les crédits hypothécaires<sup>3</sup>, les découverts de moins d'un mois et les crédits gratuits sont exclus de cette directive. La directive ne comporte pas de disposition spécifique au crédit renouvelable. Le crédit lié est défini dans la directive plus largement que le crédit affecté en droit français ;
- la publicité (article 4)
  - les informations de base doivent être claires, concises et visibles à l'aide d'un exemple représentatif. Elles concernent, entre autres, le taux annuel effectif global (TAEG), le montant total du crédit, la durée du contrat de crédit et le montant total dû par le consommateur ;
- l'information précontractuelle (articles 5 à 7)
  - cette directive s'accompagne de la création d'une fiche européenne d'information standardisée afin que le consommateur puisse comparer les offres européennes et effectuer son choix en connaissance de cause. Cette fiche est remise en temps utile et avant que le consommateur ne soit lié par son contrat. Les mentions obligatoires devant figurer sur cette fiche portent, entre autres, sur les caractéristiques du crédit (type, montant total, durée), sur les caractéristiques du taux d'intérêt (type, TAEG, échéancier), sur les services associés (souscription éventuelle d'une assurance, ouverture obligatoire ou non d'un compte), sur l'existence ou non d'un délai de rétractation, sur les conséquences d'un retard ou d'un défaut de paiement, et sur les conditions de remboursement anticipé,
  - le prêteur et, le cas échéant, l'intermédiaire doivent fournir au consommateur les informations adéquates afin que celui-ci soit en mesure de déterminer si le contrat proposé est adapté à ses besoins et à sa situation financière ;
- l'évaluation de la solvabilité du consommateur (articles 8 et 9)
  - les États membres doivent veiller à ce que « le prêteur évalue la solvabilité du consommateur à partir d'un nombre suffisant d'informations, fournies, le cas

<sup>1</sup> Directive n° 2008-48/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 avril 2008 concernant les contrats de crédit aux consommateurs et abrogeant la directive 87/102/CEE du Conseil.

<sup>2</sup> Les encours de crédit à la consommation étaient de 1 071 milliards d'euros en Europe à fin 2011 (source : études Sofinco).

<sup>3</sup> Il s'agit de crédits garantis par une hypothèque.

échéant, par ce dernier et, si nécessaire, en consultant la base de données appropriée ». La directive indique, par ailleurs, dans ses considérants, que les prêteurs « devraient être autorisés à utiliser les informations fournies par le consommateur non seulement pendant la préparation du contrat de crédit en question, mais également pendant une relation commerciale de longue date ». Ces articles sont à l'origine des dispositions qui visent à une évaluation de la solvabilité de l'emprunteur en cours d'exécution du contrat de crédit renouvelable ;

- le contrat de crédit (articles 10 à 13)

– « Les contrats de crédit sont établis sur un support papier ou sur un autre support durable. » Les mentions obligatoires devant figurer sur les contrats de crédit portent sur les caractéristiques du crédit (type, montant total, durée, bien ou service financé dans le cas d'un crédit lié, le cas échéant conditions de tirage), sur les caractéristiques du taux d'intérêt (type, TAEG, index de référence si nécessaire, échancier de remboursement, tableau d'amortissement), sur les services éventuels associés (souscription d'une assurance, compte réceptacle des paiements ou des tirages), sur les sûretés éventuellement requises, sur l'existence d'un éventuel délai de rétractation et conditions d'exercice, sur les conséquences d'un retard ou d'un défaut de paiement, et sur les conditions d'exercice d'un éventuel remboursement anticipé ;

- les délais de rétractation (articles 14 et 15)

– le délai de rétractation est porté à quatorze jours calendaires, contre sept jours actuellement. La directive prévoit toutefois une exception en matière de crédit lié selon laquelle, « si la législation nationale au moment de l'entrée en vigueur de la présente directive mentionne déjà qu'aucun fonds ne peut être mis à disposition du consommateur avant l'expiration d'un délai spécifique, les États membres peuvent prévoir, exceptionnellement, que le délai (de quatorze jours) peut être réduit à ce délai spécifique, à la demande expresse du consommateur ». Cette disposition a permis de maintenir le régime français en matière de crédits affectés, qui permet de réduire le délai de rétractation de sept jours à trois jours minimum, lorsque l'emprunteur demande la livraison ou la fourniture immédiate du bien ou de la prestation de service financée par le crédit ;

- les remboursements anticipés (article 16)

– le champ des indemnités de remboursement anticipé évolue sensiblement avec l'augmentation du périmètre

de la DCC (montant du crédit passant de 21 500 euros à 75 000 euros). Une indemnité (soit 0,5 %, soit 1 % du crédit faisant l'objet du remboursement) est introduite. Aucune indemnité n'est due si le remboursement anticipé intervient dans une période pour laquelle le taux débiteur n'est pas fixe ;

- les intermédiaires de crédit (article 20)

– selon les termes de la directive, un intermédiaire de crédit est une personne physique ou morale qui agit à titre professionnel et rémunéré, et qui présente, prépare la conclusion ou conclut un contrat de crédit avec un consommateur (dans ce dernier cas au nom du prêteur).

### 1.2 LES DISPOSITIONS COMPLÉMENTAIRES SPÉCIFIQUES À LA FRANCE

Aux éléments de réforme du crédit à la consommation liés directement à la directive européenne de 2008, se sont ajoutées des dispositions spécifiques à la France. Ces dispositions sont issues d'initiatives tant du Gouvernement que du Parlement dans le cadre de travaux auxquels ont participé les associations de consommateurs, des organismes à vocation sociale, les organisations professionnelles et les établissements de crédit.

#### 1.2.1 Des ajouts très conséquents

Le rapport <sup>4</sup> des sénatrices Dini et Escoffier du 19 juin 2012 présentait la LCC ainsi :

**La loi Lagarde est composée de 63 articles. [...] Son champ d'intervention a été élargi par de nouvelles dispositions sur la réforme des modalités de fixation du taux de l'usure, sur le principe de la création d'un « fichier positif » et sur le microcrédit social. Il a été enrichi, notamment, en matière de protection de l'emprunteur (publicité, information de l'emprunteur, souscription et exécution du contrat de crédit), de crédit sur le lieu de vente, et d'encadrement du crédit renouvelable, de fonctionnement de la procédure de surendettement et de modernisation du Fichier national des incidents de remboursement des crédits aux particuliers (FICP) existant.**

.../...

<sup>4</sup> Rapport n° 602 du 19 juin 2012.

**Au total, la loi constitue indéniablement, avec la loi « Neiertz » de 1989, l'une des lois les plus structurantes sur le crédit à la consommation. Malgré sa technicité, elle poursuit un objectif global d'ordre économique et social, voire culturel : modifier les comportements et les pratiques des prêteurs et des emprunteurs pour responsabiliser le crédit à la consommation.**

La LCC est entrée en vigueur progressivement du 1<sup>er</sup> septembre 2010 au 1<sup>er</sup> mai 2011<sup>5</sup>. La réforme de la publicité sur les crédits à la consommation qui vise à mettre fin aux publicités trompeuses et des mesures pour assurer une plus grande concurrence en matière d'assurance emprunteur étaient applicables depuis le 1<sup>er</sup> septembre 2010. La réforme des procédures de traitement du surendettement est en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2010. Elle a facilité le rebond des personnes surendettées. De nouvelles mesures sur le traitement du surendettement ont complété ce premier texte. Elles garantissent à une personne engagée dans une procédure de surendettement la continuité de son compte bancaire. Elles prévoient aussi un rendez-vous du consommateur avec son conseiller bancaire pour discuter notamment de la mise en place des moyens de paiement les plus adaptés à sa situation.

Enfin, le 1<sup>er</sup> mai 2011, ce sont les mesures qui encadrent les pratiques sur le lieu de vente ou les moyens de vente à distance, et le crédit renouvelable qui ont été mises en application. Le dossier de presse du 29 avril 2011 les présentait en ces termes :

**La loi portant réforme du crédit à la consommation du 1<sup>er</sup> juillet 2010 voulue par Christine Lagarde vise à supprimer les abus et les excès du crédit à la consommation. Ce sont aujourd'hui 9 millions de ménages — c'est-à-dire un tiers des ménages — qui ont un crédit à la consommation. Le 1<sup>er</sup> mai 2011, les mesures de la loi qui encadrent le crédit renouvelable entrent en vigueur :**

- elles empêchent les détenteurs de cartes de fidélité d'entrer en crédit malgré eux ;
- elles donnent le choix aux consommateurs entre crédit classique et crédit renouvelable pour financer leurs achats importants ;

- elles raccourcissent les durées de remboursement des crédits renouvelables, parfois abusivement longues, afin de réduire leur coût pour les consommateurs ;
- elles prévoient des sécurités à l'entrée en crédit pour prévenir le surendettement ;
- elles renforcent l'information et la protection des consommateurs.

**La réforme va conduire les prêteurs à changer leurs pratiques. Dans les cas prévus par la loi, ils proposeront par courrier aux personnes qui détiennent déjà un crédit renouvelable de modifier leur contrat.**

Des mesures, comme l'introduction d'une notion d'amortissement minimum pour le crédit renouvelable, peuvent être **qualifiées d'innovantes** au regard des textes en vigueur chez nos voisins européens.

Le chapitre 1 du rapport des sénatrices Dini et Escoffier (pages 13 à 29) donne un aperçu plus détaillé du contenu de la LCC.

Rappelons que cette loi avait fait l'objet, lors de la présentation du projet de loi, d'une étude d'impact économique communiquée dans le dossier de presse diffusé le 22 avril 2009. Cette étude d'impact est reprise et commentée dans les annexes de ce rapport.

## 1.2.2 Un périmètre très large

Il est important de souligner **l'ampleur sans précédent de cette réforme** du crédit à la consommation. Toutes les dimensions du modèle économique d'un prêteur sont impactées : la tarification *via* le changement des conditions d'application des taux d'usure (cf. la réforme des taux d'usure), les caractéristiques des produits et des modalités de remboursement, la publicité et la distribution, le processus d'acceptation et de contractualisation, la gestion des contrats, le traitement du surendettement. Tous les sujets sensibles ont été pris en compte comme, par exemple, le registre national des crédits et ont fait l'objet de débats. Enfin, le législateur a souhaité que les mesures qui visent à limiter la durée de remboursement des comptes de crédit renouvelable s'appliquent sur les contrats souscrits avant le 1<sup>er</sup> mai 2011.

<sup>5</sup> Voir au 1<sup>er</sup> octobre 2012 si l'on tient compte des dispositions sur les regroupements de crédits.

### 1.2.3 Les objectifs de la LCC

L'objectif principal de la LCC est souvent résumé par l'expression suivante : « moins d'excès, plus d'accès ». Il est déclinable en cinq points :

- recentrer le crédit renouvelable sur sa vocation concernant les petits montants ;
- réformer l'usure ;
- mettre fin aux excès en matière de publicité ;
- mieux s'assurer de la solvabilité des emprunteurs ;
- éviter que le consommateur-emprunteur ne tombe dans le crédit à son insu.

Du fait de pratiques différentes selon les canaux de distribution, le législateur a souhaité prendre en compte cette dimension dans des articles de la loi. Il a aussi voulu renforcer la protection du consommateur.

#### La prise en compte de la dimension canal de distribution

La législation sur le crédit à la consommation comportait jusqu'à maintenant des mesures spécifiques à certains produits comme le crédit renouvelable ou le crédit affecté. La LCC a ajouté une nouvelle dimension, à savoir le canal de distribution ou d'entrée en contact. En effet, des dispositions touchent exclusivement le lieu de vente ou les moyens de vente à distance (par exemple, la fiche de dialogue, l'offre alternative à partir de 1 000 euros). En voulant prendre comme référence l'agence bancaire, dont l'activité est pourtant en recul, la LCC a durci les conditions de distribution du crédit sur ces deux canaux et alourdi les démarches administratives. Elle les pénalise alors qu'ils sont en plein développement parce qu'ils bénéficient de la diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Le consommateur qui recherche à distance une rapidité de transaction la trouve avec un plus grand formalisme et des documents contractuels nettement plus volumineux.

Enfin, la LCC visait notamment le crédit renouvelable distribué en magasin. En n'évoquant que le terme de lieu de vente, elle transfère sur les concessions automobiles les mêmes contraintes qu'en magasin même si ces lieux de vente ne

distribuent que du crédit affecté amortissable pour l'acquisition de véhicules automobiles par leur clientèle.

#### Les limites de la volonté sans cesse accrue d'une certaine forme de protection des consommateurs

Le crédit à la consommation avait fait l'objet de douze lois en moins de vingt ans. Le législateur a clairement exprimé, au travers de la LCC, sa volonté de protéger le consommateur en transférant de plus en plus de responsabilité aux prêteurs (par exemple, devoir d'explication, études régulières de solvabilité). La LCC a donc complété un dispositif déjà très dense. Dans le même temps, les établissements de crédit ont réécrit entièrement leurs contrats de crédit pour tenir compte des ajouts ou des modifications induites par cette nouvelle loi.

Le législateur a souhaité que le « rapport de force » entre le prêteur et le consommateur soit plus équilibré en protégeant ce dernier contre les excès et les abus. Seulement, la loi ayant transféré de nouvelles responsabilités aux prêteurs, les consommateurs ne sont pas toujours en mesure d'appréhender la portée de leurs engagements une fois le contrat de crédit signé. Tous les acteurs rencontrés conviennent que les consommateurs maîtrisent rarement les points clés du crédit à la consommation, ou le fonctionnement détaillé des produits comme le crédit renouvelable, qui est encore parfois appelé *crédit revolving*. Les principales avancées de la LCC sont encore loin d'être bien connues du grand public. Les grands médias se font l'écho fréquemment de témoignages qui pointent du doigt, par exemple, l'absence d'études de solvabilité alors qu'elles sont obligatoires au regard de la loi. Les consommateurs connaissent-ils l'obligation d'une offre alternative à partir de 1 000 euros sur le lieu de vente pour l'achat de biens ou de prestations de services particuliers ?

Il serait souhaitable que le consommateur puisse mieux appréhender le fonctionnement du crédit qu'il souscrit, quel que soit le canal d'entrée en contact. Il reste à identifier les supports de communication les plus efficaces et les moments opportuns pour mener des actions d'information auprès du consommateur. À cet égard, la proposition n° 11 du précédent rapport sur le crédit renouvelable suggérait la mise en place d'une page récapitulative des conditions financières et des principes de fonctionnement du crédit.



### 1.3 UNE LOI TOUJOURS EN COURS DE MISE EN ŒUVRE

#### 1.3.1 Une période de transition toujours en cours

Deux mesures phares sont dans une phase transitoire et ne sont pas intégralement mises en application. Elles concernent la réforme des taux d'usure et la mise en conformité des comptes de crédit renouvelable pour respecter les durées d'amortissement maximales :

- la convergence des taux d'usure a commencé le 1<sup>er</sup> juillet 2011. Elle doit s'achever le 1<sup>er</sup> avril 2013 une fois l'égalisation des taux d'usure par tranche de montant terminée. Les dispositions de convergence ont été précisées dans des décrets publiés le 22 mars 2010 ;

- les durées mensuelles maximales d'amortissement des comptes de crédit renouvelable s'appliquent pour les comptes ouverts avant le 1<sup>er</sup> mai 2011. Les établissements de crédit ont jusqu'au 1<sup>er</sup> mai 2014 pour mettre l'ensemble de ces comptes en conformité avec cette disposition avec l'accord de l'emprunteur.

Ensuite, la loi prévoyait l'élaboration d'un rapport sur la création d'un registre national du crédit, dit fichier positif, par un comité chargé de préfigurer sa création. Ce rapport a été publié au mois de juillet 2011. Une consultation publique a eu lieu en août 2011. Des questions quant à la suite qui sera donnée à ce sujet restent ouvertes, d'autant que ce sujet fait l'objet de nouvelles initiatives parlementaires.

Notons que le décret sur le regroupement de crédits a été publié le 30 avril 2012. Il entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2012.

#### 1.3.2 Un calendrier de mise en œuvre très serré

Les prêteurs ou les distributeurs ont systématiquement soulevé trois points lors des entretiens :

- le court délai entre la publication de la loi et l'entrée en vigueur des principales dispositions

Les acteurs concernés ont eu dix mois pour se préparer, voire moins pour les mesures intermédiaires, et ce malgré l'ampleur de cette réforme ;

- le court délai entre la publication des textes d'application et leurs entrées en vigueur

Cela a été la source de difficultés supplémentaires pour les équipes internes des établissements de crédit en charge de la mise en œuvre de la LCC. Elles ont souvent dû revoir les hypothèses de travail formulées dans l'attente des textes définitifs ;

- l'absence d'interlocuteur « central » et clairement identifié lorsque différentes interprétations pouvaient être possibles sur un texte de loi ou d'application

Les prêteurs auraient souhaité qu'un référent de Place soit nommé. Ce référent aurait pu répondre au fil de l'eau aux questions ou émettre une position par rapport aux interprétations de tel ou tel texte. Cela aurait amélioré la qualité de l'application de la loi et aurait homogénéisé les choix retenus par les établissements de crédit. Une période d'ajustements est nécessaire compte tenu de la portée de la LCC. Ils ont été réalisés *a posteriori* au travers des contrôles et des recommandations de la DGCCRF ou de l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP).

Les personnes interrogées ont signalé qu'il restait toujours à l'heure actuelle des points qui restent à préciser. Ces points, appelés zones « grises », sont relevés au fil de l'eau dans le rapport et repris dans le chapitre 3.9.

### 1.4 LES COÛTS D'APPLICATION DE LA LCC

La mise en œuvre de la LCC est considérée par les prêteurs comme un très gros projet en termes de charge de travail et de coût. Outre les travaux informatiques, la refonte des offres de contrat de crédit et des courriers clients, la refonte des processus internes et la formation ont été des chantiers d'ampleur. Toutes les directions ou les services des établissements de crédit ont été associés à ce projet en interne. Les budgets globaux alloués sont **de l'ordre de 260 millions d'euros** pour les établissements de crédit de notre échantillon. Les établissements de crédit spécialisés supporteraient **plus de 85 %** de l'ensemble de ces coûts. Cela vient du fait que ces établissements possèdent et maintiennent les « usines » de gestion des crédits à la consommation. Les dépenses informatiques représentent 42 % du total.

Même si ces projets ont été réalisés dans un délai très court et si les prêteurs ont souvent été amenés à

travailler à partir d'hypothèses qui ont été revues lors de la sortie des textes officiels, il n'a pas été signalé d'incidents majeurs lors du démarrage du 1<sup>er</sup> mai 2011, qui, pour mémoire, était un dimanche.

Des projets sont toujours actifs. Ils sont entrés dans une phase d'optimisation notamment sur l'édition du contrat et client. Des travaux informatiques sont en

cours pour mettre en œuvre au 1<sup>er</sup> octobre 2012 le contenu du décret sur le regroupement de crédits.

Enfin, les projets de mise en œuvre de la LCC étaient de taille plus réduite pour les partenaires distributeurs ou pour les commerçants. Certains ont été amenés à adapter leurs processus et à refondre leurs sites Internet.



## **2. Le marché du crédit à la consommation en France**



## 2.1 LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION EN FRANCE

### 2.1.1 L'environnement économique en France <sup>6</sup>

**L'économie française a échappé à la récession au début de l'année 2012.** En effet, la croissance du produit intérieur brut (PIB) a été nulle au premier trimestre, en phase avec l'affaiblissement de la demande intérieure. L'investissement des entreprises a reculé tandis que la consommation des ménages a été globalement peu dynamique, freinée par le recul du pouvoir d'achat (depuis le troisième trimestre 2011). En 2011, le PIB avait progressé de 1,7 %. Pour cette année, la croissance de l'économie ne devrait pas dépasser 0,3 %.

Le revenu disponible des ménages est entamé par la dégradation sensible de la situation du marché du travail. Au premier trimestre, le taux de chômage s'est établi à 10 % de la population active (DOM inclus), contre 9,6 % un an plus tôt. La nette dégradation des perspectives d'activité dans l'industrie (d'après les dernières enquêtes de conjoncture de l'Insee) laisse présager d'importantes destructions d'emplois dans les prochains mois. Les récentes annonces de plans sociaux massifs dans les secteurs de l'automobile (8 000 emplois concernés chez PSA), du transport aérien (5 000 chez Air France), des télécommunications (SFR, Bouygues) ou encore dans l'industrie pharmaceutique (Sanofi) vont dans ce sens.

Cette année, viendront s'ajouter en outre les mesures de consolidation budgétaire qui se traduiront par une hausse marquée des prélèvements obligatoires – avec,

entre autres, la désindexation du barème de l'impôt sur le revenu et de l'impôt de solidarité sur la fortune (ISF), la surtaxe pour les redevables de l'ISF, mais aussi la suppression dès cet été de la défiscalisation des heures supplémentaires dans les entreprises de plus de 20 salariés. Un point positif : l'inflation s'est stabilisée, en phase avec la baisse des prix du pétrole. En juin, les prix à la consommation ont progressé de 1,9 % sur un an. Mais la revalorisation des prestations sociales (minimum vieillesse, allocation adulte handicapé, allocation de rentrée scolaire) ou encore la hausse du SMIC (+ 2 % depuis le 1<sup>er</sup> juillet) décidées par le gouvernement Ayrault ne devraient pas suffire à compenser la perte de pouvoir d'achat.

Après avoir quasiment stagné (+ 0,2 %) en 2011, la consommation des ménages ne devrait pas connaître de croissance en 2012. **La consommation de certains biens a fortement fléchi au début de l'année.** C'est le cas en particulier des achats automobiles, lesquels ont chuté de près de 10 % sur un an au cours du premier trimestre. Un autre indicateur des difficultés du marché automobile en France : sur les six premiers mois de l'année, les immatriculations de voitures neuves ont plongé de 14 % sur un an. De nombreux concessionnaires se retrouvent désormais avec un stock de véhicules neufs de 4 à 6 mois, alors que le niveau normal est d'environ 2 mois.

### 2.1.2 Le crédit à la consommation en France <sup>7</sup>

Dans ce contexte, **le marché du crédit à la consommation en France s'oriente à la baisse.** Selon la Banque de France, les encours français de

## T1 Encours de crédit à la consommation en France à fin mars 2011 et à fin mars 2012 par type de produit

(montants exprimés en milliards d'euros, poids en %)

Type de produit	Fin mars 2007		Fin mars 2011		Fin mars 2012	
	Montant	Poids	Montant	Poids	Montant	Poids
<b>Total</b>	<b>130,2</b>	<b>100</b>	<b>150,2</b>	<b>100</b>	<b>147,4</b>	<b>100</b>
<i>dont prêt personnel</i>	61,7	47,4	73,0	48,6	73,8	50,1
<i>dont crédit renouvelable</i>	31,3	24,0	27,3	18,2	26,0	17,6
<i>dont crédit affecté</i>	21,8	16,7	17,1	11,4	15,4	10,4
<i>dont crédit-bail et opérations assimilées (dont LOA)</i>	3,1	2,4	4,8	3,2	5,1	3,4

Note : Encours bruts, hors titrisation

Source : Banque de France

<sup>6</sup> Le chapitre a été rédigé par le Cabinet Asterès.

<sup>7</sup> Le chapitre a été rédigé en collaboration avec le Cabinet Asterès.

crédits à la consommation s'élevaient fin mars 2012 à 147,4 milliards d'euros, en baisse de 1,3 % sur un an. Ce marché est passé en l'espace de quatre ans d'une phase d'expansion et de développement à une phase de repli, voire de très net recul.

La solvabilité des ménages se dégrade avec la montée du chômage, ce qui a un impact négatif sur la production, d'autant plus que les conditions d'octroi de crédit ont eu tendance à se durcir. Ainsi, au cours des cinq premiers mois de l'année, la production de nouveaux crédits au titre de la consommation a reculé de 9,3 % sur un an, d'après les dernières données publiées par l'Association française des sociétés financières (ASF).

D'autres facteurs peuvent expliquer ce repli très net comme l'anticipation de nouvelles contraintes réglementaires qui vont peser sur l'allocation des fonds propres ou sur les besoins en liquidité, mais aussi la baisse des prix de biens durables ou encore la LCC. Il n'est pas possible d'identifier le poids de chacun de ces facteurs sur l'activité de crédit à la consommation.

**Certains segments de marché sont particulièrement affectés.** Toujours selon l'ASF, sur la période allant de janvier à mai inclus, la production de nouveaux crédits dédiés aux financements d'automobiles neuves a ainsi chuté de près de 19,5 % sur un an. Dans le même temps, la production de nouveaux crédits pour le financement de biens d'équipement du foyer (électroménager, équipement multimédia, meubles, etc.) n'a quasiment pas progressé (+ 0,2 % sur un an).

**Le recours au crédit renouvelable a également fortement diminué.** La production cumulée des cinq premiers mois de l'année de crédits renouvelables a chuté de 9,7 % sur un an. L'accès à ce type de crédit s'est par ailleurs transformé. D'après l'Observatoire des crédits aux ménages (OCM), davantage de ménages contractent directement auprès

des banques et des établissements de crédit spécialisés (20,4 % des ménages en 2011, contre 19,7 % en 2010) tandis que la diffusion *via* les « cartes de magasin » a tendance à reculer (à peine 6,3 % des ménages en 2011).

