



Rapport 2011

de la médiatrice auprès de Cetelem



Les marques



Partenaire Crédit de But



Partenaire Financier de Conforama





Sommaire



Regards croisés p.2

Médiation, mode d'emploi p.5

Activité de la médiation p.7

Examen des saisines p.7

- Nombre et répartition par sujets et par marques p.7
- Motifs d'inéligibilité à la médiation p.9
- Motifs des saisines éligibles à la médiation p.10

Avis rendus et décisions p.15

- Les motifs p.15
- Les caractéristiques des avis rendus p.16

Suites données aux avis de la médiation p.17

Les circonstances à l'origine de la saisie de la médiation p.18

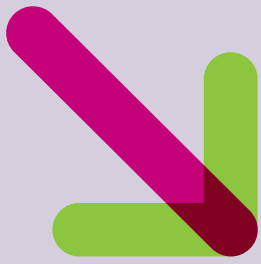
- La complexité des termes du contrat p.18
- La couverture assurance p.18
- Le rapport au client et l'attitude commerciale p.19
- Cohabitation de process, contraintes informatiques, conservation des documents p.19
- Erreurs humaines p.19

Les améliorations engagées en 2011 p.20

- Informer le client de l'existence de la médiation p.20
- Formaliser la demande de prêt p.20
- Accroître la vigilance sur la qualité relationnelle p.21
- Améliorer les circuits internes p.21

Annexe p.22

- Charte de la médiation BNP Paribas Personal Finance p.22



Regards croisés



La médiation permet
de saisir, sans frais,
une instance indépendante
dont la décision s'impose à l'entreprise.



Marie-Pierre de la Gontrie
Médiatrice auprès de
BNP Paribas Personal Finance

Cette deuxième édition du rapport de la médiation, portant sur l'année 2011, permet de regarder avec un peu de recul, et donc d'évaluer, plusieurs aspects de la médiation mise en place par BNP Paribas Personal Finance.

Je résumerai ainsi les objectifs théoriques assignés à la médiation lors de sa création en janvier 2010:

Proposer au client insatisfait la possibilité de saisir, sans frais, une instance indépendante ayant toute latitude pour proposer une issue à son problème, et que l'entreprise se devra de mettre en œuvre.

L'intérêt de la médiation justifie donc de répondre à plusieurs interrogations :

- La médiation apporte-t-elle un « plus » au client ?
- L'entreprise joue-t-elle le jeu ?
- La médiation peut-elle réellement susciter des améliorations pour le client ?

La médiation apporte-t-elle un « plus » pour le client ?

Au regard de la proportion d'avis répondant positivement en totalité ou partiellement au client, de la pédagogie dont font preuve les avis rendus, même défavorables, il est possible de conclure que la démarche apporte quelque chose d'utile au client. En effet, les clients saisissant la médiation ont le plus souvent besoin d'explications, souvent ne comprenant pas leurs obligations ou la position du prêteur, voire simplement en réalité de trouver une oreille attentive.

Il est vrai que recevoir un courrier détaillé et personnalisé expliquant pas à pas les chiffres, étapes, obligations... permet souvent de mettre fin à un malentendu.

Il est notable de constater que la saisine de la médiation n'apparaît jamais comme une démarche dilatoire et que les personnes qui me saisissent indiquent souvent d'emblée qu'elles entendent honorer leurs engagements.

Je n'hésite pas à donner gain de cause à un client lorsqu'une erreur a été commise ou, et c'est le plus fréquent, lorsque le prêteur est dans son droit mais que le client a pu, en toute bonne foi, mal interpréter la portée de son engagement.

Si le nombre de saisines de la médiation a doublé d'une année sur l'autre, celui-ci reste modeste au regard du nombre de clients. C'est le signe combiné de l'efficacité des services clients et services consommateurs mais sans doute aussi de la connaissance encore limitée à ce jour de l'existence de la médiation.

L'entreprise joue-t-elle le jeu ?

Ma réponse est oui sans conteste. En effet, je dispose des informations nécessaires à l'instruction des saisines, dès lors qu'elles sont demandées, et suis totalement libre des décisions que je rends, y compris au regard de leurs incidences financières. Mes avis sont ensuite rapidement mis en œuvre. Par ailleurs, mes préconisations faites en 2010 ont été suivies d'effet. Enfin, l'entreprise a mis en œuvre au cours des deux dernières années de nouveaux processus d'information du client sur l'existence de la médiation, ce qui s'est traduit par le doublement des saisines de 2010 à 2011.

La médiation peut-elle réellement susciter des améliorations pour les clients ?

Indépendamment de la situation personnelle de chaque client qui me saisit, l'amélioration de la qualité de la relation client-prêteur est une des missions de la médiation.

Cela a été le cas par exemple avec la formalisation de la demande de prêt immobilier.

Le bilan de cette deuxième année de la médiation est donc encourageant. La médiation est désormais bien installée dans le processus de prise en compte des difficultés des clients ; mais, pour la rendre accessible à tous les clients, il faut la faire connaître encore plus largement au cours des années à venir.



Tous les avis rendus par la médiatrice ont été rapidement mis en œuvre par l'entreprise, selon les engagements exprimés dans la Charte de la médiation Cetelem.



Isabelle Chevelard
Directrice de
BNP Paribas Personal Finance France



Nous sommes au terme du deuxième exercice de la médiation Cetelem qui a permis, depuis sa création en janvier 2010, de compléter notre dispositif de traitement des réclamations et de trouver des solutions pour des ménages qui, auparavant, restaient dans l'impasse alors que tous les recours internes avaient été épuisés.