À l'instar de ce que l'on observe à l'échelle européenne, le taux de pénétration du crédit au titre de la consommation diminue fortement en France depuis 2009. La part des encours de crédits à la consommation dans la consommation des ménages est descendue à 13,4 % en 2011 (contre 14 % deux ans plus tôt), un ratio faible par rapport à la moyenne européenne (14,6 % en 2011). Le recul du marché français apparaît cependant comme relativement modéré. Au Royaume-Uni, le ratio est passé de 25,3 % en 2009 à 21,1 % en 2011. En Espagne, la chute est encore plus brutale : 12,4 % en 2011 contre plus de 17 % en 2009.

L'activité des établissements de crédit spécialisés recule au profit des réseaux bancaires. À fin 2011, ils représentaient 45,7 % de l'encours total de crédit à la consommation en France. Ce chiffre est de 44 % un an après l'entrée en vigueur de la LCC.

Selon les données de la Banque de France, la part de l'encours de crédit renouvelable dans le total du crédit à la consommation a perdu 10,9 points entre 1998 et 2011, passant de 28,9 % à 18 %. Cette baisse s'est accélérée depuis deux ans. Elle s'est faite en grande partie au profit du prêt personnel. Toutefois, nous ne sommes pas en mesure de démontrer qu'il y a ou non un transfert d'activité du crédit renouvelable vers le prêt personnel ou vers le découvert bancaire lié à la LCC. Même si les chiffres globaux peuvent interpeller, nous n'avons pas à ce stade des éléments probants par tranche de montant emprunté. Cela est encore plus vrai sur le lieu de vente où le crédit affecté connaît aussi une baisse d'activité et ne semble pas bénéficier du recul du crédit renouvelable.

### T2 Chiffres clés sur le crédit à la consommation et son environnement économique à fin 2011

(en milliards d'euros)

Dette des ménages	Dette totale des ménages	Taux d'endettement <sup>(a)</sup> (en %)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	1 101,1	55,1	149,2	26,0
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population (en millions)	Taux de chômage (en %)
	1 996,6	1 109,3	65	9,3 <sup>(b)</sup>

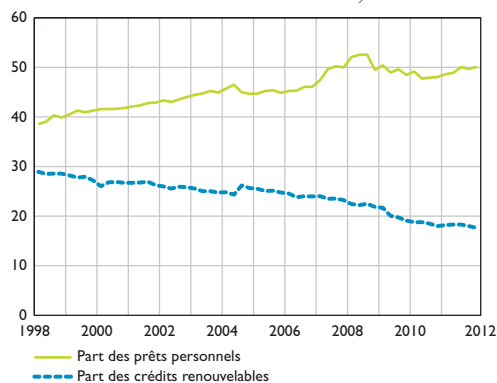
(a) Dette totale des ménages/PIB

(b) Moyenne annuelle

Sources : Insee, Banque de France

**G1 Décomposition de l'encours total de crédit à la consommation**

(en % de l'encours total de crédits à la consommation)



Source : Banque de France

**2.2. LES CHIFFRES CLÉS DE L'ACTIVITÉ DE CRÉDIT À LA CONSOMMATION EN FRANCE**

Les chiffres ci-dessous s'appuient sur ceux communiqués par les établissements de crédit qui ont répondu au questionnaire détaillé diffusé dans le cadre de cette étude. Notre échantillon représente 90 % du marché du crédit à la consommation<sup>8</sup> en France.

Afin que les analyses et les comparaisons soient pertinentes, nous avons privilégié le mode de distribution plutôt que l'appartenance d'un établissement de crédit à tel ou tel organisme professionnel (Fédération bancaire française – FBF ou Association française des sociétés financières – ASF). Ainsi, les données de Natixis Financement, de Sogéfinancement et de La Banque Postale Financement, trois établissements adhérents de l'ASF, ont été agrégées à celles des banques. C'est aussi pour les mêmes raisons que nous avons classé la Socram avec les banques, même si la distribution de ses financements est réalisée exclusivement *via* les mutuelles actionnaires.

**2.2.1 Le prêt personnel**

Le prêt personnel progresse globalement en encours (+ 1 %) et en production (+ 6,3 %). Il pèse plus de 59,1 % des encours et plus de 48,9 % de la production de nouveaux crédits à la consommation. Ce marché est dominé par les banques qui représentent 83 % du marché. Celui-ci est notamment porté par l'arrivée de La Banque Postale en avril 2011.

<sup>8</sup> Ne sont pris en compte que le prêt personnel, le crédit renouvelable, le crédit affecté et la location avec option d'achat (LOA).

**T3 Tableau de bord du prêt personnel de notre échantillon en France**

	2010	Post-LCC
Encours (en milliards d'euros) <sup>a)</sup>	64,7	65,4
Nombre de contrats (en millions)	8,5	8,7
Montant moyen par contrat (en euros)	7 578	7 497
Taux d'intérêt moyen (en %)	5,63	5,68
Nouvelle production (en milliards d'euros)	23,5	25
Nombre de nouveaux contrats (en millions)	2,67	2,68
Montant moyen d'un nouveau contrat (en euros)	8 809	9 314
Nouveaux contrats inférieurs ou égaux à 3 000 euros en nombre (en %)	23,1	23,4
Nouveaux contrats souscrits à distance en nombre (en %)	17,9	22,4
Nouveaux financements automobile en nombre (en %) <sup>b)</sup>	23,7	22,1

(a) Il s'agit d'encours bruts.

(b) Ces chiffres sont probablement en dessous de la réalité parce que des banques ne conservent pas dans leurs bases de données la finalité du financement.

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling

Plus de 20 % des prêts personnels concernent le financement d'automobile pour les particuliers. Ce ratio diffère d'un groupe bancaire à l'autre. Les établissements spécialisés sont plus concentrés, en matière de crédit amortissable, sur les crédits affectés qu'ils distribuent sur le lieu de vente que sur le prêt personnel.

Les canaux à distance se développent progressivement au détriment de l'agence bancaire.

Le montant moyen accordé augmente de 14,4 % et dépasse aujourd'hui les 9 000 euros.

**2.2.2 Le crédit renouvelable**

Le crédit renouvelable post-LCC est en pleine évolution. Il se différencie nettement du crédit renouvelable avant LCC, marquant **l'impact rapide** de la réforme sur ce type de crédit :

- le montant moyen d'ouverture d'un compte de crédit renouvelable est plus faible qu'auparavant. Il se recentre progressivement sur des montants plus faibles ;
- l'encours moyen par compte de crédit renouvelable stagne, voire baisse pour des prêteurs ;

T4 Tableau de bord du crédit renouvelable de notre échantillon en France

	2007	2010	Post-LCC
Encours (en milliards d'euros)	32,7 <sup>a)</sup>	27,4	24
Nombre de comptes de crédit renouvelable (en millions)	43,2	42,4	37,1
<i>dont comptes actifs (en millions)</i>	20	20,2	16,9
Comptes ouverts il y a plus de 5 ans (en %)	53,5	50,7	52,8
Encours moyen par compte (en euros)	1 500	1 360	1 422
Taux d'intérêt annuel moyen (en %)	15,69	15,41	14,09
Nouvelle production (en milliards d'euros)	20,1	17,2	16
Plafond moyen par compte (en euros)	3 000	3 280	2 940
Demandes d'ouvertures (en millions)	10	7,9	6,8
Ouvertures effectives (en millions)	5,5	4,1	3,5
Taux d'ouverture (en %)	55	52,1	51,7
Comptes ouverts avec un plafond inférieur ou égal à 3 000 euros (en %)	71,7 <sup>b)</sup>	72,5	77,5
Utilisations inférieures ou égales à 250 euros (en %)	80,6 <sup>c)</sup>	85,4	84,8
Utilisations supérieures ou égales à 3 000 euros (en %)	0,9	0,5	0,5
Fermetures de comptes de crédit renouvelable (en millions)	4,2	4,1	7,1
<i>Part liée à la non-reconduction à la date anniversaire (en %)</i>	3,4	9,2	10,3
<i>Part liée à une inactivité de plus de 3 ans (en %)</i>	58,4	62	
<i>Part liée à une inactivité de plus de 2 ans (en %)</i>			57,2
Réaménagements (en ‰)	15	9	4
Augmentation de plafond (en ‰)	20	28	8
Réduction de plafond (en ‰)	2	10	17
Suspension du droit d'utilisation (en ‰)	143	16	85

(a) Les chiffres de cette colonne sont extraits du rapport 2008 sur le crédit renouvelable réalisé par Athling pour le compte du CCSEF.

(b) En 2008, la limite supérieure était fixée à 2 999 euros.

(c) En 2008, la limite supérieure était fixée à 299 euros.

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling

- les durées de remboursement se raccourcissent ;
- les taux à l'ouverture et sur l'encours sont aussi en baisse ;
- les augmentations de plafond (montant accordé ou montant consenti) sont moins fréquentes.

Le consommateur est globalement gagnant puisque cette évolution a une incidence directe à la baisse sur le montant des agios.

Le nombre total de comptes de crédit renouvelable ouverts et déclarés à fin avril 2012 par les prêteurs était de 37,1 millions d'unités. Le taux de comptes actifs <sup>9</sup> est de 45,5 %, soit un nombre de comptes de crédit renouvelable actifs de 16,9 millions d'unités.

Plus de 60 % des comptes ouverts sont utilisés avec une carte privative (prédominance des distributeurs au sens large), 20,9 % avec une carte bancaire débit/crédit et 12,5 % sans carte. Le nombre de cartes débit/crédit est en très forte augmentation (+ 36,4 %).

Le portefeuille de comptes de crédit renouvelable est globalement ancien. 52,8 % des comptes encore

ouverts à fin avril 2012 l'étaient depuis plus de 5 ans, et plus des deux tiers depuis plus de 3 ans.

Un an après l'entrée en vigueur de la LCC, il y a eu 6,8 millions de demandes d'ouverture de comptes de crédit renouvelable et 3,5 millions d'ouvertures effectives. Le taux d'ouverture moyen (ratio entre le nombre d'ouvertures effectives et le nombre de demandes d'ouvertures de compte de crédit renouvelable) est donc de 51,7 % pour notre échantillon.

Les montants moyens accordés post-LCC sont relativement faibles. 41,5 % (au lieu de 38,2 % en 2010) de ces montants sont inférieurs à 1 525 euros, et 22,5 % (au lieu de 27,5 % en 2010) supérieurs ou égaux à 3 000 euros.

L'analyse des utilisations distingue les premières utilisations de l'intégralité des utilisations. En règle générale, le montant de la première utilisation est très nettement supérieur à celui des utilisations moyennes. Les montants des utilisations sont

<sup>9</sup> Par comptes actifs, on entend les comptes de crédit renouvelable qui génèrent un remboursement de capital avec ou sans agios.



**T5** Tableau de bord du crédit affecté de notre échantillon en France

	2010	Post-LCC
Encours (en milliards d'euros)	16,5	16,1
<i>Nombre de contrats (en millions)</i>	3,7	3,5
<i>Montant moyen par contrat (en euros)</i>	4 450	4 621
<i>Taux d'intérêt moyen (en %)</i>	7,51	7,21
Nouvelle production (en milliards d'euros)	8,5	8,1
<i>Nombre de nouveaux contrats (en millions)</i>	2,5	2,2
<i>Montant moyen d'un nouveau contrat (en euros)</i>	3 384	3 780
Nouveaux contrats inférieurs ou égaux à 3 000 euros en nombre (en %)	71,5	69,4
Nouveaux financements automobile		
<i>En nombre (en %)</i>	25,6	26,7
<i>En montant (en %)</i>	67,5	66,7
Part de l'amélioration de l'habitat et des biens d'équipement du foyer en nombre (en %)	72,9	70,4

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling

relativement faibles en 2012, tout comme en 2007. Notons que 85 % des utilisations un an après l'entrée en vigueur de la LCC sont inférieures à 250 euros. Le pourcentage de premières utilisations supérieures ou égales à 3 000 euros n'est que de 2,1 %, contre 0,5 % pour l'ensemble des utilisations. Les premières utilisations sont souvent liées à des besoins de trésorerie ou à un achat conséquent lors de l'ouverture du compte de crédit renouvelable.

L'encours moyen à fin avril 2012 est de 2 362 euros pour les clients d'une banque et de 1 249 euros pour les clients d'un établissement de crédit spécialisé.

Outre les changements profonds liés à la LCC, un nouvel acteur devrait faire son entrée sur ce marché. Après une phase de test, La Banque Postale s'apprête à déployer une offre de crédit renouvelable bancaire sur l'ensemble du territoire au second semestre 2012. Cette offre vient en complément de sa gamme de crédits à la consommation actuellement distribuée à sa clientèle.

### 2.2.3 Le crédit affecté

Le crédit affecté est lié à l'achat de biens ou de prestations de services particuliers. Exclusivement distribué par les établissements de crédit spécialisés, c'est un produit qui joue un rôle important dans le soutien de l'économie. Il est fortement dépendant de l'activité et de la bonne santé de la distribution et du commerce. À tel point que les écarts de production d'un mois sur l'autre peuvent être imputables à la différence du nombre de jours ouvrés et du nombre de week-end dans un mois.

L'encours crédit affecté est en léger repli. Il est important dans les analyses de distinguer l'activité des magasins de celle des concessions automobiles. Les montants moyens d'achat et les fréquences d'achat sont différents (cf. chapitre 2.3.2).

### 2.2.4 La location avec option d'achat (LOA)

La LOA poursuit son développement. La production est en hausse de manière significative, ainsi que le montant moyen d'un dossier.

**T6** Tableau de bord de la LOA de notre échantillon en France

	2010	Post-LCC
Encours (en milliards d'euros)	5,3	5,2
<i>Nombre de contrats (en millions)</i>	0,39	0,38
<i>Montant moyen par contrat (en euros)</i>	13 621	13 696
Nouvelle production (en milliards d'euros)	1,8	2,0
<i>Nombre de nouveaux contrats (en milliers)</i>	101	110
<i>Montant moyen par contrat (en euros)</i>	17 455	18 553
Nouveaux contrats inférieurs ou égaux à 3 000 euros en nombre (en %)	0,82	0,58
Nouveaux financements automobile en nombre (en %)	96,15	96,13

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling

**T7 Formules N fois et opérations hors LCC souscrites post-LCC selon la durée et le montant de l'opération de crédit**

(en milliers)

Durée de l'opération de crédit	Montant		Total	Par du total en %
	Inférieur à 200 euros	Supérieur ou égal à 200 euros		
Durée inférieure ou égale à trois mois	515	1 014	1 529	34,2
Durée supérieure à trois mois	4	2 938	2 943	65,8
<b>Total</b>	<b>519</b>	<b>3 952</b>	<b>4 472</b>	
<b>Part du total en %</b>	<b>11,6</b>	<b>88,4</b>		<b>100</b>

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling (indice de représentativité – IR = 42 %)

Les sociétés de crédit « captives » de constructeurs automobiles l'ont beaucoup mis en avant dans les publicités, au même titre que la location longue durée (LLD) du fait de contraintes moins fortes que pour le crédit. La LCC n'a fait qu'accélérer sa progression qui était visible sur des faibles volumes depuis plusieurs années.

**2.2.5 Les formules N fois et les opérations de crédit hors LCC**

Les formules N fois et les opérations de crédit hors LCC se développent dans les magasins et sur Internet. La LCC, par transposition de la DCC, introduit deux critères d'exclusion de son champ d'application :

- le premier porte sur les montants ; sont ainsi exclus du champ de la LCC :

« c) les contrats de crédit dont le montant total du crédit est inférieur à 200 euros ou supérieur à 75 000 euros » ;

- le second porte sur les durées ; sont exclus du champ de la LCC :

« f) les contrats de crédit sans intérêt et sans autres frais et les contrats de crédit en vertu desquels le crédit doit être remboursé dans un délai ne dépassant pas trois mois, et pour lesquels ne sont requis que des frais négligeables ».

Ces formules peuvent être gratuites ou donner lieu à des frais négligeables<sup>10</sup>. Dans ce cas, les agios ne sont pas réglés par le consommateur-emprunteur. Elles peuvent aussi être payantes, c'est-à-dire que le consommateur-emprunteur rembourse, en plus du capital, des agios. Les durées usuelles<sup>11</sup> des formules gratuites sont de 3, 4, 5, 6, 10 et 12 mois. Celles des formules payantes sont du même ordre et peuvent aller jusqu'à 18, 20, 24 ou 36 mois.

L'avantage des opérations de crédit hors LCC pour le commerce et pour les établissements de crédit est d'éviter une lourdeur administrative (par exemple, la fiche d'information précontractuelle européenne normalisée – FIPEN, ou la fiche de dialogue) et la manipulation de documents contractuels volumineux pour des achats de faibles montants et/ou pour un paiement étalé sur une courte durée (3 mois maximum).

Deux tiers de ces formules en nombre et 80 % en montant entrent dans le champ d'application de la LCC (cf. cellule grise du tableau ci-dessous). Il n'est toutefois pas évident de déterminer la nature juridique du contrat sur les dépliants disponibles. Celle-ci n'est pas clairement apparente. Il peut s'agir soit d'une utilisation spéciale logée dans un crédit renouvelable, soit d'un crédit affecté soit encore d'une simple opération de crédit qui n'entre pas dans le champ d'application de la LCC. Il y a souvent une confusion avec les formules N fois gratuites logées dans un crédit renouvelable. Le consommateur peut avoir le sentiment qu'il a contracté un crédit classique alors qu'à la fin du remboursement de ce crédit celui-ci est toujours actif puisqu'il a ouvert en fait un crédit renouvelable. Toute nouvelle utilisation se fera à des conditions tarifaires souvent différentes de celles de la première utilisation et non « gratuites ». Le terme de « gratuit » peut laisser penser que toute utilisation se fera à taux zéro alors que seule la première utilisation en bénéficie.

Les offres hors LCC ont permis aux distributeurs et aux commerçants de maintenir ou d'éviter la baisse de leur chiffre d'affaires. Toutefois, elles sont moins rentables pour le prêteur. La question de leur développement et de leur pérennité se pose parce qu'elles remettent en cause le modèle économique des partenariats sous-jacents.

<sup>10</sup> La notion de frais négligeables devrait être précisée afin que tous les prêteurs aient la même définition.

<sup>11</sup> Ces informations sont extraites des dépliants et des sites Internet des enseignes visitées dans le cadre de cette étude.

**T8 Formules N fois et des opérations de crédit hors LCC souscrites par typologie**

(en milliers)

Type de formule	2010		Post-LCC	
	Nombre	Poids (en %)	Nombre	Poids (en %)
Formules N fois gratuites (a)	2 538	48,7	2 314	51,7
Formules N fois payantes (a)	958	18,4	625	14,0
Opérations de crédit hors LCC	1 719	32,9	1 534	34,3
<b>Total</b>	<b>5 214</b>	<b>100,0</b>	<b>4 472</b>	<b>100,0</b>

Type de crédit	2010		Post-LCC	
	Nombre	Poids (en %)	Nombre	Poids (en %)
Utilisations de crédit renouvelable	1 958	37,6	1 713	38,3
Souscriptions de crédit affecté	1 537	29,5	1 225	27,4
Opérations de crédit hors LCC	1 719	32,9	1 534	34,3
<b>Total</b>	<b>5 214</b>	<b>100,0</b>	<b>4 472</b>	<b>100,0</b>

(a) Utilisations de crédit renouvelable ou souscriptions de crédit affecté

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling (IR = 42%)

**2.3 LES ACTEURS**

**2.3.1 Les quatre grandes familles de prêteurs**

Nous distinguons quatre grandes familles de prêteurs : (I) les banques (réseaux mutualistes, banques commerciales), (II) les établissements de crédit spécialisés, (III) ceux qui sont liés à des entreprises du commerce et de la distribution, et (IV) ceux qui sont concentrés sur le financement automobile.

Les entreprises du commerce et de la distribution qui ont une activité significative ont créé une société commune avec un établissement de crédit spécialisé. Les autres ont passé des accords commerciaux de distribution avec ces mêmes acteurs.

Pour ce qui est des établissements de crédit concentrés sur le financement automobile, nous incluons les captives de constructeurs automobile et les établissements de crédit dédiés à cette activité.

**Les relations entre les banques et les établissements de crédit spécialisés**

Notons que les encours de crédit renouvelable de la Société générale sont portés et gérés par un établissement de crédit spécialisé, à savoir Sogéfinancement. Ceux du crédit renouvelable des Banques populaires et des Caisses d'épargne sont portés et gérés par Natixis Financement. En d'autres termes, les encours sont inscrits dans les bilans des établissements de crédit spécialisés et la banque assure la distribution des crédits concernés *via* son réseau commercial.

Les autres groupes bancaires portent leurs encours de crédit à la consommation dans leur bilan même s'ils en ont confié tout ou partie de la gestion à un établissement de crédit spécialisé. Il reste une exception, à savoir le groupe Crédit mutuel pour lequel les encours sont portés et gérés au sein de chaque fédération.

**Les banques accroissent leur poids**

L'encours des banques représente 56 % de l'encours total de notre échantillon à fin avril 2012. Il était

**T9 Encours et production de crédit à la consommation à fin avril 2012**

(en milliards d'euros)

Type d'établissement de crédit	Encours		Nouvelle production	
	Montant	Poids (en %)	Montant	Poids (en %)
Banques	60,3	54,5	23,5	46,1
Établissements de crédit spécialisés	24,5	22,1	12,2	23,8
Établissements de crédit spécialisés liés à un distributeur	7,0	6,3	7,0	13,7
Établissements de crédit spécialisés dans le financement automobile	18,9	17,1	8,4	16,4
<b>Total</b>	<b>110,7</b>	<b>100,0</b>	<b>51,1</b>	<b>100,0</b>

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling

**T10 Poids du lieu de vente pour notre échantillon**

(en %)

Type de crédit	Nombre		Montant	
	2010	Post-LCC	2010	Post-LCC
Poids total du lieu de vente sur la production de crédit à la consommation de notre échantillon	55,8	55,2	30,1	28,7
Part du crédit renouvelable	95,9	96,0	43,9	42,5
Part du crédit affecté	3,9	3,8	46,1	47,0
Part de la LOA	0,2	0,2	10,0	10,5

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling

de 54,3 % à fin 2010. Il progresse pourtant très faiblement sur cette période (+ 180 millions d'euros). Les banques sont très présentes sur le prêt personnel (83 % de l'encours de prêt personnel) et beaucoup moins sur le crédit renouvelable (26 % de l'encours de crédit renouvelable) même si elles gagnent des parts de marché parce que leur baisse d'activité est moins brutale que celle des établissements de crédit spécialisés. Ces derniers cèdent du terrain malgré un rééquilibrage de leur production en faveur du crédit affecté et du prêt personnel.

**2.3.2 Le rôle du commerce et de la distribution**

Plus d'un crédit sur deux en nombre est produit sur le lieu de vente. En montant, le lieu de vente pèse près de 30 % de la production de nouveaux crédits à la consommation.

Si le crédit renouvelable est majoritaire en nombre, notamment du fait des utilisations de faibles montants, les crédits affectés représentent près de la moitié de la production de nouveaux crédits sur le lieu de vente en montant.

Le lieu de vente *via* les entreprises du commerce et de la distribution est à l'origine de 62,8 % des comptes de crédit renouvelable ouverts en 2010 et de 60 % post-LCC. Viennent ensuite l'agence bancaire avec 34,2 % des ouvertures post-LCC (31,4 % en 2010), puis Internet avec 2,9 % des ouvertures post-LCC (2,2 % en 2010) et le courrier et le téléphone avec 2,4 % des ouvertures post-LCC (2,7 % en 2010).

57 % des utilisations de crédit renouvelable sont réalisées sur le lieu de vente post-LCC, 19,4 % à distance

et 14,6 % par guichets ou distributeurs bancaires. Le recours à ces derniers est en augmentation pour les banques et en baisse pour les établissements de crédit spécialisés en nombre et en montant.

Les distributeurs et les établissements de crédit partenaires rencontrés ont mis en avant **le lien très étroit entre le crédit renouvelable ou le crédit affecté et leurs chiffres d'affaires**. Selon les données communiquées sur 55 enseignes différentes, les taux de recours à crédit (TRC) peuvent aller :

- jusqu'à 23 % pour l'équipement de la maison ou l'amélioration de l'habitat ;
- jusqu'à 30 % pour l'équipement de la personne ;
- jusqu'à 8 % pour les hypermarchés/supermarchés.

Des secteurs d'activité comme la vente par correspondance (VPC) ou l'ameublement sont très fortement dépendants du crédit à la consommation même si les montants d'achat en question ne sont pas du même ordre de grandeur. Les acteurs de la VPC ont vu leur chiffre d'affaires baisser dès le mois de mai 2011 du fait d'une plus grande lourdeur administrative dans les processus de traitement à distance (téléphone, Internet) des dossiers de crédit.

Le tableau ci-dessous met en avant les fréquences d'achat des clients qui ont recours au crédit à la consommation et le montant moyen du panier d'achat.

Ce tableau montre que le crédit renouvelable trouve toute sa place sur le lieu de vente quand il y a une récurrence d'achat sur de petits montants.

**T11 Comportement des clients ayant recours au crédit dans des enseignes de la distribution**

Type de distribution	Fréquence d'achat	Panier moyen	Achat annuel
Équipement de la personne	entre 4 et 6 fois par an	entre 80 et 150 euros	entre 300 et 800 euros
Équipement de la maison	de 2 jusqu'à 8 fois par an	entre 120 et 700 euros	entre 500 et 1 200 euros
High-tech	entre 2 et 4 fois par an	environ 250 euros	entre 500 et 1 000 euros
e-commerce	environ 2 fois par an	entre 200 et 800 euros	entre 400 et 1 600 euros

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling



### **3. Un premier bilan de la loi portant réforme du crédit à la consommation**



Ce chapitre reprend toutes les mesures mises en avant dans le communiqué de presse du 29 avril 2011<sup>12</sup>. Chaque mesure fait l'objet d'une étude d'impact. Celles qui sont hors périmètre de l'étude sont précisées au fil de l'eau.

### 3.1 OBJECTIF N° 1 : EMPÊCHER LES UTILISATEURS DE CARTES DE FIDÉLITÉ D'ENTRER EN CRÉDIT MALGRÉ EUX

#### 3.1.1 L'obligation d'une fonction « paiement au comptant » pour les cartes de fidélité associées à un crédit renouvelable

*Art. L. 311-17. – Lorsque le crédit renouvelable mentionné à l'article L. 311-16 est assorti de l'usage d'une carte ouvrant droit à des avantages commerciaux et promotionnels, le bénéfice de ces avantages ne peut être subordonné à l'utilisation à crédit de la carte. Dans ce cas, le prêteur ou l'intermédiaire de crédit a l'obligation de proposer au consommateur la possibilité de payer au comptant avec cette carte. L'utilisation du crédit résulte de l'accord exprès du consommateur exprimé lors du paiement avec la carte ou dans un délai raisonnable, à réception de l'état actualisé de l'exécution du contrat de crédit prévu à l'article L. 311-26.*

*Art. L. 311-17-1. – Lorsqu'une carte de paiement émise par un établissement de crédit est associée à la fois à un compte de dépôt et à un crédit renouvelable, l'utilisation du crédit doit résulter de l'accord exprès du consommateur exprimé lors du paiement avec la carte ou dans un délai raisonnable, à réception de l'état actualisé de l'exécution du contrat de crédit prévu à l'article L. 311-26.*

Les prêteurs ont l'obligation pour les cartes de fidélité<sup>13</sup> auxquelles une fonction crédit est attachée de prévoir une fonction paiement au comptant. Par défaut, la fonction paiement au comptant de la carte de fidélité est activée. L'activation de la fonction crédit de la carte n'est plus possible « par défaut », sans l'accord exprès du consommateur. De même, le paiement au comptant par défaut devient la règle pour toutes les cartes de paiement qui sont associées à un crédit renouvelable.

#### Premier constat : une chute des transactions à crédit

Le nombre de transactions à crédit est en très fort recul. Sur l'ensemble des transactions recensées par notre échantillon, le poids des transactions à crédit est passé de 9,4 % en 2010 à 6,3 % post-LCC, soit une baisse de 33 % de ce taux. Cette baisse est encore plus spectaculaire si l'on compare ce taux de 6,3 % à celui de 2007 qui était de 22 %. Le constat est le même quand on s'intéresse aux montants des transactions à crédit : ils représentaient 30,2 % en 2010 des montants totaux d'achats et 24,3 % post-LCC. Pour mémoire, ce taux était de 44,5 % en 2007.

Cette baisse s'explique en grande partie par la mise en place de la fonction de paiement au comptant par défaut sur les cartes des distributeurs. Pour certains distributeurs interrogés dans le cadre de cette étude, la part des paiements à crédit a chuté en passant, dans un premier temps, de 20 % avant la LCC à moins de 5 % après l'entrée en vigueur de la LCC.

Notons que les transactions sur le lieu de vente représentent 60 % des transactions recensées par notre échantillon. Les montants unitaires des transactions à crédit sont entre quatre et cinq fois plus élevés que ceux au comptant ou à débit différé. Ils sont en moyenne de 240 euros contre 62 euros pour les transactions au comptant. Les dépenses moyennes d'achat d'un client ayant recours au crédit sont nettement plus importantes et plus récurrentes que celle d'un client n'ayant pas recours au crédit.

Les prêteurs et les enseignes partenaires ont souligné que ces clients ont un taux de risque inférieur à la moyenne de leur portefeuille de comptes de crédit renouvelable.

#### Deuxième constat : une augmentation des achats débités sur les comptes bancaires

La contrepartie de cette baisse du nombre et des montants des transactions à crédit est une hausse des achats directement débités sur les comptes bancaires des clients. Le paiement à crédit lisse une charge de remboursement dans le temps tandis que le paiement comptant ou à débit différé vient imputer cette dépense en une fois sur le compte bancaire du client. Le montant total du surplus des opérations débitées sur les comptes bancaires serait de l'ordre de 1,2 milliard d'euros. Il est impossible de savoir à ce stade comment ce montant a été financé par les clients : sommes disponibles sur le compte dépôt, prélèvement sur l'épargne ou recours au découvert, etc.

<sup>12</sup> Les encadrés sur fond bleu sont des extraits de ce communiqué de presse.

<sup>13</sup> Le terme de carte de fidélité est maintenu dans ce chapitre, même s'il peut recouvrir des notions différentes d'une enseigne à l'autre.

### Troisième constat : des approches différentes d'une enseigne de la distribution à l'autre en matière de politique de fidélisation de la clientèle

Sur 36 enseignes étudiées, 10 ne possèdent pas de programme de fidélité. Sur les 26 restantes, la moitié ont une carte de fidélité qui n'offre pas de fonction crédit.

Rappelons qu'il existe au sein d'une même enseigne des cartes de fidélité avec crédit et des cartes de fidélité sans crédit. Selon les enseignes, il y a 5 à 7 fois plus de cartes de fidélité sans crédit que de cartes de fidélité avec crédit.

Les questions autour des cartes de fidélité avec une fonction crédit cristallisent les débats en 2012. Des propositions de mesures complémentaires de la LCC sur ces cartes ont été émises par des parlementaires ou des associations de consommateurs. Pourtant le terme « fidélité » n'est pas utilisé dans la LCC où il est question d'avantages commerciaux et promotionnels. Ce terme est en revanche employé dans les supports de présentation du contenu de la loi. Il est aussi repris dans les débats parlementaires qui ont conduit à l'élaboration de la loi, dans les différents rapports publiés depuis et dans des enquêtes réalisées début 2012 par des associations de consommateurs.

Mais, nous avons noté que, pour les interlocuteurs rencontrés, le terme de cartes de fidélité pouvait recouvrir des réalités différentes sur le contenu de la récompense accordée au consommateur et par voie de conséquence sur le champ d'application de la LCC. Cette récompense peut donner lieu à un avantage commercial et promotionnel, mais pas toujours. À titre d'exemple, il arrive que les commerçants et les distributeurs offrent des services à leurs clients dans le cadre de leur programme de fidélité comme l'accès prioritaire aux caisses (coupe-file), la livraison gratuite à domicile, des invitations à des avant-premières, etc. Ces services ne devraient pas être considérés comme des avantages commerciaux ou promotionnels. Dans ce cas de figure, les cartes de crédit avec uniquement ces services seraient donc exclues du champ d'application de la LCC ?

#### 3.1.2 La publicité pour des avantages commerciaux associés à des cartes de fidélité

Hors champ de cette étude.

*Art. L. 311-17. – [...] La publicité portant sur les avantages commerciaux et promotionnels ouverts par la carte mentionnée au premier alinéa du présent article indique à l'emprunteur les modalités selon lesquelles cette carte offre la possibilité de payer au comptant ou à crédit et l'informe des modalités d'utilisation du crédit. [...]*

**La publicité pour des avantages commerciaux associés à des cartes de fidélité doit obligatoirement faire apparaître si un crédit est associé à la carte.**

#### 3.1.3 L'interdiction de conditionner les avantages commerciaux à l'utilisation à crédit des cartes de fidélité

Hors champ de cette étude

*Art. L. 311-17. – Lorsque le crédit renouvelable mentionné à l'article L. 311-16 est assorti de l'usage d'une carte ouvrant droit à des avantages commerciaux et promotionnels, le bénéfice de ces avantages ne peut être subordonné à l'utilisation à crédit de la carte. [...]*

Les prêteurs n'ont plus le droit de conditionner les avantages commerciaux à l'utilisation à crédit des cartes de fidélité. Un client réglant au comptant ses achats bénéficie du programme de fidélité. La bonne application de cette nouvelle règle a été confirmée lors des entretiens.

### 3.2 OBJECTIF N° 2 : DONNER LE CHOIX AUX CONSOMMATEURS ENTRE LE CRÉDIT CLASSIQUE ET LE CRÉDIT RENOUVELABLE (DÉVELOPPER LE CRÉDIT CLASSIQUE)

#### 3.2.1 L'offre alternative à partir de 1 000 euros

*Art. L. 311-8-1. – Lorsqu'un prêteur ou un intermédiaire de crédit propose au consommateur, sur le lieu de vente ou par un moyen de vente à distance, un contrat de crédit pour financer l'achat de biens ou de prestations de services particuliers pour un montant supérieur à un seuil fixé par décret, le consommateur doit disposer de la possibilité de conclure un contrat de crédit amortissable à la place d'un contrat de crédit renouvelable.*



Cette disposition a pour objectif de donner la possibilité aux consommateurs d'avoir recours au crédit amortissable à la place du crédit renouvelable pour financer l'achat de biens ou de prestations de services particuliers. Le législateur estimait le plus souvent que seul le crédit renouvelable était proposé alors que le consommateur pouvait avoir accès à d'autres formes de financement.

Contrairement à un sentiment très largement répandu chez les consommateurs et chez les parlementaires, le crédit amortissable est bien distribué sur le lieu de vente. Il l'est sous la forme de crédit affecté ou de formules hors LCC (par exemple, paiement en 3 fois gratuit ou payant). En revanche, le prêt personnel n'est pas présent sur le lieu de vente ; les clients des enseignes peuvent en souscrire à la suite d'opérations de *marketing* direct après le premier achat.

#### T12 Répartition des financements à plus de 1 000 euros sur le lieu de vente entre le crédit renouvelable et le crédit affecté

(en nombre post-LCC)

Type de lieu de vente	Crédit renouvelable a)	Crédit affecté	Total
Magasin	270 000	170 000	440 000 (35,1 %)
Concession automobile		821 000	821 000 (64,9 %)
<b>Total</b>	<b>270 000 (21,6 %)</b>	<b>982 000 (78,4 %)</b>	<b>1 252 000 (100 %)</b>

(a) Il s'agit des premières utilisations de crédit renouvelable à plus de 1 000 euros en magasin.

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling (IR = 79 %)

#### Le cas des magasins

L'arbitrage entre crédit renouvelable et crédit affecté s'opère dans les magasins lors de la contractualisation du financement. C'est pourquoi il nous semble opportun d'analyser les premières utilisations et les nouveaux contrats de crédit affecté souscrits en magasin.

Les données d'activité ont pu être reconstituées à partir des données des établissements de crédit dans lesquels un distributeur a une participation capitalistique et à partir des données d'activité pour compte propre en magasin des établissements de crédit spécialisés comme BNP Paribas Personal Finance France (marque Cetelem) ou Crédit Agricole Consumer Finance (marques Sofinco ou Finaref).

D'après les chiffres communiqués par les établissements de crédit de notre échantillon, il y a près de 20 millions d'achats à crédit dans les magasins. 440 000 de ces achats sont d'un montant supérieur à 1 000 euros. 60 % sont financés à crédit *via* une première utilisation d'un compte de crédit renouvelable et 40 % par la souscription d'un crédit affecté qui est un crédit dit « classique ».

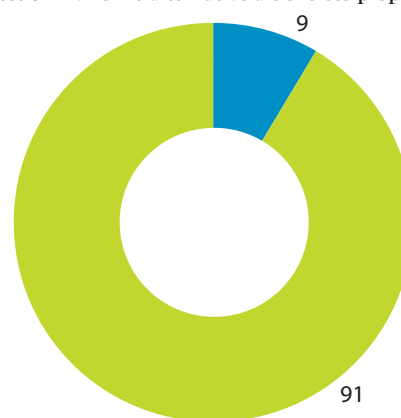
Nous n'avons pas perçu de transfert d'un type de crédit vers l'autre. Toutefois, les établissements de crédit partenaires des enseignes du commerce et de la distribution interrogés ont tous confirmé que les magasins disposaient d'une offre de crédit affecté pour des achats supérieurs à 1 000 euros.

Par ailleurs, nous avons mené une étude qualitative sur le mois de juin 2012 afin de mieux percevoir comment l'offre alternative était mise en avant dans les magasins. 38 enseignes ont été contactées.

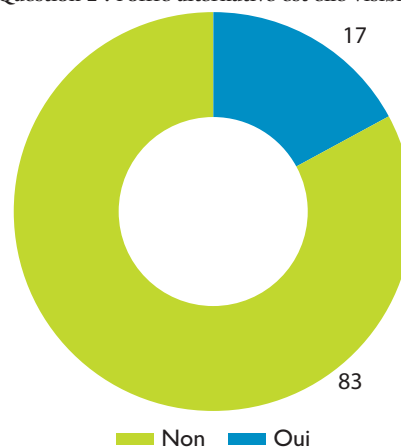
#### G2 Disponibilité de l'offre alternative à partir de 1 000 euros dans les magasins

(en %)

Question 1 : L'offre alternative a-t-elle été proposée ?



Question 2 : L'offre alternative est-elle visible ?



■ Non ■ Oui

Source : Analyses Athling auprès de 30 enseignes

Cette étude a donné lieu à 45 visites. Il en ressort que l'offre alternative est très peu abordée. Elle n'a été évoquée que dans 9 % des cas et n'est visible que dans 17 % des cas.

Des associations de consommateurs considèrent qu'une offre alternative doit être proposée sur le lieu de vente. Ce que réfutent les prêteurs et les distributeurs qui s'en tiennent à la lettre de l'article L. 311-8-1 qui indique que le consommateur « doit disposer de la possibilité de conclure un contrat de crédit amortissable [...] ».

L'autre question qui peut se poser à propos de cette mesure est de savoir combien de consommateurs-emprunteurs connaissent l'existence de cette alternative obligatoire, et plus largement combien de consommateurs connaissent les nouvelles dispositions de la LCC.

### Le cas d'Internet

Dans bon nombre de cas sur les sites Internet des établissements de crédit spécialisés, il est demandé aux consommateurs l'objet du financement pour effectuer une simulation. Des associations de consommateurs considèrent dans ce cas de figure qu'une offre alternative doit aussi être proposée si le montant est supérieur à 1 000 euros. Ce que réfutent les prêteurs. Le principal intérêt de cette information pour le prêteur est de pouvoir proposer un taux adapté.

Un éclaircissement sur la transposition de cette mesure est nécessaire.

### 3.2.2 La rémunération des vendeurs

Hors champ de cette étude.

*Art. L. 313-11. – Tout vendeur personne physique, salarié ou non d'un organisme bancaire ou de crédit, ne peut, en aucun cas, être rémunéré en fonction du taux du crédit ou du type de crédit qu'il a fait contracter à l'acheteur d'un bien mobilier ou immobilier.*

**Il est désormais interdit de donner des primes plus élevées à un vendeur qui place un crédit renouvelable plutôt qu'un crédit classique.**

### 3.2.3 La réforme des taux d'usure

*Art. L. 313-3. du Code de la consommation*

*Arrêté du 22 mars 2011 portant mesures transitoires pour la détermination des taux de l'usure pour les prêts n'entrant pas dans le champ d'application des articles L. 312-1 à L. 312-3 du Code de la consommation. (Journal officiel du 23 mars 2011)*

*Arrêté du 22 mars 2011 fixant les montants qui définissent les catégories de prêts servant de base à l'application du régime de l'usure. (Journal officiel du 23 mars 2011)*

Les taux maximum autorisés pour les crédits classiques et les crédits renouvelables de même montant vont s'égaliser par tranche de montant.

### La convergence des taux d'usure est en cours et s'achèvera le 31 mars 2013

L'écart entre les taux d'usure du crédit renouvelable et du prêt personnel pour les tranches de montant supérieures à 1 524 euros est passé de **11,90 points à 2,84 points, soit une convergence de 9,06 points**. Les évolutions les plus significatives concernent (i) la baisse de 5,6 points du taux d'usure du crédit renouvelable pour des montants supérieurs à 6 000 euros et (ii) la hausse de 8,50 points du taux d'usure du prêt personnel pour la tranche 1 524 – 3 000 euros (cf. graphique 3).

Cette réforme a une double incidence pour les prêteurs :

- elle les force à repositionner les financements pour chaque tranche de montant ;
- elle impacte lourdement la rentabilité du crédit renouvelable, poussant les prêteurs à repenser leur modèle économique.

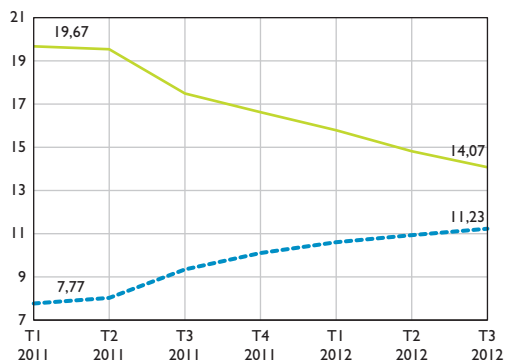
### Le repositionnement des types de crédit à la consommation

Pour le crédit renouvelable, les chiffres communiqués par les prêteurs montrent un poids nettement plus faible en nombre des nouvelles opérations dont le capital consenti est supérieur à 3 000 euros : 22,5 % post-LCC contre 27,5 % en 2010 qui correspond à **un recul de 18,3 %**. Ce déplacement est plus marqué pour les spécialisés (- 25,9 %). Dans le même temps le montant moyen consenti passait de 3 290 euros à 2 940 euros

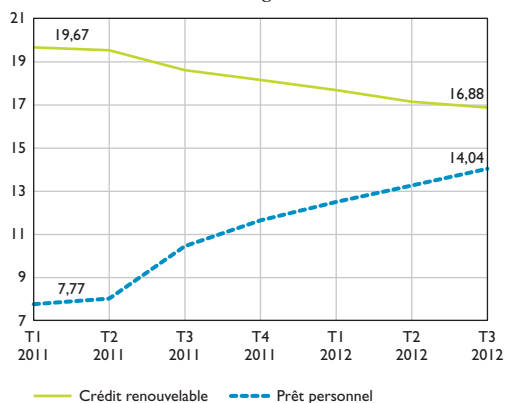
**G3 Courbe de convergence des taux d'usure**

(en %)

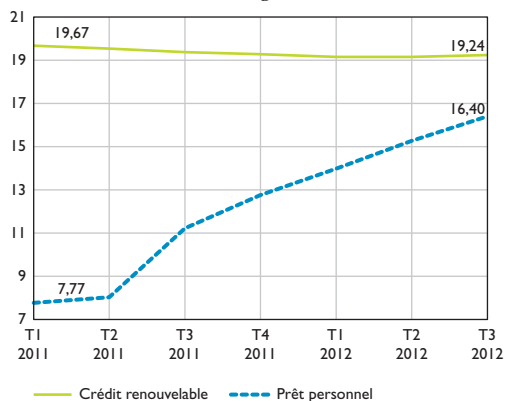
a) Courbes de convergence pour les montants supérieurs à 6 000 euros



b) Courbes de convergence pour les montants supérieurs à 3 000 euros et inférieurs ou égaux à 6 000 euros



c) Courbes de convergence pour les montants supérieurs à 1 524 euros et inférieurs ou égaux à 3 000 euros



Sources : Banque de France, analyses Athling

soit une diminution de 10,4 %. L'objectif de cantonner les crédits renouvelables sur des montants plus faibles est largement atteint. Les montants moyens consentis devraient continuer de baisser sous l'effet des règles dites de Bâle III qui demandent de prendre en compte, pour les crédits renouvelables, le capital consenti et non

plus l'encours, freinant ainsi les politiques d'ouvertures sur des montants non utilisés et les politiques de déplafonnement.

Dans le même temps, le prêt personnel s'ouvre progressivement sur des tranches de montant plus faibles. Si l'on reste sur le périmètre identique avant LCC (jusqu'à 21 500 euros), le poids en nombre des opérations inférieures ou égales à 3 000 euros passe de 23,9 % en 2010 à 25,3 %, **soit une augmentation de leur part relative de 5,9 %**. L'examen de l'offre commerciale proposée par les prêteurs confirme cette tendance. Les offres, même si elles sont peu nombreuses, sont proposées pour des montants allant jusqu'à 75 000 euros alors qu'avant le cœur de l'offre était compris entre 10 000 et 21 500 euros. Le consommateur bénéficie maintenant d'une protection accrue pour des montants financés élevés.

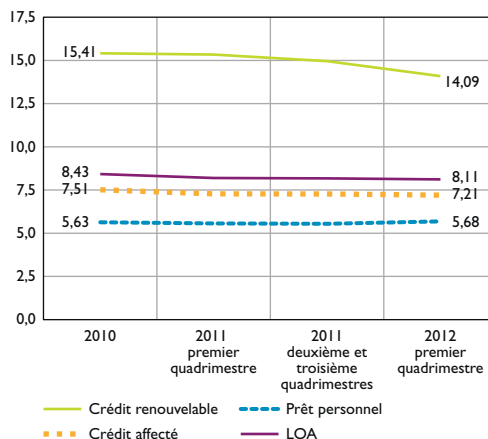
Les prêteurs ont aujourd'hui très peu profité de la hausse des taux d'usure des prêts personnels. En effet, en pratique, au moins à ce stade et pour des raisons liées à une forte concurrence, la baisse des taux du crédit renouvelable ne s'est pas accompagnée d'une hausse des taux des prêts amortissables (cf. graphique 4).

**La forte baisse de rentabilité des opérations de crédit renouvelable pour les établissements de crédit**

La baisse des taux d'usure du crédit renouvelable a non seulement un effet sur la rentabilité de la nouvelle production engrangée, mais aussi sur celle

**G4 Taux « facturés » aux clients**

(en %)



Sources : Établissements de crédit, analyses Athling (indice de représentativité = crédit renouvelable : 100 % ; prêt personnel : 100 % ; crédit affecté : 100 % ; LOA : 84 %)

du portefeuille de comptes actifs, et notamment ceux dont l'encours dépasse 6 000 euros. Elle commence à infléchir le taux d'intérêt moyen des encours qui passe de 15,4 % à 14,1 % soit - 1,3 point. Il était de 15,6 % en 2007. Les taux moyens pour le prêt personnel et pour le crédit affecté restent au même niveau, soit respectivement de 5,7 % et de 7,2 %.

Cette réforme des taux d'usure pèserait sur le produit net bancaire (PNB) des prêteurs à hauteur au total **de plus d'un milliard d'euros**. Cette baisse de revenus s'étale sur les exercices 2011 à 2014. Elle représente 74 % des impacts financiers de la LCC, soit le plus gros poste.

La question est de savoir si les taux d'usure seront stables après leur égalisation par tranche de montant ou si leur évolution à la hausse ou à la baisse va continuer, et quelles pourraient être les conséquences sur le marché du crédit à la consommation. Dans la mesure où la part de crédit renouvelable ne cesse de se réduire, son « influence » sur les taux d'usure sera moindre. Ce qui pourrait entretenir le phénomène de baisse des taux d'usure qui lui-même amplifierait l'effet d'éviction du crédit renouvelable jusqu'à l'arrêt de la distribution de crédit renouvelable. Ce scénario catastrophe aurait des conséquences néfastes tant sur l'activité de la distribution et du commerce que sur les effectifs des établissements de crédit spécialisés et sur l'accès au crédit.

### 3.3 OBJECTIF N° 3 : ACCÉLÉRER LE REMBOURSEMENT DES CRÉDITS RENOUVELABLES POUR RÉDUIRE LEUR COÛT POUR LE CONSOMMATEUR

#### 3.3.1 L'amortissement minimum

*Art. L. 311-16. – [...] Dans ce cas, le contrat de crédit prévoit que chaque échéance comprend un remboursement minimal du capital emprunté, qui varie selon le montant total du crédit consenti et dont les modalités sont définies par décret. [...]*

Chaque échéance de crédit renouvelable comprend désormais obligatoirement un amortissement minimum du capital restant dû. Ceci garantit un rythme de remboursement de 36 mois au maximum si le crédit a un capital consenti d'au plus 3 000 euros, et de 60 mois au-delà de ce seuil.

Cette mesure s'applique également aux comptes de crédit renouvelable ouverts avant le 1<sup>er</sup> mai 2011. La loi a prévu une période de transition jusqu'au 1<sup>er</sup> mai 2014, date à laquelle tout le portefeuille devrait avoir été « converti » pour respecter les durées maximales d'amortissement. Ce point est abordé dans le chapitre 3.6 de ce rapport.