Créer notre propre médiation, confiée à une personnalité indépendante, témoigne de notre volonté d'exercer notre vision du crédit responsable® à chaque étape de la relation clients. Les conclusions de ce deuxième rapport de la médiation Cetelem montrent que communication et pédagogie sont les principaux domaines sur lesquels nous devons continuer à faire porter toute notre vigilance.

Depuis maintenant plus de six mois, toutes les actions nécessaires ont été menées sur le site www.cetelem.fr et au sein des équipes pour que le client identifie encore mieux quel interlocuteur (service clients, service consommateurs, médiation) est adapté au traitement de sa réclamation. Le fait que seulement 6 % des avis rendus par la médiation soient en 2011 purement didactiques, contre 32 % en 2010, montre combien les équipes se sont mobilisées pour orienter toujours mieux les clients dans le cadre d'une réclamation et par conséquent apporter des réponses adaptées à chaque cas.

Nous sommes conscients que la législation nous impose l'édition de documents parfois complexes à appréhender.

Nos initiatives en matière de communication et de transparence, confortées par la réforme du crédit à la consommation, ont impacté profondément la structure de nos offres de crédit. Ainsi, chez Cetelem, nous avons décidé de casser les codes en cessant, par exemple, de présenter des offres à des taux certes très compétitifs, mais réservés à des montants et des durées de crédit hors marché. Notre volonté

est de proposer des solutions accessibles au plus grand nombre, et non pas de nous appuyer sur un seul taux d'appel, uniquement pour être le mieux-disant du secteur.

Accessibilité au crédit et prévention du surendettement constituent la ligne de force de notre politique.

S'il est important de favoriser l'accès au crédit pour tous ceux qui ont la capacité de le rembourser, l'accompagnement est primordial : nous avons mis en place les outils nécessaires pour rester en contact avec le client tout au long de son crédit. La proposition de bilans personnalisés systématiques, la possibilité de demander sans frais le report de mensualités ou les nouvelles offres en matière de regroupement de crédits pour alléger les charges de nos clients lorsque c'est nécessaire, sont des illustrations de notre volonté de placer le client au cœur de notre activité. Par ailleurs, il faut nous adapter aux évolutions de la société. Les clients en contrat à durée déterminée et les intérimaires représentant près de 20 % des salariés en France ; c'est pourquoi nous devons répondre à leurs besoins de financement. C'est là tout l'objectif de l'offre que nous proposons aux personnes en CDD.

En outre, en élargissant notre offre aux produits d'épargne et d'assurance, nous accompagnons le client dans la durée, tout en recherchant l'équilibre de son budget. Cetelem a pour ambition de se positionner comme un partenaire financier, spécialiste du budget des ménages. D'ailleurs, la Fondation Cetelem est devenue la Fondation Cetelem pour l'Éducation Budgétaire, avec pour but d'accompagner les principales associations françaises qui œuvrent au quotidien auprès des publics les plus fragiles sur ce sujet majeur.

Pour prévenir les excès, nous souhaitons identifier les clients en situation de fragilité avant que le premier impayé ne survienne, afin de leur proposer des solutions



Regards croisés



– diminuer les mensualités, rallonger la durée du prêt... – en agissant seuls ou avec le concours d'associations spécialisées. Car il est évident que la détection plus en amont des difficultés permet de les résoudre plus facilement. C'est une véritable action de prévention, à grande échelle, pour toujours mieux accompagner nos clients.

Pour créer les conditions d'un recouvrement responsable, nous travaillons avec des associations sur notre charte du recouvrement, sur l'accès au crédit, et nous visons à faire labelliser nos actes de crédit par des organismes experts dans la responsabilité sociale de l'entreprise.

Grâce à toutes ces actions, et selon nos baromètres clients, Cetelem a creusé un écart significatif par rapport à ses concurrents en matière d'image et de satisfaction

clients, en particulier sur l'accessibilité et le sérieux de ses pratiques. Ceci nous encourage à poursuivre la diffusion annuelle de nos indicateurs de crédit responsable® et à animer notre site 100 % conseils www.moncreditresponsable.com.

Tous les avis rendus par la médiatrice ont été rapidement mis en œuvre par l'entreprise, selon les engagements exprimés dans la Charte de la médiation Cetelem. Je profite de cette introduction pour la remercier chaleureusement. Sa contribution à l'amélioration des services que nous rendons et des offres que nous proposons à nos clients est déterminante et nous permet de piloter notre politique de satisfaction clients. J'espère que la lecture de ce rapport participera à la meilleure compréhension de notre métier.





Médiation, mode d'emploi

L'année écoulée a montré que le système de saisine mis en place au cours de la première année de la médiation semblait correspondre aux besoins et attentes du client, et dénote une cohérence dans les différentes possibilités offertes au client de voir apporter une solution ou une réponse à la problématique qui est la sienne au moment où il prend contact avec le prêteur.

C'est pourquoi, il est conservé en l'état :

- **tout client peut saisir la médiation** dès lors qu'il n'est pas satisfait de la suite donnée à sa demande par les services compétents. BNP Paribas Personal Finance a en effet structuré sa relation clients par la possibilité de saisir de toute question le service clients puis, en cas de problème plus complexe ou d'insatisfaction, le service consommateurs. Ce n'est donc qu'ensuite que le client a la possibilité de saisir la médiation, par écrit ;
- **la médiation rend un avis dans un délai de deux mois. Il s'impose à l'entreprise.**

Information du client

L'information auprès du client de l'existence d'une médiation s'est développée en 2011, comme je l'avais souhaité en 2010.