#### Une mesure à effet immédiat sur les nouvelles ouvertures de comptes de crédit renouvelable

Les premières utilisations de comptes de crédit renouvelable nouvellement ouverts contiennent depuis le 1<sup>er</sup> mai 2011 une part de capital minimum pour respecter la durée de remboursement maximum.

Le premier constat est que les durées moyennes des premières utilisations post-LCC sont en très nette baisse : 24,7 mois (**soit - 3,3 mois par rapport à 2010**) pour des utilisations inférieures ou égales à 3 000 euros et 42,1 mois (**soit - 6,7 mois par rapport à 2010**) pour des utilisations supérieures à 3 000 euros.

#### T13 Durée moyenne de la première utilisation de crédit renouvelable

(en mois)

Tranches de montant	Durée moyenne de la première utilisation		
	en 2010	Post-LCC	Évolution
Pour des montants inférieurs ou égaux à 3 000 euros			
<i>Les banques</i>	34,3	32,0	- 2,3 (- 6,2 %)
<i>Les établissements de crédit spécialisés</i>	21,5	17,3	- 4,2 (- 19,4 %)
Pour des montants supérieurs à 3 000 euros			
<i>Les banques</i>	50,3	50,9	+ 0,6 (+ 1,5 %)
<i>Les établissements de crédit spécialisés</i>	47,5	33,3	- 14,2 (- 29,7 %)

Source : Analyses Athling (IR = 36 %)

Ce constat est corroboré par la comparaison entre les simulations réalisées dans les mêmes conditions pour un financement pivot de 3 000 euros. Nous nous appuyons sur les résultats de l'Observatoire de la LCC que nous avons mis en place au mois de juin 2011. Ces simulations ont été actualisées tous les trimestres depuis juillet 2011 à partir des tarifications extraites des sites Internet de treize prêteurs (hors assurance emprunteur). Nous avons volontairement choisi en 2008 un montant de financement élevé afin que les simulations mettent en évidence l'impact du mode de dégressivité retenu (tranches d'encours, taux de dégressivité indiqué en pourcentage d'encours) sur

la durée totale de remboursement et sur le coût total des agios.

Deux conséquences majeures sont observées pour le cas d'une utilisation d'un crédit renouvelable de 3 000 euros :

- la durée moyenne de remboursement passe **de 78 à 31 mois**. On observe également un resserrement **très net** de la durée de remboursement entre les différentes offres : le rapport entre la durée de remboursement la plus longue et la plus courte passe ainsi de 5,7 en 2008 à 1,6 en juillet 2011 ;

- pour un même crédit, le coût moyen pour le consommateur (intérêts payés) est **divisé par 2,5** entre 2008 et 2011. Il représentait **1 501 euros en moyenne en 2008 contre 601 euros en moyenne en juillet 2011**. Outre le raccourcissement de la durée de remboursement, cette économie pour le consommateur est aussi le résultat d'une baisse de la tarification : les taux pratiqués passent **de 18,8 % en moyenne en 2008 à 15,4 % en moyenne en juillet 2011** (- 18 %). Du fait de la combinaison de ces deux facteurs, la nouvelle production générera *ipso facto* moins de revenus pour les prêteurs dans des proportions très significatives. Si l'on ajoute à cela le ralentissement de la politique globale de déplafonnement qui vise à augmenter le montant de capital consenti (cf. tableau de bord du crédit renouvelable du chapitre 2.2.2), c'est la politique globale d'ouverture de comptes de crédit renouvelable qui est remise en cause.

Cette mesure a conduit aussi à resserrer l'offre de crédit renouvelable. Les offres des établissements spécialisés sont désormais proches de celles des banques. La droite en pointillés rouge du graphique 5 qui lissait les coûts des offres commerciales étudiées en 2008 (du plus faible montant au plus élevé) s'est fortement aplanie en juillet 2011 (cf. droite pleine rouge). Le ratio entre le coût maximum et le coût minimum est passé de 3,6 à 2,6. La droite pleine rouge continue de s'aplanir sous l'effet de la baisse progressive des taux d'usure pour le crédit renouvelable.

### Les utilisations successives sont aussi impactées positivement pour l'emprunteur

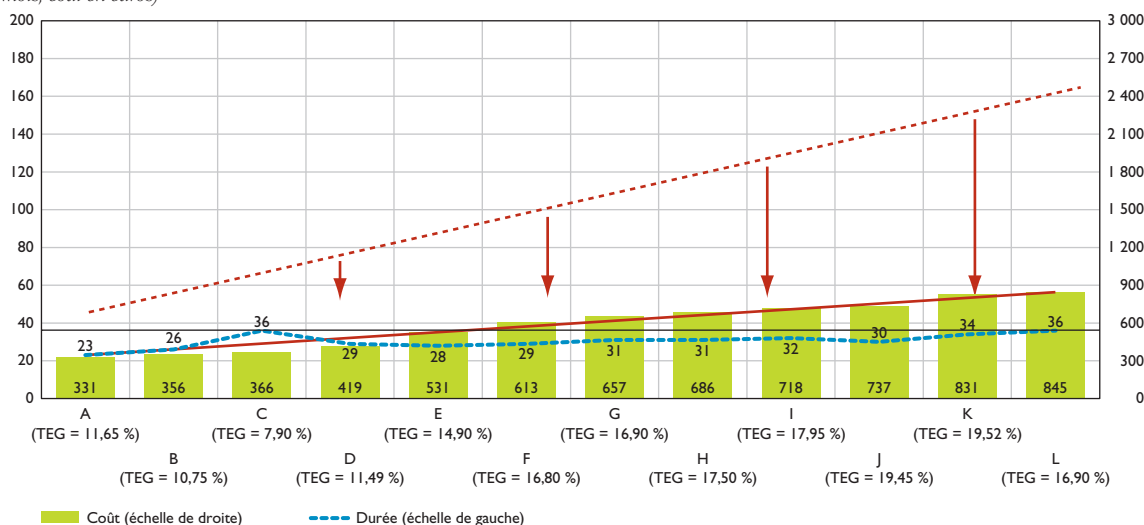
La réforme a aussi un effet positif sur le plan économique pour les emprunteurs lorsqu'ils effectuent plusieurs utilisations. Des prêteurs ont communiqué dans le cadre de ce rapport des résultats de chroniques d'achat en magasin sur la base de deux cas concrets qui leur avaient été soumis :

- cas 1 : une succession de petits achats (cas de la VPC par exemple) ;
- cas 2 : une succession d'achats plus importants (cas de la distribution spécialisée ou des grands magasins).

Pour pouvoir mesurer l'effet des nouvelles règles de remboursement des crédits renouvelables, les dégressivités prises en compte sont celles pratiquées avant et après l'entrée en vigueur de la LCC. Les TAEG

### G5 Simulations des agios/durées de remboursement pour un financement de 3 000 euros pour 13 prêteurs (juillet 2011)

(durée en mois, coût en euros)



Note : La droite en pointillé rouge relie les coûts des offres commerciales étudiées en 2008 et la droite rouge ceux des offres commerciales étudiées en juillet 2011. Sources : Analyses Athling

**T14 Études de cas pour des utilisations successives de comptes de crédit renouvelable**

(en euros)

Cas étudiés	Avant LCC		Après LCC	
	Durée	Coût	Durée	Coût
<b>Cas 1 : succession de petits achats</b>				
Établissement 1 : 300 euros puis, 3 mois plus tard, 150 euros	21 mois	64,82	21 mois	64,82
Établissement 2 : 200 euros puis, 6 mois plus tard, 200 euros puis, 2 mois plus tard, 200 euros	13 mois	26,08	10 mois	18,40
<b>Cas 2 : succession d'achats plus importants</b>				
Établissement 1 : 1 200 euros puis, 3 mois plus tard, 800 euros	66 mois	786,71	38 mois	578,48
Établissement 2 : 1 500 euros puis, 6 mois plus tard, 500 euros puis, 12 mois plus tard, 500 euros	50 mois	851,75	30 mois	429,19

Source : Établissements de crédit

utilisés par les prêteurs sont volontairement les mêmes pour les deux périodes afin de neutraliser l'effet taux dans les calculs et de faire ressortir les modifications constatées suite aux changements de dégressivité.

Dans le premier cas d'étude, les conséquences sont limitées mais réelles sur le coût des agios pour l'emprunteur. La réduction du coût des agios devrait encore se poursuivre si les taux d'usure continuent de baisser pour le crédit renouvelable. Dans le deuxième cas d'étude, le gain pour le consommateur est plus significatif tant sur le coût des agios que sur la durée de remboursement. Les durées de remboursement sont nettement plus faibles post-LCC.

Ces deux cas d'étude montrent bien que cette mesure impacte aussi les utilisations successives des comptes de crédit renouvelable.

Enfin, des observateurs avaient prédit une reconstitution plus rapide du disponible et une utilisation plus importante du crédit renouvelable. Il n'en est rien aujourd'hui. L'emprunteur recourt au crédit selon son projet et les arbitrages qu'il peut avoir à faire.

**3.3.2 Le relevé de compte**

Art. L. 311-26.- [...] sont ajoutés deux alinéas ainsi rédigés :

– l'estimation du nombre de mensualités restant dues pour parvenir au remboursement intégral du montant effectivement emprunté, établie en fonction des conditions de remboursement convenues.

Ces informations figurent obligatoirement, en caractères lisibles, sur la première page du document adressé à l'emprunteur.

L'emprunteur est informé chaque mois, dans son relevé, de la durée estimée que prendra le remboursement de son crédit renouvelable.

Les deux alinéas ajoutés par la LCC sont respectés dans l'ensemble. Sur les seize relevés mensuels étudiés, quinze (soit 94 %) indiquent le nombre de mensualités restantes, et quatorze le font sur la première page du relevé de compte.

La question de la lisibilité de ces relevés se pose toujours. Ils sont globalement denses du fait du nombre d'informations qu'il est devenu obligatoire d'y faire figurer. Ce document devrait indiquer sa durée de conservation. Le recto de ce document obligatoire devrait être standardisé. Il devrait donner les dates clés à venir sur les études de solvabilité ou sur les dates d'anniversaire.

**3.3.3 L'information annuelle de l'emprunteur**

Hors champ de cette étude.

Art. L. 311-25-1. – Pour les opérations de crédit visées au présent chapitre, à l'exclusion de la location-vente et de la location avec option d'achat, le prêteur est tenu, au moins une fois par an, de porter à la connaissance de l'emprunteur le montant du capital restant à rembourser. Cette information figure, en caractères lisibles, sur la première page du document adressé à l'emprunteur.

L'emprunteur est informé au moins une fois par an du montant du capital restant à rembourser, pour tous les crédits à la consommation.

### 3.4 OBJECTIF N° 4 : PRÉVOIR DES SÉCURITÉS POUR LE CONSOMMATEUR À L'ENTRÉE EN CRÉDIT

#### 3.4.1 Les études de solvabilité et la consultation du FICP

*Art. L. 311-9. – Avant de conclure le contrat de crédit, le prêteur vérifie la solvabilité de l'emprunteur à partir d'un nombre suffisant d'informations, y compris des informations fournies par ce dernier à la demande du prêteur. Le prêteur consulte le fichier prévu à l'article L. 333-4, dans les conditions prévues par l'arrêté mentionné à l'article L. 333-5. [...]*

*Art. L. 311-16.- [...] Avant de proposer à l'emprunteur de reconduire le contrat, le prêteur consulte tous les ans le fichier prévu à l'article L. 333-4, dans les conditions prévues par l'arrêté mentionné à l'article L. 333-5, et, tous les trois ans, il vérifie la solvabilité de l'emprunteur dans les conditions fixées à l'article L. 311-9. [...]*

Les prêteurs ont l'obligation :

- de consulter le fichier FICP qui recense les incidents de remboursement sur les crédits aux particuliers avant d'accorder un crédit ;
- de vérifier la solvabilité de l'emprunteur à l'ouverture d'un crédit et de consulter le FICP tous les ans avant de proposer au client la reconduction du contrat de crédit renouvelable ;
- de vérifier la solvabilité des emprunteurs dont le crédit renouvelable a trois ans ou plus.

Sur le premier point, la réforme du FICP est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2011. Elle a fait l'objet d'un bilan étayé et de propositions dans le rapport du Comité chargé de préfigurer la création d'un registre national des crédits aux particuliers publié en juillet 2011. Un an et demi plus tard, le nombre d'accès mensuels semble s'être stabilisé à 80 millions d'unités alors qu'il était de 10 millions d'unités en décembre 2010.

Il faut noter qu'une part importante du coût global d'exploitation du FICP provient du droit d'accès exercé par les particuliers – même si le nombre de consultations est sans commune mesure avec celui des prêteurs. Ce droit d'accès des particuliers s'exerce auprès de la Banque de France soit en se présentant

physiquement à un guichet soit par courrier. Dans les deux cas, ces demandes sont traitées manuellement.

Sur le deuxième point, les prêteurs ont adapté les processus sur le lieu de vente ou à distance, notamment pour tenir compte des nouveaux documents à produire (fiche de dialogue). Ces adaptations n'ont conduit qu'à de légères révisions des règles d'octroi des crédits.

En revanche, ces articles ont conduit au doublement du nombre de fermetures de comptes de crédit renouvelable lors de la reconduction annuelle auxquelles il faut ajouter la fermeture supplémentaire de 90 000 comptes suite à l'étude triennale de solvabilité. Les prêteurs soulignent l'incompréhension de leurs clients quand ils sont amenés à clôturer ou à suspendre le compte de crédit renouvelable alors que les remboursements s'opèrent sans incident.

#### 3.4.2 La fiche de dialogue

*Art. L. 311-10. – Lorsque les opérations de crédit sont conclues sur le lieu de vente ou au moyen d'une technique de communication à distance, une fiche d'informations distincte de la fiche mentionnée à l'article L. 311-6 est remise par le prêteur ou par l'intermédiaire de crédit à l'emprunteur. Cette fiche, établie par écrit ou sur un autre support durable, comporte notamment les éléments relatifs aux ressources et charges de l'emprunteur ainsi que, le cas échéant, aux prêts en cours contractés par ce dernier. Ladite fiche est signée ou son contenu confirmé par voie électronique par l'emprunteur et contribue à l'évaluation de sa solvabilité par le prêteur. Les informations figurant dans la fiche doivent faire l'objet d'une déclaration certifiant sur l'honneur leur exactitude. [...]*

La fiche de dialogue et d'information doit être remplie « à quatre mains » par le vendeur et le consommateur-emprunteur. Elle comprend des informations relatives à l'endettement et aux revenus qui aideront le prêteur à apprécier la solvabilité de l'emprunteur. Elle est remise obligatoirement à l'emprunteur pour tout crédit sur le lieu de vente ou à distance. Elle est prévue pour approfondir les études de solvabilité et pour réduire à terme le risque de surendettement. Notons que des prêteurs comme Cetelem disposaient déjà d'une fiche de ce type.

L'ensemble des éléments imposés par l'article L. 311-10 sont respectés par les établissements de crédit.

Ces fiches de dialogue sont nominatives et signées par l'emprunteur qui déclare sur l'honneur la véracité des informations transmises. Les ressources et les charges demandées sont mensuelles ou annuelles.

Le nombre de pages de la fiche de dialogue varie entre un et quatre. Elle a plusieurs appellations. Si le terme de « fiche de dialogue » est le plus usité par les établissements (9 citations sur 20 établissements de crédit étudiés), d'autres appellations existent : « fiche d'informations », « fiche budgétaire », « point Budget », « fiche de renseignements », « grille de renseignements » ou encore « questionnaire de solvabilité ». Un travail d'harmonisation des expressions utilisées pourrait être mené par ou avec les prêteurs pour faciliter la compréhension pour les emprunteurs.

La loi n'impose aucun formalisme particulier pour la fiche de dialogue alors que, par exemple, pour la fiche d'information précontractuelle européenne normalisée (FIPEN), le décret n° 2011-136 du 1<sup>er</sup> février 2011 proposait un modèle type joint en annexe. De fait, il y a peu de similitudes de présentation et d'homogénéité dans les termes employés d'une fiche de dialogue à l'autre.

Le mode de collecte des informations, c'est-à-dire par une déclaration certifiant sur l'honneur leur exactitude, est remis en cause par des prêteurs, des distributeurs et par des associations de consommateurs ou des organismes à vocation sociale. La question de l'exactitude des informations sur lesquelles se basent l'étude de solvabilité se pose, ainsi que la responsabilité des parties en cas de défaillance de l'emprunteur. De plus, des associations ont indiqué que des consommateurs leur avaient signalé que cette fiche ne leur avait pas été remise. Peut-être faudrait-il que les établissements de crédit conservent un exemplaire signé de ce document à titre de preuve ?

### 3.4.3 Les justificatifs pour les crédits à plus de 3 000 euros

*Art. L. 311-10.- [...] Si le montant du crédit accordé est supérieur à un seuil défini par décret, la fiche doit être corroborée par des pièces justificatives dont la liste est définie par décret.*

Le décret n° 2010-1462 du 30 novembre 2010 fixe à 3 000 euros le seuil du montant du crédit accordé

(article D. 311-10-2 du *Code de la consommation*). La liste des pièces justificatives figure dans le décret n° 2010-1461 (article D. 311-10-3 du *Code de la consommation*) publié le même jour que le décret précédent. Trois pièces justificatives sont nécessaires :

- tout justificatif du domicile de l'emprunteur ;
- tout justificatif du revenu de l'emprunteur ;
- tout justificatif de l'identité de l'emprunteur.

Il est rappelé qu'elles doivent être à jour au moment de l'établissement de la fiche de dialogue. Ces dispositions ne concernent que les cas où les opérations de crédit sont conclues sur les lieux de vente ou au moyen d'une technique de communication à distance.

Cette mesure fait partie des garde-fous contre les difficultés d'endettement. Son impact en termes d'efficacité doit s'apprécier dans le temps au regard des niveaux d'incidents constatés pour les crédits nouvellement contractés.

Nous avons listé les pièces justificatives demandées sur le lieu de vente sans aller jusqu'à la souscription du crédit. Elles varient d'une enseigne à l'autre et selon le montant du crédit. Les pièces justificatives les plus souvent demandées sont les suivantes :

- pièce d'identité ;
- relevé d'identité bancaire (RIB) ;
- justificatif de domicile ;
- chèque annulé ;
- fiche(s) de paie ;
- avis d'imposition ;
- carte bancaire ;
- contrat de travail ;
- extrait de compte bancaire.

La pièce d'identité ainsi que le relevé d'identité bancaire sont demandés systématiquement. Pour des crédits dont le montant est inférieur à 1 500 euros, un justificatif de domicile (68,2 % des cas) ou un chèque annulé (54,5 % des cas) sont les plus souvent demandés.



Pour des montants supérieurs à 1 500 euros, la fréquence de demande de ces documents augmente. Par exemple, le justificatif de domicile passe de 68,2 % à 73,3 %, le chèque annulé de 54,5 % à 59,1 % et la fiche de paie de 40,9 % à 59,1 %.

### 3.4.4 La formation des personnels délivrant la fiche de dialogue

*Art. L. 311-8.- [...] Les personnes chargées de fournir à l'emprunteur les explications sur le crédit proposé et de recueillir les informations nécessaires à l'établissement de la fiche prévue à l'article L. 311-10 sont formées à la distribution du crédit à la consommation et à la prévention du surendettement. L'employeur de ces personnes tient à disposition, à des fins de contrôle, l'attestation de formation mentionnée à l'article L. 6353-1 du Code du travail établie par un des prêteurs dont les crédits sont proposés sur le lieu de vente ou par un organisme de formation enregistré. Un décret définit les exigences minimales auxquelles doit répondre cette formation.*

Les personnels délivrant la fiche de dialogue sont obligatoirement formés. Cette mesure est applicable depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012. Les prêteurs déclarent avoir formé près de 75 000 collaborateurs internes. La plupart du temps, les formations se sont déroulées à l'aide de techniques de téléformation appelées aussi *e-learning*. Environ 110 000 collaborateurs des enseignes partenaires ont aussi été formés dans des conditions similaires.

Des représentants du personnel considèrent que, si des actions de formation ont bien été engagées par les établissements de crédit, elles s'apparentent plus à des réunions d'information.

Les débats sur la qualité de la formation se portent plus sur la formation reçue par les personnels des enseignes du commerce et de la distribution. L'utilisation fréquente du terme de vendeur est souvent à l'origine de cette situation. En effet, le vendeur (en rayon) est souvent inclus, par les associations de consommateurs ou par les parlementaires, dans le personnel à former, alors qu'en pratique il n'est pas toujours concerné. Dans le cas de magasins qui disposent de personnels dédiés pour contractualiser un crédit et distincts des vendeurs, ces derniers ne sont pas soumis à cette disposition et ne doivent pas être obligatoirement formés.

Notons que des contrôles ont eu lieu alors que le décret définissant les modalités d'application de la formation n'était pas encore en vigueur.

## 3.5 OBJECTIF N° 5 : RENFORCER LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

### 3.5.1 Le relèvement de 21 500 à 75 000 euros

*Art. L. 311-3.- Sont exclus du champ d'application du présent chapitre : [...]*  
*2° Les opérations dont le montant total du crédit est inférieur à 200 euros ou supérieur à 75 000 euros, à l'exception de celles, mentionnées à l'article L. 313-15, ayant pour objet le regroupement de crédits ; [...]*

Le montant des prêts en dessous duquel les règles de protection du *Code de la consommation* en faveur des consommateurs-emprunteurs s'appliquent a été relevé de 21 500 à 75 000 euros.

Les crédits d'un montant supérieur à 21 500 euros représentent en nombre 7,5 % des opérations de

## T15 Formation des vendeurs

Populations formées	Banques	Spécialisés	Total	Répondants
Collaborateurs internes des établissements de crédit				
<i>Nombre de collaborateurs</i>	74 681	9 213	83 894	22/23
<i>Durée moyenne de la formation (heures)</i>	2,4	2,7	2,7	17/23
Collaborateurs des enseignes partenaires (lieu de vente, à distance)				
<i>Nombre de collaborateurs</i>	-	109 278	109 278	18/23
<i>Durée moyenne de la formation (heures)</i>	-	3,6	3,6	14/23
<b>Total</b>				
<i>Nombre de collaborateurs</i>	74 681	118 491	193 172	-
<i>Durée moyenne de la formation (heures)</i>	2,4	3,5	3,2	-

Source : Analyses Athling (IR compris entre 50 % et 92 % selon les items)

crédit réalisées sous forme de prêt personnel, et 2,2 % de celles réalisées sous forme de crédit affecté. Ces taux étaient moins élevés en 2010 où ils étaient respectivement de 2,4 % et 1,7 %.

### 3.5.2 L'allongement de 7 à 14 jours des délais de rétractation

Hors champ de cette étude.

*Art. L. 311-12.- L'emprunteur peut se rétracter sans motifs dans un délai de quatorze jours calendaires révolus à compter du jour de l'acceptation de l'offre de contrat de crédit comprenant les informations prévues à l'article L. 311-18. Afin de permettre l'exercice de ce droit de rétractation, un formulaire détachable est joint à son exemplaire du contrat de crédit. L'exercice par l'emprunteur de son droit de rétractation ne peut donner lieu à enregistrement sur un fichier. [...]*

### 3.5.3 L'encadré sur les offres de contrat de crédit

*Art. L. 311-18.- Le contrat de crédit est établi par écrit ou sur un autre support durable. Il constitue un document distinct de tout support ou document publicitaire, ainsi que de la fiche mentionnée à l'article L. 311-6. Un encadré, inséré au début du contrat, informe l'emprunteur des caractéristiques essentielles du crédit.*

*Un décret en Conseil d'État fixe la liste des informations figurant dans le contrat et dans l'encadré mentionné au premier alinéa du présent article.*

Le législateur a souhaité que les contrats de crédit commencent par un encadré court qui reprenne les caractéristiques du crédit.

Cet encadré est plus dense pour les contrats de crédit renouvelable comme le montre le tableau 16. On ne peut pas parler d'encadré court. Ces encadrés figurent sur la première page des contrats, voire débordent sur une deuxième page. Ils manquent d'homogénéité au niveau des termes employés d'un prêteur à l'autre. Ces encadrés gagneraient en lisibilité pour le consommateur-emprunteur si la profession utilisait les mêmes termes et pouvait s'entendre sur le contenu des rubriques telles que celles figurant sur l'exemple représentatif (cas du crédit renouvelable).

### T16 Encadré des contrats de crédit

	Prêt personnel	Crédit affecté	Crédit renouvelable
Nombre de signes minimum	578	1 251	1 918
Nombre de signes maximum	1 938	3 841	4 410
Moyenne de l'échantillon	1 063	1 997	3 018

Source : Analyses Athling (IR = 98 %)

### 3.5.4 Le renforcement des sanctions

Hors champ de cette étude.

### 3.5.5 La réduction de 3 à 2 ans du délai d'inactivité

*Art. L. 311-16.- 6° À la première phrase du cinquième alinéa, les mots : « pendant trois années consécutives » sont remplacés par les mots : « lors de la deuxième année » et le mot : « troisième » est remplacé par le mot : « deuxième » ;*

Le délai au bout duquel un prêteur doit proposer à l'emprunteur de fermer son crédit renouvelable s'il est inactif passe de 3 à 2 ans. L'emprunteur doit se manifester pour ne pas voir son compte se clôturer automatiquement comme l'impose la loi.