Le client est désormais informé de la possibilité qui lui est ouverte de saisir la médiation de diverses manières :

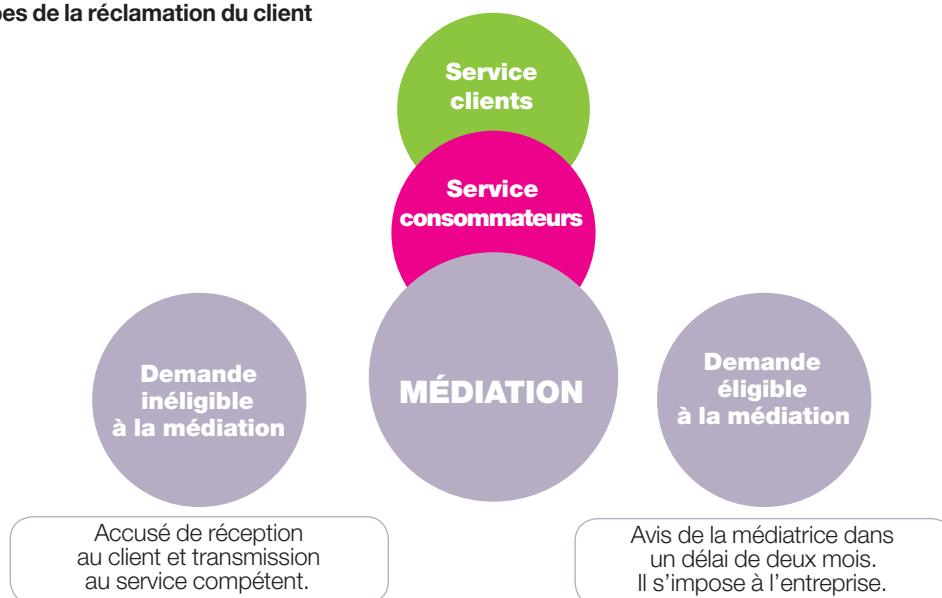
- en consultant le site internet du prêteur ;
- à la lecture de son offre de prêt ;
- à la lecture de son relevé de compte et des différentes communications qui lui sont adressées au cours de la vie du prêt.



Médiation, mode d'emploi



Étapes de la réclamation du client



La médiation comprend la médiatrice et deux assistantes à profil juridique qui instruisent les dossiers, assurent leur suivi, leur mise en application, et sont une interface entre le client, le prêteur, et les différents services de l'entreprise. À l'arrivée du courrier du client, nous vérifions son éligibilité à la médiation en nous assurant que la demande ne relève pas de l'un des cas d'exclusion prévus par la Charte, notamment l'absence de saisine préalable du service consommateurs.

Lorsque le dossier est inéligible à la médiation, il est immédiatement orienté vers le service compétent. Dès lors que la saisine est éligible, l'ensemble des documents, informations, textes et jurisprudence nécessaires à ma prise de décision sont réunis.

Mon avis est adressé au client dans un délai maximal de deux mois, à compter de la complétude du dossier. Chaque courrier est immédiatement examiné et fait l'objet d'un accusé de réception personnalisé, adressé au client dans les jours qui suivent.

Lorsque la saisine n'entre pas dans le champ de compétence de la médiation, le client est informé de l'orientation de sa demande vers l'interlocuteur compétent et le courrier est directement transmis dans un souci d'accompagnement et de simplification pour le client.

Une copie de la Charte de la médiation est également systématiquement transmise afin que le client ait connaissance des modalités précises de son fonctionnement.

Toutefois, lorsque la demande adressée à la médiation relève purement du service après vente (ex. : demande de changement de RIB, autorisation de prélèvement, changement de quantième, demande de changement d'adresse, etc.), la demande est immédiatement réorientée par la médiation vers le service après vente et/ou le gestionnaire dédié, pour traitement sans nouvelle intervention à l'initiative du client.

Il est à noter que ces demandes, compte tenu de leur nature, ne sont comptabilisées ni dans les saisines reçues, ni dans celles faisant l'objet d'une réorientation et qu'il n'est pas établi d'accusé de réception. Leur nombre confirme la difficulté du client à identifier l'interlocuteur adapté à sa demande.



Activité de la médiation

1 Examen des saisines

→ Nombre et répartition par sujets et par marques

1 291 clients ont saisi la médiation (684 clients en 2010), soit en moyenne 108 par mois.

334 saisines concernent un prêt immobilier, 925 un prêt à la consommation.

32 saisines concernent des cas divers (ex. : demandes de non-clients, demandes relevant d'autres sociétés, ne relevant pas de la médiation BNP Paribas Personal Finance).

	Prêts à la consommation	Prêts immobiliers
BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE*	528	334
FACET	186	
FIDEM	141	
NORRSKEN	57	
DOMOFINANCE	9	
PROJEO	4	
DIVERS**	32	
TOTAL	957	334

* Cetelem + ex-BNP Paribas Invest Immo, + ex-UCB + BNP Paribas Personal Finance activité immobilière + Crédit Moderne.

** Ne concernant pas BNP Paribas Personal Finance.

1 291

CLIENTS ONT SAISI
LA MÉDIATION EN 2011,
ENVIRON 2 FOIS PLUS
QU'EN 2010.