Cette mesure est à l'origine de 60 % des fermetures de compte de crédit renouvelable post-LCC. À l'échelle de notre échantillon, elle est à l'origine de la fermeture de 1,6 million de comptes supplémentaires par rapport à 2010, portant le nombre de comptes de crédit renouvelable fermés pour cause d'inactivité à 4 millions sur un total de 7 millions d'unités. Ce chiffre est considérable.

### 3.5.6 Le rôle de l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP)

Hors champ de cette étude.

Dans le cadre de sa mission de protection des consommateurs de services financiers, l'ACP est désormais compétente pour contrôler la commercialisation des crédits et pour sanctionner le non-respect des règles en vigueur.

### 3.6 OBJECTIF N° 6 : RÉDUIRE LA DURÉE DE REMBOURSEMENT DES CRÉDITS RENOUELABLES OUVERTS AVANT LE 1<sup>ER</sup> MAI 2011

Extrait de l'article 61 de la loi n° 2010-737 du 1<sup>er</sup> juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation.

*II. – Un décret en Conseil d'État fixe les conditions dans lesquelles sont applicables progressivement aux contrats de crédit renouvelables en cours à la date d'entrée en vigueur de la présente loi les règles prévues aux sections 4 à 7 du chapitre I<sup>er</sup> du titre I<sup>er</sup> du livre III du Code de la consommation dans leur rédaction issue de la présente loi.*

La LCC a introduit la notion de durée maximale de remboursement pour les crédits renouvelables (cf. chapitre 3.3.1). La réduction de la durée de remboursement entraîne mécaniquement une hausse des mensualités payées par le client. Le décret du Conseil d'État n° 2011-457 du 26 avril 2011 prévoit deux traitements différenciés en fonction de l'impact de la hausse de mensualité et de la réponse de l'emprunteur au courrier qu'il recevra pour faire connaître sa réponse : hausses inférieures à 10 % ou de moins de 20 euros, ou hausses supérieures à 10 % et de plus de 20 euros. Cette nouvelle disposition s'applique aussi aux comptes de crédit renouvelable en cours ouverts avant le 1<sup>er</sup> mai 2011.

La quasi-intégralité des établissements répondants auront terminé cette opération de mise en conformité des portefeuilles de comptes de crédit renouvelable **d'ici à la fin de l'année 2012 :**

- 30 % des comptes de crédit renouvelables (soit 12 millions de comptes) sont touchés par une augmentation de la mensualité inférieure à 10 % ou à 20 euros. Sur cette base, 6 comptes de crédit renouvelable sur 10 ont fait l'objet d'une augmentation de la mensualité à fin avril 2012, et 2,5 % de ces comptes (soit 300 000 comptes) ont été résiliés par les emprunteurs ;
- 1,4 % des comptes (soit environ 600 000 comptes) sont touchés par une augmentation de la mensualité supérieure à 10 % et à 20 euros. *In fine*, 200 000 comptes de crédit renouvelable ont une mensualité en hausse dans ces proportions.

Il est précisé dans des supports de présentation de la LCC qu'en cas de refus par le consommateur de la proposition d'augmentation de la mensualité, le crédit renouvelable est transformé en crédit classique. Cela laisse à penser qu'il y a une modification de la nature juridique du contrat.

### 3.7 AUTRES DISPOSITIONS ÉTUDIÉES

#### 3.7.1 L'exemple représentatif

*Art. L. 311-4.- Toute publicité, quel qu'en soit le support, qui porte sur l'une des opérations visées à l'article L. 311-2 et indique un taux d'intérêt ou des informations chiffrées liées au coût du crédit mentionne de façon claire, précise et visible les informations suivantes à l'aide d'un exemple représentatif [...].*

Plus spécifiquement pour le crédit renouvelable :

*Art. D. 311-1-I. Pour les crédits mentionnés à l'article L. 311-16, les informations sur le coût du crédit qui doivent être indiquées dans les publicités en application de l'article L. 311-4 doivent être fournies à l'aide d'un exemple représentatif répondant aux caractéristiques suivantes :*

- 1° un montant de 500 euros ;
- 2° un montant de 1 000 euros ;
- 3° un montant de 3 000 euros.

Sur la base des dépliants récupérés dans les magasins, l'exemple représentatif le plus utilisé pour un crédit renouvelable est celui pour un montant de 500 euros (88 % des cas). Vient ensuite celui pour un montant de 1 000 euros. L'exemple représentatif pour un montant de 3 000 euros n'est pas mis en avant par les enseignes. D'autres montants sont aussi indiqués : 75 euros, 100 euros ou 200 euros.

Pour le crédit affecté, les montants des exemples représentatifs varient entre 600 et 17 000 euros.

Des questions ont été soulevées au cours des entretiens menés pour cette étude sur l'objectif poursuivi au travers de l'exemple représentatif et sur les montants à retenir pour le crédit affecté et pour le prêt personnel.

### 3.7.2 Le « pack contractuel »

#### Une « inflation » attendue du contenu du « pack contractuel »

Les « packs contractuels »<sup>14</sup> de 15 établissements de crédit ont été analysés. Il y a une très nette augmentation du nombre de pages des contrats de crédit souscrits après le 1<sup>er</sup> mai 2011. Le nombre de pages total est passé en moyenne de 21 à 33 pages (+ 54 %), et le nombre de signes de 131 000 à 162 000 signes (+ 24 %). À titre de comparaison, le nombre de signes d'un *Que sais-je ?* est de l'ordre de 150 000, et celui de la LCC (n° 2010-737) de 156 000. Un contrat de crédit immobilier contient moins de 200 000 signes. Le nombre d'endroits sur le pack contractuel où l'emprunteur doit apposer sa signature est en moyenne de 18.

Cette « inflation » du nombre de pages d'un contrat de crédit à la consommation est due à la réécriture complète des contrats pour tenir compte des nouvelles dispositions et de l'ajout de nouveaux documents comme la fiche d'information précontractuelle européenne normalisée (FIPEN) ou la fiche de dialogue pour les crédits souscrits sur le lieu de vente ou à distance. En réécrivant totalement les contrats de crédit, les juristes ont densifié le contenu de certaines clauses pour protéger les intérêts de l'établissement de crédit. Des travaux sont en cours chez des prêteurs pour alléger ces contrats ou pour les rendre accessibles sur des formats autres que le papier afin de fluidifier le processus de contractualisation (par exemple l'utilisation de tablettes tactiles chez les enseignes partenaires de Franfinance).

#### Un nouveau document obligatoire : la fiche d'information précontractuelle européenne normalisée (FIPEN)

La FIPEN est une fiche d'information qui doit être remise à l'emprunteur avant la conclusion d'un contrat

de crédit à la consommation. Il s'agit d'une obligation liée à la transposition de la directive européenne sur les contrats de crédit aux consommateurs.

Le décret n° 2011-136 du 1<sup>er</sup> février 2011 relatif à l'information précontractuelle et aux conditions contractuelles en matière de crédit à la consommation propose dans ses annexes un modèle type de FIPEN. Les établissements de crédit ont largement repris ce modèle type, ce qui rend la comparaison plus aisée d'un établissement à l'autre pour l'emprunteur. Sur la forme, le modèle type proposé dans les annexes du décret cité ci-dessus est décomposé en cinq parties distinctes, à savoir :

- (1) l'identité et les coordonnées du prêteur/de l'intermédiaire de crédit ;
- (2) la description des principales caractéristiques du crédit ;
- (3) le coût du crédit ;
- (4) les autres aspects juridiques importants ;
- (5) le cas échéant, les informations complémentaires en cas de vente à distance de services financiers au sens de l'article L. 121-20-8 du *Code de la consommation*.

Dans leur ensemble, les établissements de crédit respectent les informations qui doivent figurer obligatoirement sur la FIPEN.

Cependant, pour le crédit renouvelable, le point 5 de la section 2 du décret n° 2011-136 énonce que l'information précontractuelle doit comprendre « le montant, le nombre et la périodicité des échéances que l'emprunteur doit verser et, le cas échéant, l'ordre dans lequel les échéances seront affectées aux différents soldes dus fixés à des taux

#### T17 Comparaison des fiches d'information précontractuelle européenne normalisée

Type de crédit	Nombre de FIPEN			Nombre de pages	
	Étudiées	Nominatives	Signées par l'emprunteur	Min.	Max.
Prêt personnel	18	5	4	2	4
Crédit renouvelable	13	1	1	3	5
Crédit affecté	8	4	3	1	4
Location avec option d'achat	3	1	1	1	2
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Sources : Établissements de crédit, analyses Athling

<sup>14</sup> Par « pack contractuel », nous entendons l'ensemble de documents contractuels remis à l'emprunteur conformément aux nouvelles dispositions de la LCC.

débiteurs différents aux fins de remboursement ». Ces informations sont clairement visibles dans 11 cas sur 13. Des établissements bancaires renvoient vers l'offre de contrat de crédit ou indiquent encore que ces informations dépendent de l'utilisation qui sera faite par le client du compte de crédit renouvelable.

Rappelons que cette fiche a été créée « afin que le consommateur puisse comparer les offres européennes et effectuer son choix en connaissance de cause » et qu'elle doit être « remise en temps utile et avant que le consommateur ne soit lié par son contrat ». Cet objectif de comparaison d'offres européennes ne s'applique que très marginalement, voire pas du tout à ce jour. Elle aurait une utilité éventuellement sur le lieu de vente ou à distance dans le cas d'achats de biens ou de prestations de services particuliers à partir de 1 000 euros. Mais la comparaison d'un crédit renouvelable avec un crédit affecté ne peut pas se limiter à la première utilisation. Il faudrait pour cela prévoir prendre en compte la chronique de dépense d'un client dans une même enseigne.

Par ailleurs, il semble que cette fiche soit imprimée concomitamment avec l'offre de contrat de crédit. Des travaux informatiques sont en cours afin que son impression soit « individualisée ».

### 3.7.3 La durée des entretiens commerciaux

En ajoutant des documents à remplir avec le consommateur-emprunteur, la LCC a alourdi les processus de traitement et allongé de fait la durée des entretiens commerciaux sur tous les canaux d'entrée en relation.

Les entretiens dans les concessions automobiles sont les plus pénalisés en temps additionnel (+ 14 minutes). Ceux réalisés sur le lieu de vente le sont en proportion et *in fine* en productivité. Ce sont les magasins qui connaissent l'augmentation de la durée des entretiens la plus importante (+ 65 %). La durée moyenne des entretiens commerciaux en magasin était la plus courte avant la LCC. Elle passe de 17 à 28 minutes.

#### T18 Durées des entretiens commerciaux

(en minutes)

Canal d'entrée en contact	Avant LCC	Après LCC	Évolution
Agence bancaire (9 répondants)	33,8	39,4	+ 5,6 (+ 16,6 %)
Téléphone (11 répondants)	19,9	23,0	+ 3,1 (+ 15,6 %)
Magasin (5 répondants)	17,0	28,0	+ 11,0 (+ 64,7 %)
Concession automobile (5 répondants)	36,3	50,0	+ 13,7(+ 37,9 %)

Source : Analyses Athling

L'impact est **limité** pour l'entretien commercial par téléphone du fait des travaux de **refonte** des processus et des scripts commerciaux.

### 3.7.4 La confidentialité des échanges

*Art. L. 311-8.-[...] Lorsque le crédit est proposé sur un lieu de vente, le prêteur veille à ce que l'emprunteur reçoive ces explications de manière complète et appropriée sur le lieu même de la vente, dans des conditions garantissant la confidentialité des échanges. [...]*

La notion de confidentialité des échanges est relative et subjective. Nous avons considéré qu'il devait y avoir un espace *ad hoc* fermé. Il ne s'agit bien entendu pas d'une obligation au sens de la loi, mais d'une interprétation de notre part.

Sur les 23 enseignes visitées, une enseigne sur deux dispose d'une telle configuration. Des critères devraient être précisés pour définir ce que sont des conditions garantissant la confidentialité des échanges. Il faudra tenir compte de la surface des lieux de vente.

### 3.7.5 Le remboursement anticipé

*Art. L. 311-22.- [...] Dans les autres cas, lorsque le montant du remboursement anticipé est supérieur à un seuil fixé par décret, le prêteur peut exiger une indemnité qui ne peut dépasser 1 % du montant du crédit faisant l'objet du remboursement anticipé si le délai entre le remboursement anticipé et la date de fin du contrat de crédit est supérieur à un an. Si le délai ne dépasse pas un an, l'indemnité ne peut pas dépasser 0,5 % du montant du crédit faisant l'objet d'un remboursement anticipé. En aucun cas l'indemnité éventuelle ne peut dépasser le montant des intérêts que l'emprunteur aurait payés durant la période comprise entre le remboursement anticipé et la date de fin du contrat de crédit convenue initialement. [...]*

Les prêteurs interrogés sur cette mesure nous ont indiqué ne pas avoir modifié leur politique en matière de tarification d'indemnité de remboursement anticipé après le 1<sup>er</sup> mai 2011.

### 3.8 UN BILAN ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

#### 3.8.1 Les impacts financiers

Les établissements de crédit ont été interrogés sur les impacts financiers sur leur compte de résultat de la LCC sur une période couvrant les exercices 2011 à 2014. **Selon leurs estimations**, la LCC amputerait de **1,5 milliard d'euros** leur produit net bancaire (PNB) sur cette période. Nous n'avons pas tenu compte de l'impact de la réduction de la durée des plans de rétablissement personnel de 10 à 8 ans, ni de la mesure qui suspend les règlements lors d'un dépôt de dossier de surendettement.

74 % de ce montant sont dus à la réforme des taux d'usure, 15 % à la réduction de la durée de remboursement des comptes de crédit renouvelable et 9 % à la mise en place de l'option comptant par défaut. Les deux premiers postes devraient bénéficier aux consommateurs-emprunteurs puisqu'ils correspondent à une diminution des montants d'agios perçus par les prêteurs.

Les banques sont comparativement peu impactées (moins de 3 % du montant total) alors que les établissements spécialisés, qui ont bâti leur modèle économique sur le crédit renouvelable, supporteraient la quasi-entièreté de cette baisse de PNB. Pour mémoire, le PNB des établissements de crédit serait de l'ordre de 6,5 milliards d'euros en 2011.

#### 3.8.2 L'emploi dans les établissements de crédit spécialisés

La mise en place de la LCC s'est opérée dans un contexte économique dégradé et avec en ligne de mire Bâle III. Ces facteurs ont conduit des établissements de crédit spécialisés (LaSer Cofinoga, Crédit Agricole Consumer Finance, BNP Paribas Personal Finance) à supprimer des postes ou à reclasser des personnels.

Il est probable, si la production de crédit et la rentabilité de cette activité continuent de baisser, que d'autres suppressions de poste ou reclassements soient annoncés. Selon nos estimations et sur la

base des déclarations des établissements de crédit spécialisés, les effectifs en France seraient de l'ordre de 22 000 collaborateurs.

Des distributeurs ont aussi lié la baisse de leur activité à l'entrée en vigueur de la LCC. Des suppressions de poste sont envisagées.

### 3.9 LE RÉCAPITULATIF DES ZONES « GRISSES »

Ce chapitre reprend toutes les zones « grises » identifiées dans le rapport. Par zones « grises », nous entendons des mesures dont les conditions d'application devraient être précisées aujourd'hui afin d'éviter les interprétations différentes d'un prêteur à l'autre ou des incompréhensions entre les prêteurs et les représentants des clientèles de particuliers. Elles sont regroupées en deux catégories : (i) celles qui nécessitent une clarification et (ii) celles qui nécessitent une harmonisation.

Ces zones « grises » pourraient être levées à partir d'un travail de concertation **entre toutes les parties prenantes**, dans le cadre du Comité consultatif du secteur financier. Cela permettrait d'améliorer dans des délais très courts l'application de la LCC et les pratiques des prêteurs, et ce dans l'intérêt des consommateurs-emprunteurs.

#### (i) Les zones « grises » à clarifier

- [Les frais négligeables \(p. 22\)](#)

L'article 311-3 définit les opérations de crédit n'entrant pas dans le champ de la LCC. Il est question dans l'alinéa f) des *contrats de crédit sans intérêt et sans autres frais et aux contrats de crédit en vertu desquels le crédit doit être remboursé dans un délai ne dépassant pas trois mois, et pour lesquels ne sont requis que des frais négligeables*. La notion de frais négligeables devrait être précisée afin que tous les prêteurs aient la même définition et qu'il n'y ait pas d'ambiguïté sur le régime juridique dans lequel entrent les opérations de crédit de très petits montants.

- [Les formules N fois et les opérations de crédit hors LCC \(p. 23\)](#)

Les formules N fois ou les opérations de crédit hors LCC se développent comme nous l'avons noté précédemment. La nature juridique des offres proposées sur les dépliants disponibles n'apparaît

pas clairement. À titre d'exemple, pour les crédits sans frais ou appelés crédits « gratuits », il peut s'agir soit d'une utilisation spéciale logée dans un crédit renouvelable, soit d'un crédit affecté, soit encore d'une simple opération de crédit qui n'entre pas dans le champ d'application de la LCC.

Les formules N fois gratuites logées dans un crédit renouvelable peuvent aussi entretenir une certaine confusion pour le consommateur. Ce dernier peut avoir le sentiment qu'il a contracté un crédit classique (prêt personnel, crédit affecté) alors qu'à la fin du remboursement de ce crédit celui-ci est toujours actif puisqu'il a ouvert en fait un crédit renouvelable. Toute nouvelle utilisation se fera à des conditions tarifaires souvent différentes de celles de la première utilisation et non « gratuites ». Le terme de « gratuit » peut laisser penser que toute utilisation se fera à taux zéro alors que seule la première utilisation en bénéficie.

Nous avons aussi noté que le terme facilité de paiement est souvent utilisé. Derrière ce service financier, il y a généralement une opération de crédit. Sa nature juridique devrait être clairement écrite ou mentionnée parce que le consommateur peut ne pas avoir l'impression de contracter un crédit.

De manière plus générale, les natures juridiques des opérations de crédit devraient apparaître clairement sur les supports à destination des clients.

- [Les cartes de fidélité et les cartes de crédit \(p. 28\)](#)

Des propositions de mesures complémentaires de la LCC sur les cartes de fidélité ont été émises par des parlementaires ou des associations de consommateurs. Nous avons souligné dans le chapitre 3.1.1 que le terme « fidélité » n'est pas utilisé dans la LCC. Il est question d'avantages commerciaux et promotionnels. Ce terme est en revanche employé dans les supports de présentation du contenu de la loi, dans les débats parlementaires ou dans des enquêtes récentes réalisées début 2012 par des associations de consommateurs. Il peut donc recouvrir des réalités différentes.

Ensuite, en se focalisant sur les cartes en tant que support « matériel », les réflexions actuelles ne prennent pas en compte le phénomène de dématérialisation en cours *via* l'arrivée d'applications *smartphones ad hoc*. Les nouvelles mesures auraient un impact limité, voire seraient inopérantes dans le temps.

Avant de trancher sur telle ou telle nouvelle disposition pour compléter ou renforcer la LCC, il serait utile de définir les notions utilisées et de donner une situation objective de ce marché en termes quantitatifs et qualitatifs. Cela permettrait ensuite de mettre en évidence les points qui pourraient nécessiter un renforcement (ou non) de la protection du consommateur et les dispositifs les plus appropriés pour y contribuer.

- [L'offre alternative à 1 000 euros \(p. 29\)](#)

Le texte de loi précise le consommateur « doit disposer de la possibilité de conclure un contrat de crédit amortissable » pour un montant supérieur à 1 000 euros sur le lieu de vente. Les associations de consommateurs considèrent qu'il s'agit d'une obligation de proposer cette offre alternative.

La question est la même sur Internet. Dans quel contexte, cet article de loi s'applique-t-il ou ne s'applique-t-il pas ? sur les sites web marchands ? sur les sites Internet des établissements de crédit qui demandent la nature du projet à financer ?

Une lecture commune du texte de loi et des engagements concrets des prêteurs pourraient répondre aux demandes des associations de consommateurs très rapidement.

(ii) **Les zones « grises » à harmoniser**

Cette partie concerne essentiellement les documents transmis au consommateur-emprunteur.

- [Le relevé de compte de crédit renouvelable \(p. 34\)](#)

Lors des entretiens avec des représentants des clientèles de particuliers, il est ressorti que l'information régulière de l'emprunteur sur sa situation et, donc la maîtrise de son endettement, pourraient être améliorées :

- si des informations complémentaires étaient portées à sa connaissance comme les dates clés à venir sur les études de solvabilité ou sur les dates d'anniversaire ou la durée de conservation du document ;
- si le recto de ce document obligatoire était harmonisé.

- [La fiche de dialogue \(p. 35\)](#)

Nous avons relevé que cette fiche avait des appellations différentes d'un établissement de crédit à l'autre.

Pourquoi ne pas la nommer « fiche de dialogue » ? Le même terme serait utilisé par tous les prêteurs, ce qui serait bénéfique pour le consommateur.

La loi n'impose aucun formalisme particulier pour la fiche de dialogue alors que, par exemple, pour la FIPEN, le décret n° 2011-136 proposait un modèle type joint en annexe du décret. De fait, il y a peu d'homogénéité ou de similitudes de présentation dans les termes employés d'une fiche de dialogue à l'autre. Des travaux d'harmonisation pourraient être menés au niveau de la Place pour définir un modèle type pour cette fiche.

Enfin, la question de la conservation de cette fiche par le prêteur pourrait aussi être abordée. Cela résoudrait les cas de perte ou de vol de cette fiche par le consommateur ou les cas de litige où le consommateur signale une faute du prêteur du fait de la non-production de cette fiche.

- [La formation des vendeurs \(p. 37\)](#)

L'utilisation régulière du terme « vendeur » est souvent à l'origine des débats sur la portée de la mesure qui rend obligatoire la formation des personnels qui remplissent la fiche de dialogue. Ce terme englobe deux catégories d'acteurs différents : le vendeur (en rayon) et le conseiller financier dans le magasin. Le premier est souvent pointé du doigt par les associations de consommateurs ou par les parlementaires du fait d'une connaissance réduite de la LCC alors qu'il n'entre pas dans le champ d'application des formations prévues à l'article L. 311-8 du *Code de la consommation*.

Un terme différent de vendeur devrait être employé pour la seconde catégorie d'acteurs sur le lieu de vente.

- [Les encadrés \(p. 38\)](#)

Les encadrés spécifiés à l'article L. 311-18 manquent d'homogénéité au niveau des termes employés d'un prêteur à l'autre. Ils gagneraient en lisibilité pour le consommateur-emprunteur si la profession utilisait les mêmes termes et pouvait s'entendre sur le contenu des rubriques telles que celles sur l'exemple représentatif (cas du crédit renouvelable).

- [L'exemple représentatif \(p. 39\)](#)

Des questions ont été soulevées sur l'objectif poursuivi au travers de l'exemple représentatif et sur les montants à retenir pour le crédit affecté et pour le prêt personnel.

Les parties prenantes pourraient faire des propositions d'exemples représentatifs qui soient réalistes avec la politique de distribution (i.e. mettre en avant des offres et des tarifications qui soient le cœur de cible et non une offre marginale) ou qui permettraient de comparer les offres financières sur une même base d'un prêteur à l'autre.

D'autres réflexions pourraient être menées sur la réduction du nombre de pages du « pack contractuel » et sur les modalités d'information des consommateurs-emprunteurs des principales dispositions de la LCC.



# CONCLUSION

La loi portant réforme du crédit à la consommation était **nécessaire** et est considérée comme **très structurante** par les acteurs rencontrés. Elle est le résultat d'un long processus de concertation entre toutes les parties prenantes, à savoir les associations de consommateurs, les parlementaires, les entreprises de la distribution et du commerce et les établissements de crédit. Son entrée en vigueur s'est étalée entre le 1er septembre 2010 et le 1<sup>er</sup> mai 2011<sup>15</sup>. Les textes d'application ont été produits au fil de l'eau dans cette période, laissant souvent peu de temps aux établissements de crédit pour les mettre en œuvre. Deux mesures importantes bénéficient de conditions d'application progressives. Il s'agit de la réforme des taux d'usure et de la mise en conformité du portefeuille de crédits renouvelables ouverts avant le 1er mai 2011 pour tenir compte des nouvelles durées maximales d'amortissement. Les périodes de transition fixées par le législateur sont respectivement de deux et trois ans.

La LCC est intervenue dans un contexte économique de crise où les perspectives de rebond sont incertaines. Ce qui explique pour partie la baisse d'activité sur le marché du crédit à la consommation.

L'effet de la LCC un an après son entrée en vigueur est **visible et quantifiable**, notamment sur le crédit renouvelable et sur les pratiques commerciales des établissements de crédit spécialisés (par exemple, entretiens, contrats). Les impacts financiers sur leurs comptes de résultat sont aussi conséquents. Il est en revanche **trop tôt** pour apprécier l'effet de mesures concernant le renforcement des études de solvabilité ou la formation des personnels qui remplissent la fiche de dialogue. Enfin, il reste à ce stade **des points sujets à interprétation ou des questions** qui pourraient être traités rapidement par les parties prenantes pour améliorer l'application de la LCC. Les conditions d'application de l'offre alternative de 1 000 euros, l'homogénéisation des nouveaux documents à produire ou des exemples représentatifs rentrent dans ce cas de figure.