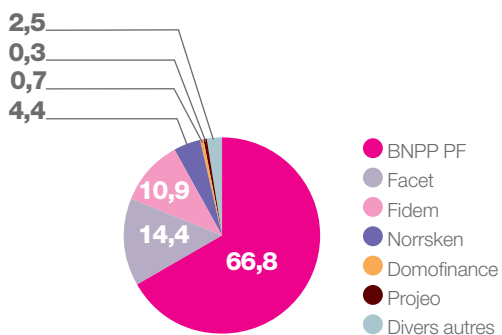


Activité de la médiation



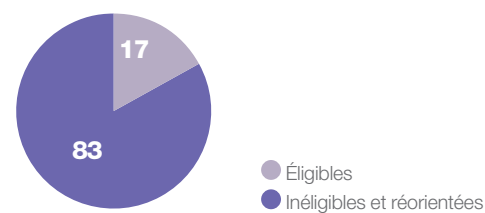
Répartition des saisines par marques

(en %)



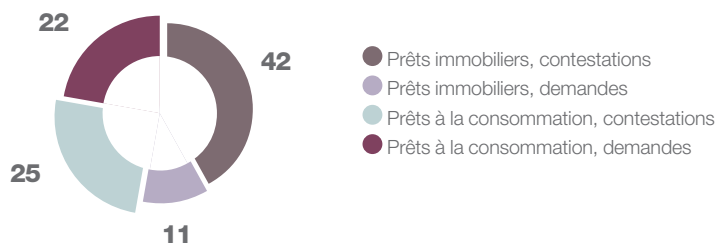
Répartition saisines éligibles/inéligibles à la médiation

(en %)



Répartition entre les contestations et les demandes pour les prêts immobiliers et les prêts à la consommation

(en %)





Souvent, le client a besoin de pédagogie concernant le fonctionnement de son prêt.



En moyenne, et de manière constante, **17 %** des saisines reçues sont éligibles à la médiation.

Sur **1 291** saisines reçues en 2011, **216** se sont avérées éligibles et **1 075** inéligibles.

Il est cependant évidemment important pour les 83 % de clients dont la saisine n'est pas éligible d'être efficacement orientés afin que leur demande puisse être rapidement prise en compte.

Il est à noter que le nombre des saisines de la médiation a doublé en 2011.

Cependant, le ratio 17 % éligibles et 83 % inéligibles réorientés (contre 20 %/80 % l'an dernier) demeure sensiblement inchangé.

Ce constat est de nature à laisser penser que le circuit client n'a pas été parfaitement assimilé, et ce, malgré les actions menées par BNP Paribas Personal Finance dans la communication sur ce point (sites internet, relevés de compte, communications, etc.). Il faut notamment mentionner qu'en 2011 – principalement en mai-juin – a eu lieu la mise en ligne du circuit client sur les différents sites.

Cela dit, la volonté de certains clients à vouloir « brûler les étapes » s'est également vérifiée en 2011. On constate qu'en immobilier, 64 % des saisines ont trait à des prêts « Helvet immo ».

→ **Motifs d'inéligibilité à la médiation**

Dans 64 % des cas, le motif d'inéligibilité provient de l'absence d'utilisation de recours internes, c'est-à-dire de saisine préalable du service consommateurs.

Cela traduit le plus souvent la difficulté du client à identifier clairement l'interlocuteur compétent, même s'il est également vraisemblable que certains souhaitent ainsi « brûler les étapes », en s'adressant directement à la médiation. Certains de ces clients décident parfois de saisir également la direction de l'entreprise pour attirer davantage l'attention sur leur cas.

Cette situation doit être appréhendée avec justesse : l'impatience est parfois excessive, mais exprime le plus souvent le désarroi du client ou son sentiment de « ne pas réussir à se faire entendre ».

Dans les autres cas (36 %), le motif d'inéligibilité à la médiation se fonde sur les cas d'exclusion prévus par la Charte, tels que le prononcé de la déchéance du terme, l'existence d'une procédure judiciaire ou constitution d'avocat par l'une des parties à des fins contentieuses.

Sont également inéligibles à la médiation, selon les termes de la Charte, les clients qui ont saisi la commission de surendettement des particuliers.

17%

**DES SAISINES
REÇUES ÉLIGIBLES
À LA MÉDIATION.**

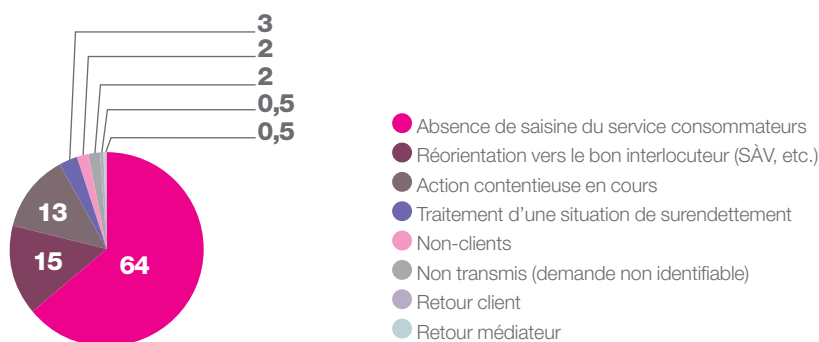


Activité de la médiation



Motifs d'inéligibilité

(en %)



→ Motifs des saisines éligibles à la médiation

Ils peuvent être répartis en deux catégories.

• L'expression d'une incompréhension

Cette incompréhension peut se manifester sur de nombreux terrains et traduit souvent une difficulté à appréhender une situation ressentie comme complexe. Il peut s'agir de courriers reçus du prêteur, de décomptes ou de sommes réclamées.

Il est à noter que pour certains cas particuliers, le client a reçu un « courrier type » qui ne s'avère pas toujours adapté à sa situation et qui peut être de nature à générer son mécontentement.

Souvent, le client ne comprend pas le calcul des capitaux restant dus en cas de remboursement anticipé total de son prêt, le calcul des intérêts dus au jour le jour, le montant des sommes réclamées en présence d'un ou plusieurs impayés, le calcul des pénalités de retard, les écritures figurant sur son relevé de compte, etc.

Il peut s'agir d'une difficulté face aux termes de l'offre de prêt ou du fonctionnement de celui-ci. Nous sommes ici le plus souvent en présence de clients qui ne comprennent pas le mécanisme de remboursement de leur prêt et notamment la répartition capital/intérêts/assurance de leurs mensualités. Je m'attache dans ces cas à leur fournir une explication détaillée.

Au cours du deuxième semestre, j'ai été saisie par des clients ayant souscrit un prêt dit « Helvet immo » qui représentent 64 % des dossiers Immobiliers éligibles à la médiation. Ces saisines combinent la manifestation d'une incompréhension et un désaccord sur le principe même du prêt.

Ces dossiers font l'objet d'une étude personnalisée et mes avis s'attachent à être didactiques et ont abouti, après étude, à une proposition de réaménagement faite au client dans 57 % des cas.



• La manifestation d'une contestation

Quatre motifs principaux de contestation sont constatés :

Dans la relation commerciale

La saisine de la médiation intervenant lorsque les voies de recours internes n'ont pas abouti à la résolution des difficultés rencontrées par le client, il est légitime qu'une certaine tension à l'égard du prêteur s'exprime.

Il apparaît cependant dans un nombre significatif de courriers l'expression d'un ressenti désagréable lors des contacts avec le prêteur, notamment lors des phases délicates de recouvrement amiable.

Il arrive également que face à des engagements contestés par le client, soit mise en cause la présentation insuffisante des effets du contrat de prêt, lors de sa constitution.

Lors de la demande de prêt ou de la décision d'octroi

La médiation est parfois sollicitée pour apporter une réponse suite au refus d'un prêt, dans des circonstances qui peuvent être diverses.

Les médiateurs financiers n'ont généralement pas compétence sur ce point, le prêteur n'ayant pas, au regard de la législation, l'obligation de justifier sa décision.

La nouvelle charte de la médiation, en application à compter de février 2012, clarifie ce point en excluant du champ de la médiation les différends liés au refus d'octroi de prêt. Pour autant, cette situation est mal vécue par les clients dans cette situation. Le prêt est fréquemment considéré comme un droit et le refus comme anormal.

À ce titre, un refus de prêt est ressenti par le client de manière personnelle, suscitant une réaction au-delà de la conséquence strictement matérielle d'absence de financement. Dans ce contexte, la réponse de la médiation, indiquant que ces décisions relèvent de la seule politique du prêteur, ne satisfait pas le client.

La question apparaît sous un éclairage différent en ce qui concerne les crédits immobiliers où le refus de prêt peut avoir un impact important pour le client, non réalisation de projet, risque de perdre les sommes avancées, etc.

Le paradoxe apparent est que la médiation est également régulièrement saisie pour « manquement au devoir de mise en garde », et donc pour un octroi de crédit jugé excessif par le client.

Ces saisines proviennent alors souvent d'un tiers (parent, enfant, association) qui interpelle ainsi le prêteur.

22%

**DES AVIS RENDUS EN
CRÉDIT À LA CONSOM-
MATION CONCERNENT
LES DÉCOMPTES.**



Activité de la médiation



Au cours de la vie du prêt

Qu'il s'agisse de prêt à la consommation ou de prêt immobilier, apparaît souvent aux clients la nécessité ou l'opportunité d'en modifier le cours. Ils peuvent par exemple souhaiter une renégociation à la baisse du taux du prêt, transformer leur prêt à taux variable en prêt à taux fixe, procéder à un remboursement anticipé partiel ou total, utiliser un ou des reports d'échéances, solliciter la modulation de leurs mensualités, regrouper l'ensemble de leurs encours en un seul prêt, etc.

La complexité, voire la technicité, de la relation contractuelle donne alors lieu à des difficultés de compréhension, voire à des désaccords, sur le montant des capitaux restant dus, sur les informations figurant sur les relevés de compte, sur le calcul de révision des taux, sur les modalités de transformation de prêt à taux variable en prêt à taux fixe, comme sur le montant des indemnités de remboursement anticipé (IRA). Il ressort souvent que l'emprunteur n'a pas prêté une attention suffisante aux termes du contrat, des conséquences duquel il prend tardivement conscience. Cela peut expliquer que la médiation soit majoritairement saisie de demandes de réaménagement de créance (baisse de taux, des mensualités de remboursement) ou de remises de sommes contractuellement dues (indemnités de remboursement anticipé, total ou partiel).

Je suis également amenée à être sollicitée par des clients en situation financière difficile, après avoir connu le deuil, la séparation, la perte de leur emploi, ou qui ont rencontré des problèmes graves de santé, des difficultés à vendre leur bien dans le cadre des prêts relais, et ne parviennent plus à régler l'intégralité de leurs mensualités.

L'attente de ces personnes s'avère être encore plus grande et beaucoup plus impactante sur leur quotidien que celle des personnes qui demandent une révision de taux ou une transformation du taux variable en taux fixe, dans la perspective d'une optimisation de la gestion de leur patrimoine.

Dans l'ensemble des cas, je m'attache à rechercher systématiquement une solution, lorsque la situation le permet, et demande au prêteur un réaménagement personnalisé des sommes restant dues afin de permettre au client de faire face à ses difficultés.

En matière d'indemnités de remboursement anticipé, il est à noter une certaine incompréhension du client quant à son calcul, sa légitimité, son importance qui peut varier de manière significative selon que le prêt relève de la loi du 13 juillet 1979 ou du secteur libre.

Dans tous les cas, à l'exception d'une erreur matérielle, la réclamation et le montant des indemnités de remboursement anticipé réclamé par le prêteur se sont avérés contractuellement et légalement justifiés. Cela induit donc de ma part des avis très didactiques et pédagogiques à destination des clients.