## LA REMISE À SA PLACE PROGRESSIVE DU CRÉDIT RENOUVELABLE

Cette catégorie de crédit à la consommation était particulièrement ciblée lors de l'élaboration de la LCC pour en limiter les excès. C'est l'ensemble du modèle économique qui **est remis en cause** du fait de l'ampleur de la loi Lagarde.

<sup>15</sup> Voir le 1<sup>er</sup> octobre 2012 si l'on tient compte des dispositions sur les regroupements de crédits.

En l'espace de dix-huit mois, le nombre de comptes de crédit renouvelable actifs a **diminué** de 16,5 %, soit une baisse de 3,3 millions d'unités. Les ouvertures de comptes de crédit renouvelable ne suffisent pas à compenser les fermetures. Sur cette période, 1,5 million de fermetures supplémentaires de comptes de crédit renouvelable sont imputables à la réduction de trois à deux ans du délai au bout duquel le prêteur doit proposer à l'emprunteur de fermer son compte de crédit renouvelable s'il est inactif.

Le nombre de transactions à crédit est en **très fort recul**. Il représentait 22 % de l'ensemble des transactions en 2007, et est passé de 9,4 % en 2010 à 6,3 % post-LCC (- 33 %). La mise en œuvre de l'option paiement comptant par défaut pour les cartes de fidélité a permis aux consommateurs-emprunteurs de ne pas rentrer dans le crédit à leur insu.

La conjugaison de la mesure sur la durée de remboursement maximale et de la réforme des taux d'usure fait porter de nouvelles contraintes sur le crédit renouvelable pour les prêteurs, mais au **bénéfice (financier) de l'emprunteur**. Le coût des agios baisse de manière significative pour une première utilisation ou pour des utilisations successives.

## DES PRATIQUES QUI ÉVOLUENT

Les contrats ont été **entièrement réécrits** par les prêteurs. Le « pack contractuel » s'est alourdi. Il passe de 21 pages à 33 pages. Outre l'ajout d'articles pour tenir compte des nouvelles dispositions de la LCC, il doit intégrer dorénavant la fiche d'information précontractuelle européenne normalisée (FIPEN) et, pour les lieux de vente ou à distance, la fiche de dialogue.

Le processus d'acceptation a aussi été revu pour tenir compte de ces nouveaux documents, mais aussi des évolutions demandées sur les études de solvabilité. Par voie de conséquence, la durée des entretiens commerciaux s'est **allongée** en moyenne d'une dizaine de minutes. Les magasins sont les plus impactés avec une durée d'entretien commercial qui a augmenté de 65 %.

Enfin, le repositionnement souhaité du crédit renouvelable et du prêt personnel est en cours. La convergence progressive des taux d'usure fait son effet. Les offres commerciales de crédit renouvelable ont tendance à se resserrer et à se concentrer sur des montants inférieurs ou égaux à 3 000 euros. Dans le même temps, le prêt personnel, déjà présent sur

des montants élevés, commence à être proposé sur les tranches de montant inférieures à 6 000 euros. Le crédit affecté est quant à lui disponible dans les magasins sur des tranches de montant inférieures à 1 000 euros et concurrence donc le crédit renouvelable. Si les taux pratiqués sur le crédit renouvelable baissent, ceux sur le prêt personnel n'ont pas fait l'objet de hausse significative depuis un an.

### DES IMPACTS FINANCIERS LOURDS SUR LES COMPTES DE RÉSULTAT DES PRÊTEURS

Le périmètre de la LCC est **très vaste**. Elle a touché les caractéristiques des produits, les contrats, la publicité, tous les processus de traitement et les taux d'usure. Cela explique pourquoi les coûts de mise en œuvre sont élevés pour les établissements de crédit et se chiffrent à **près de 260 millions d'euros**. L'impact est relativement limité pour les banques, mais très lourd pour les établissements de crédit spécialisés qui ont supporté la quasi-intégralité de ces coûts.

Selon les calculs des établissements de crédit, l'impact sur leur compte de résultat pour la période 2011-2014 serait de l'ordre d'un milliard et demi d'euros. 90 % de ce montant serait dû à la réforme des taux d'usure et à la mise en place de durées de remboursement maximales pour le crédit renouvelable. À l'inverse, le consommateur-emprunteur devrait bénéficier de ces « sommes » au travers de la baisse du coût des agios.

### DES POINTS À SURVEILLER ET À AMÉLIORER À COURT TERME

Un an après leur entrée en vigueur, il est **trop tôt** pour évaluer l'efficacité des mesures qualifiées de garde-fous contre les difficultés d'endettement. Il s'agit en particulier des obligations supplémentaires de vérification de la solvabilité de l'emprunteur, de l'obligation de consultation du FICP et, sur le lieu de vente ou à distance, de l'obligation de remplissage de la fiche de dialogue. Leur effet devra s'apprécier dans le temps en analysant la composition des dossiers déposés au surendettement.

Le constat est identique pour la formation des personnels suite au décret n° 2011-1871 (cas de la fiche de dialogue prévue sur le lieu de vente ou à distance). Celle-ci a été réalisée au plus tard le 1<sup>er</sup> juillet 2012.

Il reste à ce jour des zones « grises », c'est-à-dire des mesures dont les conditions d'application devraient être précisées afin d'éviter les interprétations

différentes d'un prêteur à l'autre ou des tensions entre les prêteurs et les représentants des clientèles de particuliers. Il s'agit :

- de l'offre alternative à partir de 1 000 euros ;
- de l'harmonisation des termes employés dans les documents communiqués aux emprunteurs (encadré du contrat de crédit, fiche de dialogue, exemple représentatif) ;
- de la clarification de la nature juridique des formules N fois, et notamment des formules « gratuites ».

Ces zones « grises » devraient pouvoir être levées rapidement dans le cadre d'un travail de concertation entre les parties prenantes.

Par ailleurs, le législateur a souhaité renforcer la protection des consommateurs en imposant de nouvelles contraintes aux prêteurs, qui eux-mêmes se protègent en densifiant leurs contrats, les rendant ainsi plus complexes. Il ressort des échanges avec les représentants des clientèles de particuliers que les consommateurs-emprunteurs ne connaissent pas la portée de cette réforme, ni ses points clés. *In fine*, ces derniers sont encore moins en capacité de mesurer leurs propres engagements en souscrivant un crédit à la consommation. Des actions d'information à des fins pédagogiques à destination des consommateurs-emprunteurs pourraient être organisées afin de rééquilibrer le rapport de force et que ces derniers puissent contracter et gérer leur crédit en connaissance de cause.

Enfin, si les chiffres globaux montrent un maintien, voire un développement, du prêt personnel et un très net repli du crédit renouvelable, il n'est pas possible de conclure que cette évolution est exclusivement liée à la LCC. Il manque des statistiques cohérentes et détaillées sur le marché du crédit à la consommation en France pour comprendre les évolutions de ce marché. Plusieurs organismes en publient par type de produit de crédit à la consommation, mais leurs périmètres sont différents et ne permettent pas de reconstituer l'intégralité du marché selon plusieurs axes d'analyse. Il est impossible de faire des recoupements par produit, par acteur ou par canal de distribution que ce soit en termes d'encours ou de production. La mise en place d'une base de données de référence permettrait de donner une meilleure lecture sur les évolutions de ce marché, voire de mesurer au fil de l'eau les effets de tel ou tel facteur économique ou de telle ou telle mesure prise par le législateur.

# ANNEXES

<b>ANNEXE 1</b>	<b>REVUE D'UNE ÉTUDE D'IMPACT RÉALISÉE EN AVRIL 2009</b>	<b>49</b>
<b>ANNEXE 2</b>	<b>AVERTISSEMENT SUR LES STATISTIQUES ET ACRONYMES</b>	<b>53</b>
<b>ANNEXE 3</b>	<b>ENTITÉS ASSOCIÉES À CETTE ÉTUDE</b>	<b>55</b>
<b>ANNEXE 4</b>	<b>ILLUSTRATIONS</b>	<b>59</b>
<b>ANNEXE 5</b>	<b>AVIS DU CCSF SUR LE BILAN DE LA RÉFORME DE L'ASSURANCE EMPRUNTEUR PAR LA LOI LAGARDE DU 1<sup>ER</sup> JUILLET 2010</b>	<b>65</b>
<b>ANNEXE 6</b>	<b>Liste des publications du Comité consultatif du secteur financier</b>	<b>69</b>



## Revue d'une étude d'impact réalisée en avril 2009

### IMPACT SUR LES ENCOURS DE CRÉDITS

Les mesures visant à renforcer l'encadrement de la publicité, à mieux informer les emprunteurs et à responsabiliser la distribution du crédit sur le lieu de vente pourraient, dans un premier temps, restreindre les crédits à la consommation.

- Les différentes mesures du projet de loi visant à responsabiliser la distribution du crédit à la consommation et à améliorer la protection et l'information de l'emprunteur auront vraisemblablement un effet négatif à la fois sur la demande et sur l'offre de crédit, au moins dans un premier temps. S'agissant de la demande, il est probable que le supplément d'information fourni aux emprunteurs éventuels aura un effet dissuasif sur certains consommateurs, ceux-ci étant mieux informés des coûts liés au crédit contracté et étant moins sujets aux sollicitations commerciales des prêteurs. En outre, l'établissement d'une fiche informative à remplir sur le lieu de vente et pour les crédits conclus à distance pourrait avoir un effet restrictif sur les achats « impulsifs » financés à crédit. Un effet similaire peut être attendu de la disposition relative aux cartes de fidélité proposant une fonction crédit.

- Une baisse de la demande liée au contexte économique et moins aux contraintes de la LCC.

- Un parcours client plus complexe à distance.

- S'agissant de l'offre de crédit, dans un premier temps, les dispositions relatives au crédit responsable (en particulier, l'évaluation de la solvabilité) pourraient inciter les prêteurs à exclure certains profils d'emprunteur risqués.

- Le développement de tarifications différenciées.

- Une éviction des clients risqués pour maintenir des niveaux de rentabilité.

- Une tendance similaire pour les partenariats entre distributeurs et prêteurs avec la renégociation ou l'arrêt de ces partenariats qui pourrait conduire à freiner l'activité de crédit dans des magasins et, par voie de conséquence, à une baisse de la consommation.

Les mesures visant à renforcer la responsabilité des prêteurs pourraient, à moyen terme, accroître les crédits à la consommation.

- Les mesures visant à renforcer la responsabilité des prêteurs pourraient avoir à moyen terme un effet positif sur les volumes de prêts à la consommation. En effet, une meilleure information des prêteurs sur la solvabilité des emprunteurs doit leur permettre de tarifier de façon plus adaptée le risque. Plus généralement, les dispositions du projet de loi renforcent le caractère responsable de la distribution du crédit à la consommation. Elles devraient dans ces conditions permettre une stabilité du développement du crédit à la consommation sur le long terme.

- Non observé

Les mesures concernant le surendettement ne devraient pas avoir d'effet direct immédiat sur les volumes de crédits à la consommation.

- La modification de la procédure de surendettement n'a pas d'effet direct attendu sur le développement du crédit à la consommation. Indirectement, elle s'inspire toutefois de l'objectif de développement du crédit responsable. En effet, le rebond des personnes surendettées à travers notamment la réduction des durées d'inscription au FICP est d'autant plus aisé à envisager qu'elle s'inscrit dans un contexte de renforcement de la vérification de la solvabilité des emprunteurs.

- Non étudié

## IMPACT SUR LES PRÊTEURS

### Des procédures plus contraignantes et des coûts de gestion supplémentaires

- Outre l'impact négatif à court terme qu'aura le projet de loi sur le volume de crédits qu'ils accordent, les prêteurs devront vraisemblablement faire face à une augmentation de leurs coûts de gestion liés aux nouvelles procédures. La consultation obligatoire du FICP, la distribution de la fiche informative et de la fiche d'information précontractuelle constituent autant de mesures nouvelles dont la mise en œuvre repose sur les prêteurs et qui vont augmenter leurs coûts de gestion. Ces mesures affecteront également les services financiers à distance, puisque la fiche informative, destinée à permettre d'évaluer les revenus et l'endettement de l'emprunteur, devra être remplie également par l'emprunteur qui sollicite un crédit en ligne.
- Le coût de mise en œuvre de la LCC est conséquent. Il est supporté en grande partie par les établissements spécialisés (modifications du moteur de calcul, refonte de l'éditique, refonte des processus d'acceptation).

### Des contraintes plus fortes au niveau de la rentabilité du crédit renouvelable

- Les mesures spécifiques au crédit renouvelable vont peser sur la rentabilité de ce produit. En particulier, l'amortissement minimum constitue un changement majeur pour les prêteurs dans la mesure où il rapproche le crédit renouvelable d'un crédit amortissable, modifiant ainsi profondément le modèle économique sur lequel il est fondé. En effet, la rentabilité du crédit renouvelable repose aujourd'hui sur des tirages qui sont de faible montant (80 % des tirages en 2007 étaient inférieurs à 250 euros) mais dont la succession permet de compenser l'existence de frais fixes initiaux élevés. Ces effets se feront sans doute plus sentir sur les établissements spécialisés de taille réduite, et sur ceux dont les produits s'adressent aux populations les plus risquées.
- Les impacts sur le compte de résultat des établissements de crédit sont lourds.
- Des impacts sur les effectifs des établissements de crédit spécialisés à prévoir.

## IMPACT SUR LES COMMERÇANTS

- Au-delà de l'impact potentiellement négatif à court terme que le projet de loi pourrait avoir sur la consommation, les commerçants sont directement concernés par les mesures visant le crédit sur le lieu de vente, dans la mesure où plusieurs d'entre eux ont des filiales financières distribuant du crédit. À ce titre, les dispositions sur le crédit renouvelable, et notamment le dispositif prévu pour les cartes cumulant des fonctions crédit, paiement et fidélité, pourraient peser sur leur activité. Plus des trois quarts des comptes de crédit renouvelable ouverts sont utilisés avec une carte privative (ainsi dénommée car ce type de carte est généralement émis par un distributeur et accepté uniquement par celui-ci), selon le rapport du CCSF sur le crédit renouvelable. Il est vraisemblable que le projet de loi pèsera, au moins dans un premier temps, sur une partie de cet encours.
- Des situations différentes selon les distributeurs/commerçants qui connaissent soit un maintien, soit une baisse du chiffre d'affaires.
- Une orientation plus forte vers le crédit affecté ou les opérations de crédit hors LCC ?

## EFFETS ATTENDUS POUR LES EMPRUNTEURS

- Compte tenu de leur surreprésentation dans l'usage du crédit renouvelable, les dispositions du projet de loi auront un impact plus particulier sur les ménages modestes (déciles 2, 3 et 4 de revenus) et leur relation au

crédit, invitant à rechercher un équilibre entre prévention et accès. Le nombre des débiteurs qui pourraient bénéficier d'un traitement accéléré de leur dossier par rapport à la situation actuelle peut être évalué entre 40 000 et 50 000 par an dont plus de 16 000 au titre de la possibilité reconnue aux commissions d'imposer des mesures sans homologation et près de 30 000 au titre de la simplification de la procédure de rétablissement personnel sans liquidation judiciaire. Les personnes qui sont inscrites au fichier des incidents de remboursement des crédits aux particuliers (2,408 millions au 31 décembre 2008) verront leur droit d'accès, d'information et de contestation des inscriptions erronées renforcé dès la publication de la loi. L'inscription des personnes concernées par des incidents mais qui ne font pas l'objet d'une procédure de surendettement reste limitée à une durée maximale de 5 ans.

- À compter de l'entrée en vigueur des dispositions relatives à la réforme de la procédure de surendettement, les personnes inscrites au FICP au titre d'une procédure de surendettement ou qui déposeront un dossier à compter de l'entrée en vigueur du nouveau dispositif, bénéficieront :
  - de la radiation anticipée automatique au-delà d'une période de 5 ans sans incident de remboursement ;
  - et du plafonnement des inscriptions au titre de la procédure de rétablissement personnel à une durée de 5 années (contre 8 années actuellement).
- La radiation anticipée des personnes engagées dans une procédure de surendettement et inscrites depuis 5 ans au moins au FICP sans qu'un nouvel incident ait été enregistré sur cette période devrait concerner 110 000 personnes environ à l'entrée en vigueur des dispositions. La radiation du fichier devrait être pratiquement immédiate pour cette population. Les personnes déjà inscrites dans le fichier au titre d'une procédure de rétablissement personnel seront concernées progressivement par la radiation du FICP au terme de 5 années d'inscription. Compte tenu du caractère récent de la procédure instaurée en 2003 mais effectivement mise en œuvre au cours de l'année 2004, le nombre de personnes inscrites depuis 5 années ne sera significatif qu'à compter de l'année 2010. Au total, entre 2004 et 2008, plus de 100 000 dossiers ont été orientés vers la procédure de rétablissement personnel mais il est difficile d'évaluer précisément le nombre des procédures clôturées pour chacune des années concernées et qui font courir le nouveau délai de 5 ans.

### IMPACT POUR LES FINANCES PUBLIQUES

- Les charges liées à la procédure de surendettement sont assumées par l'État au titre de la compensation à la Banque de France des missions d'intérêt général assumées pour le compte de l'État et des charges de fonctionnement de la Justice. Globalement, la charge pour l'État ne devrait pas être modifiée du fait de la réforme.
  - Non étudié





## Avertissement sur les statistiques et acronymes

### LES STATISTIQUES OFFICIELLES SUR LE CRÉDIT À LA CONSOMMATION EN FRANCE

Pour les besoins de cette étude, les données afférentes au crédit à la consommation émanent de quatre sources différentes :

- des établissements de crédit qui ont répondu aux questionnaires qualitatifs détaillés ;
- de la Banque de France qui publie trimestriellement des données sur les encours bruts totaux et par produits (hors titrisation) issues des statistiques monétaires relatives à la métropole et aux départements d'outre-mer (DOM) ;
- de l'Association française des sociétés financières (ASF) qui publie des données trimestrielles sur les encours et la production totale par produits des établissements de crédit spécialisés ;
- de l'Autorité de contrôle prudentiel (ACP).

Il existe ainsi des différences liées à des écarts de périmètre géographique ou sectoriel entre les diverses statistiques, et, selon certaines années, des différences relatives à un nombre d'adhérents différent.

### LES ACRONYMES UTILISÉS DANS LE RAPPORT

#### Acronymes utilisés

Acronymes	Signification
ASF	Association française des sociétés financières
ACP	Autorité de contrôle prudentiel
BdF	Banque de France
CCSF	Comité consultatif du secteur financier
DCC	Directive européenne sur le crédit aux consommateurs
DGCCRF	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
PIB	Produit intérieur brut
PNB	Produit net bancaire
TEG	Taux effectif global
VPC	Vente par correspondance



## Entités associées à cette étude

### LES VINGT-NEUF ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT AYANT RÉPONDU AU QUESTIONNAIRE DÉTAILLÉ DE L'ÉTUDE

Les vingt-neuf entités suivantes ont fait l'objet d'une analyse détaillée :

#### Établissements de crédit ayant répondu au questionnaire détaillé

Les dix établissements bancaires	Les dix-neuf établissements de crédit spécialisés
<b>BNP Paribas</b>	<b>Banque Accord</b>
<b>Crédit agricole</b>	<b>Banque Casino</b>
<b>Crédit municipal de Paris</b>	<b>BMW Financial Services France</b>
<b>Crédit mutuel – CIC</b>	<b>Carrefour Banque</b>
<b>Crédit du Nord</b>	<b>Cetelem</b> (réseau France dont Facet, Fidem, Norrskén, Loisirs Finance)
<b>Groupe BPCE</b> (Banques populaires, Caisses d'épargne) <i>via</i> Natixis Financement	<b>CGI</b>
La Banque Postale <i>via</i>	<b>Cofidis France</b> hors C2C Camif, Crédifis, Monabanq, Compagnie de gestion des prêts
La Banque Postale Financement	<b>Crédipar</b>
<b>LCL</b>	<b>Crédit agricole Consumer Finance dont Sofinco</b> (réseau France, Créalfi, Alsolia, Ménafinance, Sedef) <b>et Finaref</b>
<b>Société générale</b>	<b>Crédit foncier de France</b>
	<b>DIAC</b>
	<b>Financo</b>
	<b>FCE Bank Plc</b>
	<b>Franfinance</b>
	<b>La Banque Postale Financement</b>
	<b>LaSer Cofinoga</b> (Cofinoga, Médiatis, Netvalor, Soficarte)
	<b>Mercedes-Benz Financial Services France</b>
	<b>Natixis Financement</b>
	<b>Socram</b>
	<b>Toyota Financial Services France</b>

*Note : Les établissements ayant répondu individuellement aux questionnaires sont indiqués en gras.  
Source : Athling*

Les données macrosectorielles de référence sont issues de la Banque de France et de la Commission bancaire, même si la cohérence des chiffres entre ces deux sources n'est pas systématique.

Si les taux de complétude des questionnaires sont globalement satisfaisants, certaines réponses ont fait l'objet de retraitement ou ont été écartées du fait d'anomalies constatées ou d'incohérences.

Pour mesurer la représentativité de nos chiffres, nous avons indiqué sur les graphiques majeurs un indice de représentativité (IR). L'indice de représentativité est égal au ratio entre l'encours cumulé des sociétés prises en compte ramené à l'encours total de notre échantillon qui représente 90 % du marché du crédit à la consommation en France.

### LES ENTITÉS RENCONTRÉES

Les établissements rencontrés dans le cadre de nos travaux sont listés ci-après. Les établissements de crédit ont fait l'objet souvent de plusieurs entretiens. Le nombre total d'entretiens est de l'ordre de 190 (hors visites sur site ou contacts téléphoniques pour analyser le processus de vente). Ce chiffre ne tient pas compte des points intermédiaires avec les membres du comité de pilotage de cette étude.