Le client manifeste parfois une véritable incompréhension lorsque les termes de la charte m'obligent à me déclarer incompétente (prononcé de l'exigibilité anticipée, constitution d'avocat à des fins contentieuses par l'une des parties, décision de justice en cours, procédure de saisie immobilière en cours...) Pour l'ensemble de ces clients, j'oriente leur demande vers le service à même de pouvoir leur répondre et demande, lorsque cela semble possible, qu'une étude supplémentaire soit effectuée à l'effet d'envisager une solution amiable.

63%

**DES AVIS RENDUS
CONCERNENT UN CRÉDIT
À LA CONSOMMATION.**



Favorable ou non, chaque avis rendu est très détaillé et personnalisé afin d'éclairer le client de manière complète.



Saisines relatives aux prêts « Helvet-immo »

Il s'agit de prêts contractés par des personnes intéressées par une opération d'acquisition d'un bien immobilier destiné à la location, couplé avec un avantage fiscal de type Scellier, par exemple. Ces prêts contractés dans la période 2008-2009, proposés par des professionnels en gestion de patrimoine, avaient la particularité d'être libellés en francs suisses et remboursés en euros, le montant de la mensualité ne variant pas mais leur durée pouvant croître ou diminuer en fonction de la parité euros francs suisses.

Cette parité s'étant révélée au fil des mois défavorable, le capital restant dû a connu une hausse conséquente ; 73 clients ont saisi la médiation d'août à décembre 2011.

Sans me prononcer sur la licéité du contrat de prêt, qui ne ressort pas de la compétence de la médiation, conformément aux termes de la charte, j'ai examiné ces demandes.

Dans 42 cas, j'ai proposé de nouvelles modalités de remboursement.

Connexes à la vie du prêt, trois questions mobilisent également la médiation

- L'inscription au FICP

La législation sur les conséquences résultant d'échéances impayées impose de manière stricte et contraignante au prêteur l'obligation d'inscrire les coordonnées de l'emprunteur concerné sur le Fichier national des incidents de remboursement des crédits aux particuliers (FICP).

Pour autant, et bien que le client reçoive systématiquement un courrier d'alerte préalable l'informant de cette conséquence en l'absence de régularisation, ce « fichage » est largement incompris et surtout difficilement toléré, suscitant dès lors de nombreuses saisines.

Dans la quasi-totalité des saisines, les inscriptions effectuées se sont avérées justifiées. En cas de dysfonctionnement, j'ai fait procéder à une régularisation immédiate.

Demeure toutefois la problématique délicate des homonymies pour laquelle il semble difficile de trouver une solution efficace ;

- La couverture assurance

Un nombre important de saisines porte enfin sur le refus de prise en charge par l'assurance contractée par le client lors de la conclusion du prêt, sur la durée et sur le délai de mise en œuvre.

Là encore, il apparaît que le client pense, de bonne foi, « être assuré » sans avoir porté une attention suffisante aux clauses d'exclusion notamment, et se trouve en difficulté lorsqu'il demande à en bénéficier.

Ces difficultés ne relèvent pas directement de la médiation, s'agissant d'organismes distincts, mais j'ai pris le parti d'œuvrer de la manière la plus efficace possible dans l'intérêt du client, pour faire face à ces situations, parfois dramatiques.

Un dialogue entrepris à l'initiative de la médiation avec le prêteur et l'assureur a parfois abouti à la résolution du litige ou à un consensus même si, pour les autres cas, les dispositions propres aux contrats d'assurance et leur application *stricto sensu* n'ont pas permis d'améliorer la situation du client ayant fait appel à la médiation.



Activité de la médiation



Je suis également régulièrement saisie de litiges concernant les souscriptions à des produits complémentaires (produits d'assistance, produits de prévoyance, etc.) : ces garanties sont proposées, soit au moment de la signature de l'offre de prêt, soit vendues ultérieurement par téléphone, dans le cadre de souscriptions sans signature, par accord du client recueilli et enregistré lors de l'entretien commercial. Les réclamations portent sur différents points : les clients n'ont parfois pas conscience que leur accord donné par téléphone vaut souscription et contestent la mise en place de la garantie sans document signé par leurs soins.

Les clients peuvent également manifester leur incompréhension lorsqu'ils s'aperçoivent que les prélèvements correspondant à la garantie souscrite perdurent alors qu'ils ont soldé leur prêt. Dans la mesure où la garantie est parfois souscrite sur le même document que le contrat de prêt, les clients n'identifient pas toujours qu'il s'agit d'une adhésion distincte du financement. Chaque situation est étudiée au cas par cas en fonction de la garantie souscrite, du mode de commercialisation et du formalisme utilisés.

J'ai préconisé à l'entreprise une réflexion sur ce thème, afin d'améliorer le mode de commercialisation de ces produits pour une meilleure compréhension par les clients de leur engagement. Depuis la mise en œuvre de la réforme du crédit plus connue sous le nom de « loi Lagarde » (loi n° 2010-737 du 1^{er} juillet 2010), j'ai constaté avoir reçu peu de saisines liées à son application.

À ce jour, j'ai notamment été saisie de quelques cas liés à la suspension du droit à l'utilisation du crédit renouvelable, au montant des créances arrêté dans le cadre d'un dossier déposé à la commission de surendettement des particuliers, à l'incompréhension de certaines dispositions, etc.

Ces quelques dysfonctionnements ont trouvé une solution pérenne par intervention du prêteur.

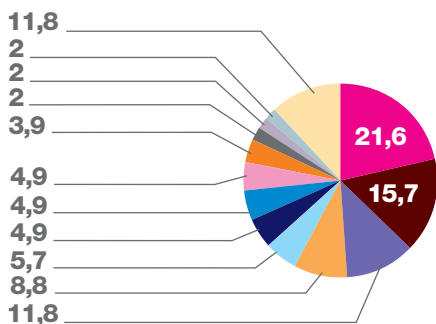


2 Avis rendus et décisions

→ Les motifs

Motifs des avis rendus en crédit à la consommation – 164 avis

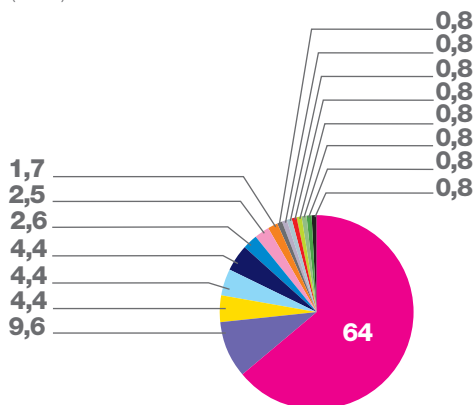
(en %)



- Décompte (explications, contestations)
- Assurance (litiges souscription, prise en charge)
- Réaménagement de dette
- FICP
- Contestation mise en place financement
- Refus de prêt
- Souscription à des produits complémentaires
- Demande de remise gracieuse
- Demande de document
- IRA
- Méthodes recouvrement
- Utilisations frauduleuses de carte
- Autres

Motifs des avis rendus en crédit immobilier – 95 avis

(en %)



- Helvet Immo
- Réaménagement de dette
- Assurance
- Contestation sommes dues
- Discours commercial
- Indemnités de remboursement anticipé
- Refus
- Demande d'indemnisation
- Remboursement anticipé partiel
- Contestation produit
- Contestation frais
- Demande de report
- FICP
- Contestation TEG
- Demande décharge solidarité
- Indemnités de retard

259

AVIS RENDUS
EN 2011.



Activité de la médiation



68 % des avis répondent favorablement (en totalité ou partiellement) au client (44 % en faveur du réclamant/24 % partiellement favorables).

259 avis ont été rendus au cours de l'année 2011, dont 164 portent sur un crédit à la consommation et 95 sur un crédit immobilier.

Les saisines sont souvent argumentées, le client se renseignant de manière active et apportant ses arguments lors de la saisine.

Par ailleurs, le système de traitement des réclamations étant très structuré et développé au sein de BNP Paribas Personal Finance, les cas relevant de la médiation, après épuisement des recours internes, sont nécessairement plus complexes à résoudre.

→ Les caractéristiques des avis rendus

Tous les avis sont détaillés et personnalisés.

Le délai de réponse est de 44 jours en moyenne, contre un délai de 53 jours en 2010.

6 % sont exclusivement explicatifs ou didactiques. Il s'agit de situations où le client ne comprend pas ou plus la situation contractuelle. Il est important dans ce cas de procéder pas à pas pour expliquer de manière claire au client les éléments ayant amené à sa situation ; qu'il s'agisse des modalités de fonctionnement de son prêt, des motifs d'une inscription au FICP, d'un calcul de la somme restant due ou attendue à un moment donné dans la vie du prêt...

Il est à noter une baisse significative des avis à portée exclusivement didactique, qui représentaient 32 % des avis rendus en 2010.

Néanmoins et dans tous les cas, les avis rendus s'appliquent à expliquer et à clarifier, voire à conseiller au client en difficulté, une démarche qui correspond mieux à sa situation (demande de délai devant le tribunal d'instance, saisine de la commission de surendettement...) Il est bien sûr difficile de savoir si ces explications ou ces conseils satisfont les clients, au moins pour partie. Néanmoins, certains d'entre eux reviennent exprimer leur satisfaction d'avoir été conseillés, et surtout écoutés.

68 % des avis rendus permettent de répondre favorablement, en totalité ou partiellement, au client.

Ces avis recouvrent deux catégories distinctes :

- Les avis rendus avec impact financier immédiat pour le client, et qui entraînent une remise totale ou partielle sur les sommes réclamées. Les motifs retenus dans ce cas ont pu être un manque de clarté des termes de l'offre, une révision du montant des indemnités de remboursement anticipé, une discordance entre les documents remis à l'emprunteur, une absence d'explications fournies au client, la rétrocession de primes d'assurance indues, une absence de documents faisant foi, mais également une décision prise sur la base de l'équité lorsque la situation exceptionnelle du client le justifie...
- Les avis rendus sans impact financier immédiat pour le client : obtention de documents spécifiques (attestations, retour de documents originaux...), de documentation, régularisation FICP, mais également des décisions à effets financiers positifs pour le client : obtention de délai de paiement, accord pour report exceptionnel de mensualités, allongement de la période d'anticipation, réaménagement...

68%

DES AVIS RÉPONDENT FAVORABLEMENT, EN TOTALITÉ OU PARTIELLEMENT, AU CLIENT.



Ces décisions, qui n'entraînent pas de remise financière directe au client, tout en générant parfois un coût pour le prêteur, font l'objet de nombreuses demandes et apportent une réponse positive à la demande du client.

26 % des avis rendus n'ont pas répondu favorablement à la demande du client.

Les avis ne retenant pas la demande du client sont fondés, pour une part, sur l'incompétence de la médiation sur un champ de l'activité (nature du produit, etc.) ou, pour une autre part, sur le bien-fondé de la position du prêteur en raison de la clarté des documents en possession de l'emprunteur, de l'absence de manquement à l'obligation de mise en garde, de la clarté de la législation...

Nature des avis rendus 259 avis rendus

Tous sont didactiques, mais :

- 115 avis sont en faveur du réclamant ;
- 68 avis sont en faveur de l'établissement ;
- 62 avis sont partagés ;
- 14 avis sont purement didactiques.

3 Suites données aux avis de la médiation

La caractéristique notable de cette médiation est que l'avis rendu s'impose à l'entreprise, sans bien sûr s'imposer au client, qui reste toujours libre de l'accepter ou de le refuser.