## Les établissements de crédit

### Trente et un établissements de crédit rencontrés (entretiens sur site ou par téléphone)

Les dix établissements bancaires	Les vingt et un établissements de crédit spécialisés
<b>BNP Paribas</b>	<i>Banque Accord</i>
<b>Crédit agricole</b>	<i>Banque Casino</i>
<b>Crédit municipal de Paris</b>	<i>BMW Financial Services France</i>
<b>Crédit mutuel – CIC</b>	<i>Carrefour Banque</i>
<i>Crédit du Nord</i>	<b>Cetelem</b>
<b>Groupe BPCE</b> (Banques populaires, Caisses d'épargne)	<b>CGI</b>
<b>La Banque Postale</b>	<b>Cofidis France</b> hors C2C Camif, Crédifis, Monabanq, Compagnie de gestion des prêts
<b>LCL</b>	<b>Crédipar</b>
<b>Société générale</b>	<b>Crédit agricole Consumer Finance</b>
	<i>Crédit foncier de France</i>
	<b>DIAC</b>
	<i>Financo</i>
	<i>FCE Bank Plc</i>
	<b>Franfinance</b>
	<b>La Banque Postale Financement</b>
	<b>LaSer Cofinoga</b> (Cofinoga, Médiatis, Netvalor, Soficarte)
	<i>Mercedes-Benz Financial Services France</i>
	<b>Natixis Financement</b>
	<i>PGA Financement</i>
	<i>Socram</i>
	<b>Toyota Financial Services France</b>

Note : Les établissements rencontrés dans le cadre de l'étude sont indiqués en gras. Les établissements de crédit en italique ont été contactés par téléphone.  
Source : Athling

## Les associations de consommateurs, associations humanitaires et syndicats

### Onze associations de consommateurs, associations humanitaires rencontrées et syndicats

Nom des organismes rencontrés
Association Force ouvrière consommateurs (AFOC)
Association française des usagers des banques (AFUB)
Confédération de la consommation, du logement et du cadre de vie (CLCV)
Confédération française démocratique du travail (CFDT)
Confédération française de l'encadrement – Confédération générale des cadres (CFE – CGC)
Familles de France
Familles rurales
Organisation générale des consommateurs (ORGECO)
Secours catholique
Union fédérale des consommateurs (UFC) – Que Choisir
Union nationale des associations familiales (UNAF)

Source : Athling

## Les entreprises du commerce et de la distribution

### Trente-neuf entreprises du commerce et de la distribution associées à cette étude

Les neuf enseignes ou groupements d'enseignes dont un dirigeant a été interviewé	Les trente-huit enseignes visitées
3 Suisses But Carrefour Darty Groupe Digital Groupe PGA La Redoute Le Mobilier Européen Le Printemps	<b>Distributeurs à dominante alimentaire (3)</b>
	Auchan Carrefour Géant Casino
	<b>Distributeurs spécialisés (23)</b>
	Alain Afflelou Atlas Boulangier Bricorama But Castorama Conforama Connexion Crozatier Darty Décathlon Fly FNAC Général d'Optique Groupe Digital Hygena Ikea Lapeyre Leroy Merlin Lissac Schmidt Toys R Us Virgin
	<b>Grands magasins (2)</b>
	Galeries Lafayette Le Printemps
	<b>Vente par correspondance (3)</b>
	3 Suisses Camif La Redoute
	<b>Sites web marchands (7)</b>
	Brandalley CDiscount Mistergooddeal Pixmania Priceminister Rue du commerce Free

Source : Athling

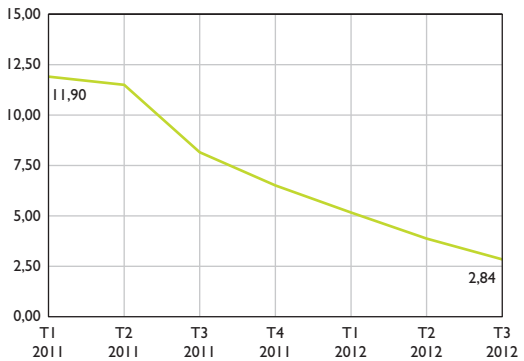
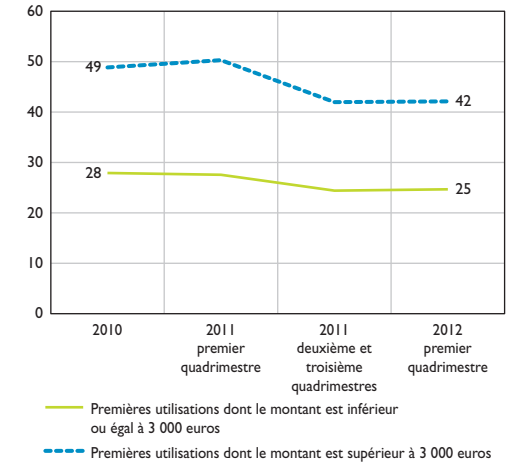
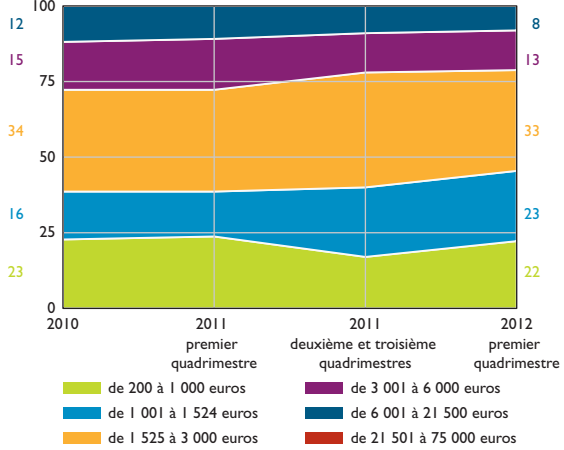
**Les organismes représentant les pouvoirs publics, des clientèles de professionnels et d'entreprises des établissements de crédit, les syndicats des établissements de crédit, des élus**

**Seize organismes rencontrés représentant les pouvoirs publics, des clientèles de professionnels et d'entreprises des établissements de crédit, les syndicats des établissements de crédit, des élus**

Nom des organismes rencontrés
Association française des sociétés financières (ASF)
Autorité de contrôle prudentiel (ACP)
Banque de France (direction des Particuliers, direction générale des Statistiques)
Comité consultatif du secteur financier (CCSF)
Conseil du commerce de France
Fédération bancaire française (FBF)
Fédération du commerce et de la distribution (FCD)
Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)
Institut national de la consommation (INC)
Médiateur auprès de l'Association des sociétés financières
Médiatrice auprès de BNP Paribas
Mercatel
Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi – Direction générale du Trésor (DGT)
Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi – Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)
Université de Nanterre

Source : Athling

## Illustrations

Graphiques	Commentaires
<p><b>G1 Courbe de convergence des taux d'usure</b> (en %)</p>  <p>Sources : Banque de France, analyses Athling</p>	<p>La convergence des taux d'usure est en cours. L'écart entre le taux d'usure du prêt personnel et celui du crédit renouvelable (et du crédit affecté) est passé de 11,90 % à 2,84 %.</p>
<p><b>G2 Durées moyennes de remboursement des premières utilisations</b> (en mois)</p>  <p>Source : Analyses Athling (IR = 35 %)</p>	<p>Entre l'année 2010 et le 1<sup>er</sup> trimestre 2012, les durées moyennes de remboursement des premières utilisations ont diminué pour les montants inférieurs et supérieurs à 3 000 euros. Les établissements de crédit ont augmenté la dégressivité, entraînant mécaniquement une hausse des mensualités et donc une diminution de la durée moyenne de remboursement.</p> <p>Concernant les premières utilisations d'un montant inférieur à 3 000 euros, les durées moyennes de remboursement ont diminué de 3 mois, passant de 28 à 25 mois en moyenne entre l'année 2010 et le 1<sup>er</sup> trimestre de l'année 2012. La diminution de la durée moyenne de remboursement est encore plus nette pour les montants supérieurs à 3 000 euros, passant de 49 à 42 mois, soit une diminution de 7 mois en moyenne.</p>
<p><b>G3 Nombre de comptes de crédit renouvelable ouverts par tranche de montant</b> (en %)</p>  <p>Source : Analyses Athling (IR = 91 %)</p>	<p>Le nombre de comptes de crédit renouvelable ouverts pour un montant inférieur ou égal à 3 000 euros a augmenté de 6,8 % entre l'année 2010 et le 1<sup>er</sup> trimestre de l'année 2012.</p> <p><i>A contrario</i>, pour un montant supérieur à 3 000 euros, le nombre de comptes de crédit renouvelable ouverts a diminué de 22,2 %, passant de 27 % à 21 %.</p> <p>Cette évolution va dans le sens souhaité par le législateur.</p>

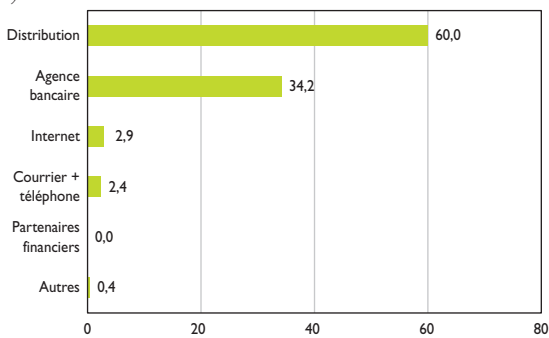
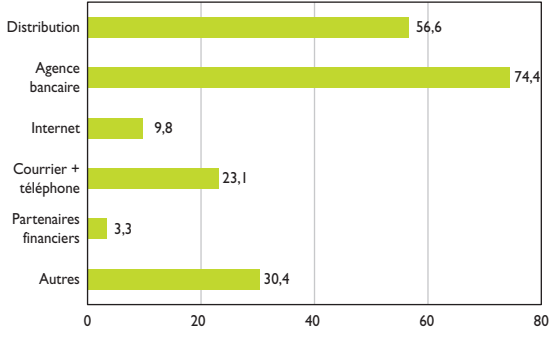
Graphiques	Commentaires																																			
<p><b>G4 Nombre de contrats de prêt personnel produits par tranche de montant</b></p> <p>(en %)</p> <table border="1"> <caption>Données pour G4 (en %)</caption> <thead> <tr> <th>Tranche de montant (euros)</th> <th>2010</th> <th>2011 premier trimestre</th> <th>2011 deuxième et troisième trimestres</th> <th>2012 premier trimestre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>de 200 à 1 000 euros</td> <td>6</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>de 1 001 à 1 524 euros</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>de 1 525 à 3 000 euros</td> <td>13</td> <td>13</td> <td>13</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>de 3 001 à 6 000 euros</td> <td>25</td> <td>25</td> <td>24</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>de 6 001 à 21 500 euros</td> <td>46</td> <td>46</td> <td>46</td> <td>46</td> </tr> <tr> <td>de 21 501 à 75 000 euros</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 91 %)</p>	Tranche de montant (euros)	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre	de 200 à 1 000 euros	6	4	4	5	de 1 001 à 1 524 euros	4	4	4	4	de 1 525 à 3 000 euros	13	13	13	13	de 3 001 à 6 000 euros	25	25	24	24	de 6 001 à 21 500 euros	46	46	46	46	de 21 501 à 75 000 euros	2	2	2	8	<p>L'activité de prêt personnel est donc largement concentrée sur les montants supérieurs à 3 000 euros puisqu'elle représente près de 80 % des contrats produits.</p> <p>Le relèvement de 21 500 à 75 000 euros du montant des prêts en dessous duquel les règles de protection du <i>Code de la consommation</i> s'appliquent semble largement bénéficier au prêt personnel.</p>
Tranche de montant (euros)	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre																																
de 200 à 1 000 euros	6	4	4	5																																
de 1 001 à 1 524 euros	4	4	4	4																																
de 1 525 à 3 000 euros	13	13	13	13																																
de 3 001 à 6 000 euros	25	25	24	24																																
de 6 001 à 21 500 euros	46	46	46	46																																
de 21 501 à 75 000 euros	2	2	2	8																																
<p><b>G5 Nombre de contrats de crédit affecté produits par tranche de montant</b></p> <p>(en %)</p> <table border="1"> <caption>Données pour G5 (en %)</caption> <thead> <tr> <th>Tranche de montant (euros)</th> <th>2010</th> <th>2011 premier trimestre</th> <th>2011 deuxième et troisième trimestres</th> <th>2012 premier trimestre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>de 200 à 1 000 euros</td> <td>54</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>de 1 001 à 1 524 euros</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>de 1 525 à 3 000 euros</td> <td>11</td> <td>13</td> <td>13</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>de 3 001 à 6 000 euros</td> <td>11</td> <td>11</td> <td>11</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>de 6 001 à 21 500 euros</td> <td>16</td> <td>18</td> <td>18</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>de 21 501 à 75 000 euros</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 100 %)</p>	Tranche de montant (euros)	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre	de 200 à 1 000 euros	54	50	50	50	de 1 001 à 1 524 euros	7	7	7	7	de 1 525 à 3 000 euros	11	13	13	13	de 3 001 à 6 000 euros	11	11	11	11	de 6 001 à 21 500 euros	16	18	18	18	de 21 501 à 75 000 euros	2	2	2	2	<p>Le nombre de contrats de crédit affecté produits pour un montant inférieur ou égal à 3 000 euros a diminué de 2,8 % entre l'année 2010 et le 1<sup>er</sup> trimestre de l'année 2012, tandis que pour un montant supérieur à 3 000 euros, le nombre de contrats produits a augmenté de 6,9 %, passant de 29 % à 31 %.</p> <p>L'activité de crédit affecté est largement concentrée sur les petits montants. En effet, les montants compris entre 200 et 1 000 euros représentaient 54 % des contrats produits en 2010 contre 50 % au 1<sup>er</sup> trimestre 2012.</p>
Tranche de montant (euros)	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre																																
de 200 à 1 000 euros	54	50	50	50																																
de 1 001 à 1 524 euros	7	7	7	7																																
de 1 525 à 3 000 euros	11	13	13	13																																
de 3 001 à 6 000 euros	11	11	11	11																																
de 6 001 à 21 500 euros	16	18	18	18																																
de 21 501 à 75 000 euros	2	2	2	2																																
<p><b>G6 Évolution du portefeuille de comptes de crédit renouvelable en nombre et par niveau d'activité</b></p> <p>(en millions d'unités)</p> <table border="1"> <caption>Données pour G6 (en millions d'unités)</caption> <thead> <tr> <th>Niveau d'activité</th> <th>2010</th> <th>2011 premier trimestre</th> <th>2011 deuxième et troisième trimestres</th> <th>2012 premier trimestre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Comptes actifs, c'est-à-dire ayant généré des remboursements</td> <td>20,2</td> <td>16,8</td> <td>16,8</td> <td>16,8</td> </tr> <tr> <td>Comptes ayant au moins un mouvement comptable</td> <td>1,3</td> <td>0,9</td> <td>0,9</td> <td>0,9</td> </tr> <tr> <td>Comptes inactifs</td> <td>19,6</td> <td>18,3</td> <td>18,3</td> <td>18,3</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 98 %)</p>	Niveau d'activité	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre	Comptes actifs, c'est-à-dire ayant généré des remboursements	20,2	16,8	16,8	16,8	Comptes ayant au moins un mouvement comptable	1,3	0,9	0,9	0,9	Comptes inactifs	19,6	18,3	18,3	18,3	<p>Entre l'année 2010 et le premier trimestre de l'année 2012, c'est-à-dire en l'espace de 16 mois, la composition du portefeuille de comptes de crédit renouvelable s'est modifiée. La baisse du nombre de comptes est générale que se soit pour les comptes actifs, ou pour ceux ayant au moins un mouvement comptable ou encore pour les comptes inactifs.</p> <p>Le nombre de comptes de crédit renouvelable actifs a diminué de 16,8 % (soit une baisse de 3,4 millions de comptes).</p> <p>Le nombre de comptes de crédit renouvelable ayant au moins un mouvement comptable a connu une baisse de 30,8 %, passant de 1,3 à 0,9 million de comptes.</p> <p>Enfin, le nombre de comptes inactifs a aussi connu une diminution de 6,6 %, passant de 19,6 millions à 18,3 millions en 16 mois (soit une baisse de 1,3 million de comptes).</p>															
Niveau d'activité	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre																																
Comptes actifs, c'est-à-dire ayant généré des remboursements	20,2	16,8	16,8	16,8																																
Comptes ayant au moins un mouvement comptable	1,3	0,9	0,9	0,9																																
Comptes inactifs	19,6	18,3	18,3	18,3																																



Graphiques	Commentaires																														
<p><b>G7 Évolution du portefeuille de comptes de crédit renouvelable en nombre et par type de support</b> (en millions d'unités)</p> <table border="1"> <caption>Data for G7: Evolution of revolving credit accounts (in millions)</caption> <thead> <tr> <th>Support</th> <th>2010</th> <th>2011 premier trimestre</th> <th>2011 deuxième et troisième trimestres</th> <th>2012 premier trimestre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sans carte</td> <td>4,8</td> <td>4,3</td> <td>4,3</td> <td>4,3</td> </tr> <tr> <td>Avec une carte privative</td> <td>27,1</td> <td>22</td> <td>22</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>Avec une carte bancaire (débit/crédit)</td> <td>5,3</td> <td>7,2</td> <td>7,2</td> <td>7,2</td> </tr> <tr> <td>Adossés à un compte bancaire</td> <td>0,6</td> <td>0,7</td> <td>0,7</td> <td>0,7</td> </tr> <tr> <td>Crédit "gratuit"</td> <td>0,7</td> <td>0,7</td> <td>0,7</td> <td>0,7</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 90 %)</p>	Support	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre	Sans carte	4,8	4,3	4,3	4,3	Avec une carte privative	27,1	22	22	22	Avec une carte bancaire (débit/crédit)	5,3	7,2	7,2	7,2	Adossés à un compte bancaire	0,6	0,7	0,7	0,7	Crédit "gratuit"	0,7	0,7	0,7	0,7	<p>Les comptes adossés à une carte bancaire (débit/crédit) ont connu une forte progression, passant de 5,3 à 7,2 millions de comptes, soit une augmentation de 35,8 %. Des prêteurs ont basculé des cartes privatives en cartes bancaires.</p> <p>Les autres types de support ont connu une diminution en nombre entre l'année 2010 et le 1<sup>er</sup> trimestre 2012. Tout d'abord, le nombre de comptes de crédit renouvelable sans carte a connu une baisse de 10,4 %, passant de 4,8 à 4,3 millions. Ensuite, les comptes adossés à une carte privative ont connu la plus forte diminution, passant de 27,1 à 22 millions, soit une baisse de 18,8 %.</p>
Support	2010	2011 premier trimestre	2011 deuxième et troisième trimestres	2012 premier trimestre																											
Sans carte	4,8	4,3	4,3	4,3																											
Avec une carte privative	27,1	22	22	22																											
Avec une carte bancaire (débit/crédit)	5,3	7,2	7,2	7,2																											
Adossés à un compte bancaire	0,6	0,7	0,7	0,7																											
Crédit "gratuit"	0,7	0,7	0,7	0,7																											
<p><b>G8 Nombre de comptes de crédit renouvelable fermés par origine de la fermeture</b> (en %)</p> <table border="1"> <caption>Data for G8: Reasons for revolving credit account closures (%)</caption> <thead> <tr> <th>Origine de la fermeture</th> <th>2010</th> <th>Post-LCC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Remboursement anticipé</td> <td>2,60</td> <td>2,10</td> </tr> <tr> <td>Augmentation de la mensualité</td> <td>1,50</td> <td>1,14</td> </tr> <tr> <td>Non-reconduction du contrat (à date anniversaire)</td> <td>1,50</td> <td>1,66</td> </tr> <tr> <td>Non-reconduction du contrat (solvabilité)</td> <td>0,00</td> <td>0,46</td> </tr> <tr> <td>Inactivité</td> <td>6,72</td> <td>6,64</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 51 %)</p>	Origine de la fermeture	2010	Post-LCC	Remboursement anticipé	2,60	2,10	Augmentation de la mensualité	1,50	1,14	Non-reconduction du contrat (à date anniversaire)	1,50	1,66	Non-reconduction du contrat (solvabilité)	0,00	0,46	Inactivité	6,72	6,64	<p>L'inactivité reste la première cause de fermeture de comptes de crédit renouvelable. En 2010, elle représentait 6,72 % contre 6,64 % suite à la mise en application de la LCC.</p> <p>Les fermetures de comptes pour cause d'un remboursement anticipé constituent la seconde cause de fermeture. En effet, en 2010, les comptes fermés <i>via</i> un remboursement anticipé représentaient 2,6 % des fermetures contre 2,1 % après l'application de la LCC.</p>												
Origine de la fermeture	2010	Post-LCC																													
Remboursement anticipé	2,60	2,10																													
Augmentation de la mensualité	1,50	1,14																													
Non-reconduction du contrat (à date anniversaire)	1,50	1,66																													
Non-reconduction du contrat (solvabilité)	0,00	0,46																													
Inactivité	6,72	6,64																													
<p><b>G9 Nombre de comptes de crédit renouvelable par ancienneté d'ouverture</b> (en nombre de comptes)</p> <table border="1"> <caption>Data for G9: Number of revolving credit accounts by age group</caption> <thead> <tr> <th>Tranche d'ancienneté</th> <th>2010</th> <th>2011</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ouverts il y a au moins 10 ans</td> <td>8 596 459</td> <td>7 411 725</td> </tr> <tr> <td>Entre 5 ans et moins de 10 ans</td> <td>7 342 722</td> <td>4 869 275</td> </tr> <tr> <td>Entre 3 ans et moins de 5 ans</td> <td>5 460 366</td> <td>3 735 540</td> </tr> <tr> <td>Entre 2 ans et moins de 3 ans</td> <td>3 309 298</td> <td>2 120 233</td> </tr> <tr> <td>Entre un an et moins de 2 ans</td> <td>3 485 936</td> <td>2 953 807</td> </tr> <tr> <td>Moins d'un an</td> <td>3 213 640</td> <td>2 189 696</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 94 %)</p>	Tranche d'ancienneté	2010	2011	Ouverts il y a au moins 10 ans	8 596 459	7 411 725	Entre 5 ans et moins de 10 ans	7 342 722	4 869 275	Entre 3 ans et moins de 5 ans	5 460 366	3 735 540	Entre 2 ans et moins de 3 ans	3 309 298	2 120 233	Entre un an et moins de 2 ans	3 485 936	2 953 807	Moins d'un an	3 213 640	2 189 696	<p>Le portefeuille de comptes de crédit renouvelable s'est rajeuni entre 2010 et 2011. Les fermetures de comptes ont été plus nombreuses pour les générations de comptes ayant entre 5 et 10 ans d'ancienneté.</p>									
Tranche d'ancienneté	2010	2011																													
Ouverts il y a au moins 10 ans	8 596 459	7 411 725																													
Entre 5 ans et moins de 10 ans	7 342 722	4 869 275																													
Entre 3 ans et moins de 5 ans	5 460 366	3 735 540																													
Entre 2 ans et moins de 3 ans	3 309 298	2 120 233																													
Entre un an et moins de 2 ans	3 485 936	2 953 807																													
Moins d'un an	3 213 640	2 189 696																													

A4

Graphiques	Commentaires																														
<p><b>G10 Nombre d'utilisation de comptes de crédit renouvelable ouverts par canal d'entrée en contact</b></p> <p>(en %)</p> <table border="1"> <caption>Données pour G10</caption> <thead> <tr> <th>Période</th> <th>Guichets ou distributeurs bancaires (GAB, DAB)</th> <th>Agence bancaire</th> <th>À distance (téléphone, Internet)</th> <th>Lieu de vente</th> <th>Autres</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>58</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>2011 premier trimestre</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>57</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>2011 deuxième et troisième trimestres</td> <td>15</td> <td>0</td> <td>19</td> <td>57</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>2012 premier trimestre</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>19</td> <td>59</td> <td>7</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 77 %)</p>	Période	Guichets ou distributeurs bancaires (GAB, DAB)	Agence bancaire	À distance (téléphone, Internet)	Lieu de vente	Autres	2010	14	0	20	58	8	2011 premier trimestre	14	0	20	57	8	2011 deuxième et troisième trimestres	15	0	19	57	8	2012 premier trimestre	14	0	19	59	7	<p>Le poids des différents canaux d'entrée d'utilisation du crédit renouvelable a évolué très sensiblement entre l'année 2010 et le 1<sup>er</sup> trimestre 2012.</p> <p>Le lieu de vente est le plus utilisé par les clients (de 58 % en 2010 à 59 % en 2012).</p>
Période	Guichets ou distributeurs bancaires (GAB, DAB)	Agence bancaire	À distance (téléphone, Internet)	Lieu de vente	Autres																										
2010	14	0	20	58	8																										
2011 premier trimestre	14	0	20	57	8																										
2011 deuxième et troisième trimestres	15	0	19	57	8																										
2012 premier trimestre	14	0	19	59	7																										
<p><b>G11 Nombre de comptes de prêt personnel souscrits par canal d'entrée en contact</b></p> <p>(en %)</p> <table border="1"> <caption>Données pour G11</caption> <thead> <tr> <th>Période</th> <th>Agence bancaire</th> <th>À distance (courrier, téléphone, Internet)</th> <th>Autres</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2010</td> <td>80</td> <td>18</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>2011 premier trimestre</td> <td>77</td> <td>22</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>2011 deuxième et troisième trimestres</td> <td>77</td> <td>22</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>2012 premier trimestre</td> <td>74</td> <td>24</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 48 %)</p>	Période	Agence bancaire	À distance (courrier, téléphone, Internet)	Autres	2010	80	18	2	2011 premier trimestre	77	22	1	2011 deuxième et troisième trimestres	77	22	1	2012 premier trimestre	74	24	2	<p>Le canal « agence bancaire » est le canal d'entrée en contact le plus utilisé par les clients pour la souscription d'un prêt personnel. Cependant, le poids de ce canal a diminué entre l'année 2010 et le 1<sup>er</sup> trimestre 2012, passant de 80 % à 74 %, soit une diminution de 7,5 %.</p> <p>Le poids du canal à distance (courrier, téléphone, Internet) augmente sur la période, passant de 18 % à 24 %, soit une augmentation de 33,3 %.</p>										
Période	Agence bancaire	À distance (courrier, téléphone, Internet)	Autres																												
2010	80	18	2																												
2011 premier trimestre	77	22	1																												
2011 deuxième et troisième trimestres	77	22	1																												
2012 premier trimestre	74	24	2																												
<p><b>G12 Répartition des demandes d'ouverture de compte de crédit renouvelable par canal</b></p> <p>(en %)</p> <table border="1"> <caption>Données pour G12</caption> <thead> <tr> <th>Canal</th> <th>Pourcentage (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Distribution</td> <td>54,8</td> </tr> <tr> <td>Agence bancaire</td> <td>23,7</td> </tr> <tr> <td>Internet</td> <td>15,3</td> </tr> <tr> <td>Courrier + téléphone</td> <td>5,4</td> </tr> <tr> <td>Partenaires financiers</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Autres</td> <td>0,7</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 94 %)</p>	Canal	Pourcentage (%)	Distribution	54,8	Agence bancaire	23,7	Internet	15,3	Courrier + téléphone	5,4	Partenaires financiers	0,0	Autres	0,7	<p>Les demandes d'ouvertures de compte de crédit renouvelable se concentrent sur deux canaux principaux : (I) la distribution qui accapare 54,8 % des demandes d'ouvertures et (II) l'agence bancaire avec 23,7 % des demandes. Ces deux canaux concentrent près de 80 % (78,5 %) des demandes d'ouvertures.</p> <p>Le canal Internet arrive en troisième position, représentant 15,3 % des demandes d'ouvertures de compte de crédit renouvelable.</p> <p>Enfin, les trois derniers canaux (courrier + téléphone, partenaires financiers, autres) représentent 6,1 % des demandes d'ouvertures.</p>																
Canal	Pourcentage (%)																														
Distribution	54,8																														
Agence bancaire	23,7																														
Internet	15,3																														
Courrier + téléphone	5,4																														
Partenaires financiers	0,0																														
Autres	0,7																														

Graphiques	Commentaires														
<p><b>G13 Répartition des ouvertures de compte de crédit renouvelable par canal par rapport aux demandes d'ouverture</b></p> <p>(en %)</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Canal</th> <th>Partenariat (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Distribution</td> <td>60,0</td> </tr> <tr> <td>Agence bancaire</td> <td>34,2</td> </tr> <tr> <td>Internet</td> <td>2,9</td> </tr> <tr> <td>Courrier + téléphone</td> <td>2,4</td> </tr> <tr> <td>Partenaires financiers</td> <td>0,0</td> </tr> <tr> <td>Autres</td> <td>0,4</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 94 %)</p>	Canal	Partenariat (%)	Distribution	60,0	Agence bancaire	34,2	Internet	2,9	Courrier + téléphone	2,4	Partenaires financiers	0,0	Autres	0,4	<p>Comme cela a été constaté sur les demandes d'ouverture de compte de crédit renouvelable, les ouvertures effectives de compte se concentrent de la même manière sur deux canaux principaux, à savoir la distribution et l'agence bancaire. Néanmoins, la concentration est encore plus forte sur les ouvertures effectives que sur les demandes d'ouverture. En effet, la distribution est le canal d'entrée en relation dans 60 % des ouvertures tandis que l'agence bancaire dans 34,2 %. Ces deux canaux représentent à eux seuls 94,2 % des ouvertures de comptes de crédit renouvelable.</p> <p>Le canal Internet quant à lui représente 2,9 % des ouvertures alors qu'il représente 15,3 % des demandes d'ouvertures de comptes de crédit renouvelable.</p> <p>Enfin, les trois derniers canaux (courrier + téléphone, partenaires financiers, autres) représentent 2,8 % des ouvertures de comptes de crédit renouvelable.</p>
Canal	Partenariat (%)														
Distribution	60,0														
Agence bancaire	34,2														
Internet	2,9														
Courrier + téléphone	2,4														
Partenaires financiers	0,0														
Autres	0,4														
<p><b>G14 Taux d'ouverture de compte de crédit renouvelable par canal</b></p> <p>(en %)</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Canal</th> <th>Taux d'ouverture (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Distribution</td> <td>56,6</td> </tr> <tr> <td>Agence bancaire</td> <td>74,4</td> </tr> <tr> <td>Internet</td> <td>9,8</td> </tr> <tr> <td>Courrier + téléphone</td> <td>23,1</td> </tr> <tr> <td>Partenaires financiers</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>Autres</td> <td>30,4</td> </tr> </tbody> </table> <p>Source : Analyses Athling (IR = 94 %)</p>	Canal	Taux d'ouverture (%)	Distribution	56,6	Agence bancaire	74,4	Internet	9,8	Courrier + téléphone	23,1	Partenaires financiers	3,3	Autres	30,4	<p>Le canal dont le taux d'ouverture est le plus important est l'agence bancaire avec un taux d'ouverture de 74,5 %. La distribution arrive en seconde position avec un taux d'ouverture de 56,6 %.</p> <p>Les canaux à distance courrier + téléphone et Internet ont des taux d'ouvertures respectivement de 23,1 % et de 9,8 %.</p> <p>Les canaux en face à face ont un taux d'ouverture plus élevé en moyenne que les canaux à distance.</p>
Canal	Taux d'ouverture (%)														
Distribution	56,6														
Agence bancaire	74,4														
Internet	9,8														
Courrier + téléphone	23,1														
Partenaires financiers	3,3														
Autres	30,4														



## Avis du CCSF sur le bilan de la réforme de l'assurance emprunteur par la loi Lagarde du 1<sup>er</sup> juillet 2010

### ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

Le 8 février 2011, le ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie a demandé au Comité consultatif du secteur financier (CCSF) de réaliser un bilan de la réforme de l'assurance emprunteur, opérée par la loi Lagarde du 1<sup>er</sup> juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation, à l'occasion du premier anniversaire de son entrée en vigueur.

Cette réforme, dite de la déliaison, a offert la possibilité à tout demandeur d'un prêt immobilier d'opter pour l'assurance emprunteur de son choix sous réserve que les garanties proposées par le contrat d'assurance individuelle soient d'un niveau équivalent à celles du contrat de groupe souscrit par l'établissement de crédit. Elle a posé cinq nouvelles obligations :

1. L'offre de prêt doit mentionner la possibilité pour l'emprunteur de souscrire une assurance emprunteur auprès de l'assureur de son choix ;
2. Le prêteur ne peut imposer à l'emprunteur l'adhésion au contrat de groupe de l'établissement et ne peut refuser en garantie un autre contrat d'assurance dès lors que ce contrat présente un niveau de garantie équivalent au contrat d'assurance de groupe ;
3. En cas de refus, la décision doit être motivée ;
4. Le prêteur ne peut pas modifier les conditions de taux du prêt en contrepartie de l'acceptation du contrat d'assurance individuelle ;
5. L'assureur est tenu d'informer le prêteur du non-paiement par l'emprunteur de sa prime d'assurance ou de toute modification substantielle du contrat d'assurance.

La réforme est entrée en vigueur au 1<sup>er</sup> septembre 2010.

Dans le passé, le Comité s'est déjà impliqué à plusieurs reprises dans le traitement de ce sujet. Ainsi, dans son Avis du 6 avril 2006, le CCSF avait relevé la nécessité d'améliorer la transparence et la lisibilité des informations communiquées à l'assuré, de renforcer le rôle d'information et de conseil de l'intermédiaire en assurance et d'accroître la concurrence sur le marché de l'assurance emprunteur, sans réduire la sécurité apportée à l'assuré et au prêteur. Il avait également souligné l'intérêt de favoriser la possibilité pour l'emprunteur de choisir son assurance tout en appelant ce dernier à la vigilance sur l'étendue de la couverture apportée, au-delà du seul aspect tarifaire.

Lors de sa réunion du 15 septembre 2011, le CCSF a réalisé un premier bilan de la réforme de la déliaison du prêt et de l'assurance et dressé le bilan de la diffusion de la fiche standardisée d'information élaborée avec son aide. Cette fiche doit, comme les professionnels concernés (établissements de crédit, assureurs, intermédiaires de crédit, intermédiaires d'assurance) s'y sont engagés, être remise à chaque demandeur d'une assurance emprunteur en garantie de prêt immobilier depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2009.

## PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DU BILAN DE LA RÉFORME DE L'ASSURANCE EMPRUNTEUR

**L'obligation de remise à l'assuré de la fiche standardisée d'information**, élaborée avec l'aide du CCSF, pour aider l'assuré à choisir son assurance emprunteur, semble respectée dans la grande majorité des cas. Toutefois, la remise de cette fiche peut s'avérer tardive dans le montage du dossier de prêt. Or, pour jouer pleinement son rôle, elle devrait être communiquée à l'emprunteur le plus en amont possible et rester relativement succincte (une fiche trop longue supérieure à 4 ou 5 pages ne permet plus à l'assuré de comparer aisément les différentes propositions d'assurance).

En ce qui concerne **la mise en oeuvre de la déliaison**, la plupart des établissements et réseaux bancaires rencontrés ont mis en place un dispositif d'analyse du niveau équivalent des garanties. Ce dispositif peut reposer sur un outil d'aide à la décision mis à disposition du conseiller bancaire, sur un référencement des principaux contrats du marché ou encore sur le recours à une structure externe ou interne à l'entreprise.

La pratique des établissements de crédit en matière de frais de délégation est hétérogène. Certains établissements ne prennent aucun frais de délégation, d'autres des frais forfaitaires calculés par dossier de financement. D'autres enfin calculent le montant des frais par prêt et/ou par assuré, aboutissant ainsi à multiplier le montant demandé par deux ou trois. Quelques cas de frais très élevés ont été signalés.

Le délai de traitement des dossiers d'assurance emprunteur constitue un point crucial pour le futur emprunteur, en raison des nombreux délais qui ensèrent l'opération d'acquisition, le montage du crédit et de leurs implications financières pour lui. En général, le délai de traitement d'un dossier d'assurance déléguée est inférieur à 15 jours et souvent à 48 heures.

La motivation par certains établissements de crédit des refus d'assurance déléguée semble trop succincte et pourrait être améliorée.

Enfin, l'interdiction d'augmenter le taux mentionné dans l'offre de prêt en contrepartie de l'acceptation de l'assurance individuelle donne lieu à peu de manquements, étant précisé que ces derniers sont complexes à constater par la DGCCRF dès lors que la remise de l'offre de prêt conclut une phase de négociations essentiellement orale.

Ainsi, la loi Lagarde a constitué un facteur de changement important mais non exclusif des pratiques de l'assurance emprunteur. Les principaux réseaux bancaires ont adapté avec leurs assureurs les offres d'assurance de groupe et, le cas échéant, d'assurance individuelle. Les assureurs et les courtiers qui interviennent dans le cadre des contrats de groupe ou en délégation ont amélioré le niveau des garanties pour répondre à la nouvelle donne. Les clients portent une plus grande attention que par le passé à l'assurance emprunteur et à son coût.

Considérant ce qui précède, après avoir examiné de façon approfondie ces éléments de bilan et après avoir pris connaissance de l'enquête de la DGCCRF sur l'assurance emprunteur et la protection du consommateur, le CCSF formule l'Avis suivant :

## CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES

**1.** Le Comité rappelle l'importance de l'assurance emprunteur liée à un prêt immobilier qui constitue une protection tant pour l'emprunteur qui peut ainsi se prémunir des conséquences d'un sinistre affectant sa capacité de remboursement ou celle de ses ayants droit que pour le prêteur qui bénéficie d'une garantie contre la défaillance de son client. Il se félicite que le contrat d'assurance emprunteur soit ainsi mis en exergue par la réforme de la déliaison comme un contrat d'assurance à part entière et important pour la sécurisation d'un prêt immobilier.

2. Le Comité réaffirme son attachement au principe de mutualisation des risques qui permet aux personnes présentant de moins bons risques de bénéficier de conditions tarifaires et de garanties plus avantageuses pour elles.
3. Le CCSF insiste sur l'intérêt pour les futurs emprunteurs de comparer les offres d'assurance et notamment les garanties avant d'effectuer leur choix, en particulier grâce à la fiche standardisée d'information.
4. S'agissant de l'équivalence du niveau de garanties entre le contrat d'assurance de groupe proposé par le prêteur et le contrat d'assurance individuelle, le CCSF entend approfondir dans les meilleurs délais les conditions d'application de ce principe, en ayant recours aux expertises nécessaires.

## VOIES D'AMÉLIORATION

5. Le CCSF insiste sur l'importance d'une information précoce des futurs acquéreurs sur les modalités de l'assurance, de la part des professionnels concernés, afin que le processus d'analyse et de comparaison des offres d'assurance emprunteur soit lancé le plus tôt possible. Les associations de consommateurs et les pouvoirs publics doivent concourir à la diffusion de l'information sur la réforme de l'assurance emprunteur. L'attention des futurs emprunteurs doit être notamment attirée sur l'intérêt d'anticiper la recherche d'assurance.
6. Le CCSF convient que la fiche standardisée d'information, dont la remise est obligatoire pour tous les professionnels concernés, établissements de crédit, assureurs, intermédiaires en crédit ou en assurance, devrait être remise le plus en amont possible des discussions, par exemple dès que le projet aura pu être précisé, pour permettre à l'assuré de comparer les différentes offres d'assurance.
7. D'ici la fin 2012, les professionnels concernés s'engagent à recentrer la fiche standardisée d'information sur les éléments prévus par le modèle type initial afin d'en garantir la simplicité et la lisibilité.
8. Le Comité considère que l'analyse du niveau équivalent de garanties devrait reposer sur une procédure choisie et organisée par l'établissement de crédit lui permettant l'examen de toute proposition d'assurance apportée par le futur emprunteur.
9. Pour les établissements de crédit qui facturent des frais de délégation, le Comité recommande que le niveau de ces frais ne conduise pas à dissuader l'emprunteur de recourir à une assurance alternative.
10. Le Comité souligne l'importance qui s'attache à ce que les établissements de crédit communiquent le refus ou l'acceptation de l'assurance déléguée dans un délai le plus rapide possible, dès lors qu'ils disposent de tous les éléments nécessaires à l'analyse, de façon à permettre à leurs clients de rechercher, le cas échéant, une autre proposition d'assurance.
11. Le Comité recommande que les motivations des refus de délégation d'assurance, soient bien explicites et conformes aux meilleures pratiques constatées en la matière.
12. Le CCSF rappelle que les professionnels proposant des assurances déléguées doivent communiquer, en temps utile, à l'établissement de crédit toutes les informations nécessaires au respect des obligations de ce dernier, telles que les éléments nécessaires au calcul du TAEG du prêt.





## Liste des publications du Comité consultatif du secteur financier

PUBLICATIONS DU CCSF, DIFFUSÉES PAR LA BANQUE DE FRANCE (Tarifs 2013)	Périodicité	Prix HT en euros	Taux de TVA	Prix TTC en euros
<b>Rapports annuels du Comité consultatif du secteur financier</b> Rapport 2012 – édition 2013 Rapport 2010-2011 – édition 2011 Rapport 2009-2010 – édition 2010 Rapport 2008-2009 – édition 2009 Rapport 2007-2008 – édition 2008 Rapport 2006 – édition 2007 Rapport 2005 – édition 2006	Annuelle	Gratuit *		Gratuit *
<b>Rapports de l'Observatoire des tarifs bancaires du CCSF</b> Premier rapport 2011 – édition 2011	Annuelle	14,22	5,50	15,00
<b>Rapports des groupes de travail du Comité consultatif</b> Les défis de l'industrie bancaire – Septembre 2006 Édition et mise en vente par la Documentation française	Apériodique			10,00
<b>Études réalisées à la demande du Secrétariat général du CCSF et qui n'engagent que leurs auteurs</b> Impact de l'entrée en vigueur de la loi du 1 <sup>er</sup> juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation – Septembre 2012	Apériodique	23,70	5,50	25,00
L'utilisation du chèque en France – Mars 2011		23,70	5,50	25,00
Les conditions de bancarisation des personnes vivant sous le seuil de pauvreté – Février 2010		14,22	5,50	15,00
Pour un développement responsable du crédit renouvelable en France – Novembre 2008		14,22	5,50	15,00
Les enjeux et impacts pour les épargnants français des mesures proposées par la Commission européenne touchant aux placements financiers – Janvier 2008		14,22	5,50	15,00
La demande des ménages en matière de crédit à la consommation et les ajustements nécessaires pour y répondre – Janvier 2006		14,22	5,50	15,00
La médiation financière – Décembre 2005		14,22	5,50	15,00
L'endettement des ménages européens – Août 2005		14,22	5,50	15,00
<b>Dépliants d'information et glossaires réalisés par le CCSF</b> <b>Dépliants d'information :</b> La multi-assurance : suis-je trop ou pas assez assuré ? Comment éviter les multi-assurances inutiles – 2013	Apériodique	Gratuit *		Gratuit *
Assurance automobile : les bonnes questions à se poser avant de choisir son contrat (ou de changer d'assureur) – Août 2011				
Assurance multirisques habitation : les bonnes questions à se poser avant de choisir son contrat (ou de changer d'assureur) – Août 2011				
Des paiements simples, rapides et en toute sécurité dans toute l'Europe – Novembre 2009				
Le paiement par prélèvement – Janvier 2008				
Les questions à se poser avant de souscrire un produit d'épargne, d'assurance-vie ou de retraite – Janvier 2006				
<b>Glossaires :</b> Glossaire Assurance – Juin 2010				
Glossaire Banque au quotidien et crédit – Juin 2010				
Glossaire Épargne et placements financiers – Juin 2010				

VENTE ET CONSULTATION DES PUBLICATIONS		
Mode de règlement	Commandes au Secrétariat général du CCSF	Vente et consultation sur place
<p>Utiliser le bon de commande à la fin de ce rapport et joindre pour les publications payantes, un chèque en euros, compensable dans une banque française, à l'ordre de BANQUE DE FRANCE-DIR. COMPTA-UFLI-COM</p> <p>* Les commandes de publications gratuites sont servies dans la limite des stocks disponibles</p>	<p><b>BANQUE DE FRANCE</b> A l'attention du chef du Secrétariat général du CCSF 48 - 1427 CCSF 75049 PARIS CÉDEX 01 Courriel : <a href="mailto:ccsfin@banque-france.fr">ccsfin@banque-france.fr</a> Téléphone : 01 42 92 27 10 Télécopie : 01 42 92 27 52</p>	<p><b>BANQUE DE FRANCE</b> <b>ESPACE ACCUEIL</b> 9 rue du Colonel Driant 75001 Paris</p> <p><b>Ouverture au public :</b> du lundi au vendredi de 9 h 30 à 12 h et de 14 h à 16 h (et sur rendez-vous) Téléphone : 01 42 92 39 08 de 10 h à 12 h et de 13 h 30 à 16 h</p>



**SECRETARIAT GÉNÉRAL**

[ccsfin@banque-france.fr](mailto:ccsfin@banque-france.fr)

01 42 92 27 10

**BON DE COMMANDE**

BANQUE DE FRANCE  
à l'attention du Chef du Secrétariat général du CCSF  
48-1428 – CCSF  
75049 PARIS CEDEX 01

Titre de la publication	Quantité	Prix unitaire TTC	Prix total TTC

Adresse de facturation	Adresse de livraison, si différente
Nom et prénom : Fonction : Service : ou Raison sociale :	Nom et prénom : Fonction : Service : ou Raison sociale :
Voie postale : Code postal : Ville :	Voie postale : Code postal : Ville :
Téléphone :	Téléphone :
Courriel :	Courriel :

**RÈGLEMENT à JOINDRE à votre COMMANDE** : par **chèque en euros**, compensable dans une banque française, à l'ordre de « **BANQUE DE FRANCE – DIR. COMPTA-UFCLI-COM** ».  
Une facture acquittée vous sera adressée ultérieurement.

- Conditions relatives à la TVA :**
- Résidents français : la facturation sera effectuée « toutes taxes comprises »
  - Résidents de l'Union européenne :
    - Votre identifiant TVA est le : .....  
La facturation sera effectuée « hors taxes »
    - Vous n'avez pas d'identifiant TVA, la facturation sera effectuée « toutes taxes comprises »
  - Résidents hors Union européenne : la facturation sera effectuée « hors taxes »

À \_\_\_\_\_ le \_\_\_\_\_

La signature du présent document vaut acceptation des conditions générales de vente stipulées au verso.

La loi 78-17 prévoit un droit d'accès de rectification des renseignements individuels recueillis dans le présent document à usage exclusif de la Banque de France.  
Pour mettre à jour, effacer ou accéder à vos informations, écrire à l'adresse ci-dessous :

INTERNET : [ccsfin@banque-france.fr](mailto:ccsfin@banque-france.fr)

Adresse postale : BANQUE DE FRANCE – 48-1427 – SECRETARIAT GÉNÉRAL DU CCSF – 75049 PARIS CEDEX 01

# Conditions générales de vente de la Banque de France

## ARTICLE 1 : CHAMP D'APPLICATION

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à toutes les ventes conclues :

- par courrier auprès de : Banque de France / À l'attention du Chef du Secrétariat général du CCSF / 75049 PARIS Cedex 01
- au guichet auprès de : Banque de France / Espace Accueil / 9 rue du Colonel Driant / 75001 PARIS

## ARTICLE 2 : DISPONIBILITÉ DES ARTICLES

Pour réaliser notre vitrine et notre catalogue de vente, nous travaillons avec des bases de données, enrichies d'après les informations communiquées par nos services producteurs. La totalité des articles n'est pas stockée dans nos réserves et notre offre est alors conditionnée à la disponibilité des articles dans notre service de stockage. Les éventuelles ruptures de stocks ne sauraient en conséquence nous être imputées. Chaque client est informé par courrier, téléphone ou sur la facture des produits non disponibles.

Important : les articles non disponibles ne sont supprimés de notre vitrine que si la rupture nous est signalée comme définitive de la part du service producteur ; dans les autres cas, l'acheteur pourra repasser commande des articles manquants. Ils seront livrés sous réserve de disponibilité dans le service de stockage.

Des articles à paraître peuvent être proposés sur le site [www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr) en précommande. Ils sont expédiés dès la date de mise en vente. La Banque de France ne pourra cependant pas être tenue responsable d'un éventuel retard de commercialisation.

## ARTICLE 3 : PRIX

Les prix indiqués en euros sont réputés nets, y compris les frais de port. Ils sont modifiables à tout moment sans préavis, sachant que les articles seront facturés sur la base en vigueur à l'enregistrement de la commande.

Le prix est payable en totalité et en un seul versement à réception de la facture. Toutes les commandes sont facturées en euros et payables en euros. Pour toute livraison extérieure à la France Métropolitaine, les éventuels frais de douanes ou taxes locales restent à la charge du destinataire.

## ARTICLE 4 : PAIEMENT

Le règlement doit être effectué par **chèque** en euros, compensable dans une banque française, à l'ordre de "Banque de France – DIR.COMPTA-UFCLI-COM". Le chèque est à adresser, avec le bon de commande, à l'adresse suivante : Banque de France / 07-1397 SDRP / 75049 Paris Cedex 01

## ARTICLE 5 : LIVRAISON

Les livraisons sont effectuées à domicile en France ou à l'étranger. Le délai de livraison comprend le temps de préparation du colis auquel s'ajoute le temps d'acheminement. La Banque de France ne pourra pas voir sa responsabilité engagée en cas de retard de livraison ou de rupture de stock.

## ARTICLE 6 : GARANTIE - RETOURS - REMBOURSEMENTS

### Qualité des produits

Les articles fournis par la Banque de France sont neufs et ne présentent pas de défaut. S'il arrivait qu'un article soit défectueux ou non conforme, nous nous engageons à l'échanger ou le rembourser, sous réserve qu'il nous soit retourné dans son emballage d'origine et accompagné de la facture Banque de France correspondante dans les 15 jours suivant la réception du colis à : Banque de France / 07-1397 SDRP / 75049 Paris Cedex 01

Les frais de retour resteront à la charge de l'acheteur et l'échange sera mis en œuvre immédiatement.

### Droit de retour

L'acheteur bénéficie d'un droit de retour : quelle qu'en soit la raison, pour retourner un article dans les quinze jours suivant la réception du colis (dans son emballage d'origine impérativement et avec la facture correspondante), en précisant le motif du retour et en indiquant le numéro de facture auquel il se rapporte, à Banque de France / 07-1397 SDRP / 75049 Paris Cedex 01  
Les frais d'expédition d'envoi et de retour restent alors à sa charge. Au terme de ce délai de 15 jours, les produits livrés seront réputés conformes à la commande et acceptés par l'acquéreur.

## Modalités de remboursement

Les remboursements sont effectués par chèque ou par virement dans un délai inférieur ou égal à 15 jours ouvrés suivant la date de réception du colis retourné. Aucun envoi en contre-remboursement ne sera accepté, quel qu'en soit le motif.

## ARTICLE 7 : TRANSFERT DE PROPRIÉTÉ - TRANSFERT DE RISQUES

Le transfert de propriété des produits au profit de l'acquéreur, ne sera réalisé qu'après complet paiement du prix par ce dernier, et ce quelle que soit la date de livraison desdits produits.

En revanche, le transfert sur l'acquéreur des risques de perte et de détérioration des produits sera réalisé dès que lesdits produits auront quitté les locaux de la Banque de France.

## ARTICLE 8 : PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Les informations qui sont demandées à l'acquéreur sont nécessaires pour traiter et exécuter les demandes. Elles sont également utiles pour mieux connaître la clientèle et améliorer les services qui peuvent être proposés.

Les fichiers Banque de France et les traitements dont ils font l'objet sont déclarés auprès de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL).

Le traitement des données personnelles se fait dans le respect de la loi relative à l'Informatique, aux fichiers et aux Libertés du 6 janvier 1978.

L'acquéreur dispose d'un droit d'accès et de rectification aux données personnelles le concernant. Il suffit de contacter le service suivant : / Banque de France / 96-1219 UFCLI / 77431 MARNE LA VALLEE CEDEX 02 et par mail à [ufcli@banque-france.fr](mailto:ufcli@banque-france.fr)

## ARTICLE 9 : RESPONSABILITÉ

Les descriptifs des produits présents dans les bases de données Banque de France ont été saisis d'après les informations communiquées par les services producteurs.

Les produits proposés répondent à la législation française en vigueur. La Banque de France décline toute responsabilité si l'article livré ne respecte pas la législation du pays de livraison (censure, interdiction d'un titre ou d'un auteur...).

La Banque de France se dégage de toute responsabilité en cas d'inexécution du contrat due à un cas de force majeure (grève, inondation, incendie...).

## ARTICLE 10 : DROIT APPLICABLE

Toutes les clauses figurant dans les présentes conditions générales de vente, ainsi que toutes les opérations d'achat et de vente qui y sont visées, seront soumises au droit français, les Tribunaux seront ceux du ressort de PARIS, Tribunaux du siège social de la Banque de France où est formalisé le contrat entre les parties.

## ARTICLE 11 : ACCEPTATION DE L'ACQUÉREUR

Les présentes conditions générales de vente ainsi que les tarifs sont expressément agréés et acceptés par l'acquéreur, qui déclare et reconnaît en avoir une parfaite connaissance, et renonce, de ce fait, à se prévaloir de tout document contradictoire et, notamment, ses propres conditions générales d'achat, l'acte d'achat entraînant acceptation des présentes conditions générales de vente.

Les présentes conditions sont modifiables à tout moment sans préavis par la Banque de France.