Dès sa notification par courrier au client, la teneur de l'avis est transmise au service concerné pour mise en œuvre.

À ce jour et après un an d'activité, j'ai pu constater que tous les avis rendus ont été rapidement mis en œuvre par l'entreprise.

Dans 27 % des cas, le client est revenu vers la médiation pour contester un avis défavorable ou insuffisamment favorable, demandant une justification, une explication supplémentaire ou, dans certains cas, soulevant un nouveau point de contestation.

Dans ce cas, un nouvel avis est adressé au client, lui apportant les explications complémentaires requises si cela s'avère nécessaire.

On peut également relever que les avis rendus en faveur du client peuvent également susciter un retour de sa part.

Dans ce cas, un nouvel avis est adressé au client, lui apportant les explications complémentaires requises si cela s'avère nécessaire.

Il a par ailleurs été identifié que sur les avis purement didactiques rendus (5 %), il n'y a eu aucun retour, ce qui peut laisser penser que les explications données sont suffisamment explicites.



Les circonstances à l'origine de la saisie de la médiation

La première mission de la médiation consiste à écouter et à porter attention à la problématique présentée par le client pour rechercher une solution équitable et pérenne qui permette de répondre à sa difficulté.

La deuxième mission est d'identifier, au fil des dossiers dont je suis saisie, les éventuels dysfonctionnements pouvant exister ou améliorations qui peuvent être proposées à l'entreprise. Cet aspect est tout aussi utile, et permet d'accroître la prise en compte du client. À l'entreprise ensuite d'améliorer sa relation avec lui. Indépendamment de l'issue de l'avis rendu, favorable ou non au client, cinq circonstances ont pu être identifiées comme génératrices d'un différend entre le prêteur et le client.

1 La complexité des termes du contrat

En application de la législation qui impose une information toujours plus complète et exhaustive, le prêteur et l'emprunteur sont amenés à contracter sur la base de documents dont la compréhension est souvent peu évidente pour le profane.

On a vu précédemment que l'emprunteur a parfois tendance à porter insuffisamment attention à l'ensemble des clauses des documents par lesquels il s'engage au moment de la signature du prêt, et n'appréhende pas réellement leurs conséquences lorsque les difficultés surviennent.

Je pense plus particulièrement aux exclusions au titre de la couverture d'assurance, aux modalités de révision de taux, à la durée de la période de différé, etc.

Cette contradiction est sans nul doute difficile à résoudre, mais il est clair que le prêteur doit veiller à la meilleure compréhension possible de la part de son client. Cette complexité est la cause des saisines concernant le fonctionnement du prêt, la variation des taux...

Le client a effectivement naturellement tendance à se référer au tableau d'amortissement remis à la conclusion du prêt, ce qui ne simplifie pas sa compréhension lorsque le montant ou la durée des mensualités de remboursement évoluent, en raison souvent de modifications qu'il a demandées, quand bien même il est précisé que le tableau d'amortissement est prévisionnel.

2 La couverture assurance

Nombre de clients saisissent la médiation lorsqu'ils constatent, à la suite d'une difficulté de santé, ou professionnelle, que, contrairement à leur attente, le bénéfice de la prise en charge des mensualités par l'assurance qu'ils ont souscrite, leur est refusé.

Ces différends n'entrent pas, *stricto sensu*, dans le champ de cette médiation.

Pour autant, il me semble difficile de se désintéresser d'une difficulté rencontrée par un client, a fortiori lorsque l'assurance a été conclue simultanément, voire auprès d'une compagnie appartenant au même groupe que le prêteur.

Force est de constater le décalage réel entre la conviction du client et les modalités précises du contrat d'assurance, notamment concernant les exclusions ou la durée de la prise en charge.

Il m'est régulièrement arrivé d'intervenir en vue d'obtenir un consensus entre les différents acteurs, comme indiqué précédemment.



Ces dialogues et consensus entre le prêteur et l'assureur ont abouti à un assouplissement de la rigueur des critères dans plusieurs cas. J'ai préconisé à l'entreprise une réflexion sur ce point. La nouvelle charte de la médiation en application à compter de février 2012 exclut désormais expressément de mon domaine de compétence les différends entre emprunteur et assureur, notamment en matière de prise en charge, à l'exception des litiges et différends liés à la commercialisation du contrat d'assurance par l'établissement

3 Le rapport au client et l'attitude commerciale

Un nombre significatif de saisines de la médiation fait état d'explications insuffisantes, imprécises, ou mal comprises, lors de l'élaboration du dossier de prêt.

Il est certain que le client a tendance à faire confiance à son interlocuteur, mais il n'est pas exclu que les explications nécessaires ne soient pas toujours données de manière suffisamment claire, voire contradictoire, en fonction de l'interlocuteur du client.

Il m'est arrivé de sensibiliser le prêteur sur ces insuffisances afin de lui permettre d'améliorer ce point. Un certain nombre de saisines pointe également un comportement parfois trop pressant, ressenti par certains comme une forme de harcèlement, lors de phases de recouvrement amiable ou de contentieux.

Lorsque ces griefs apparaissent, même s'il est difficile d'en vérifier la réalité et les circonstances, j'en informe systématiquement le service concerné.

Sur ces deux aspects, une sensibilisation des équipes concernées a été suggérée.

4 Cohabitation de process, contraintes informatiques, conservation des documents

Il s'est parfois avéré difficile, voire impossible, de retrouver les éléments matériels du dossier ; il a pu également être constaté que la saisine de plusieurs services avait mené à une absence de prise en compte du problème posé.

Il est également apparu que dans certains cas, la demande du client a été traitée, sans qu'il en soit averti. Cette attitude « passive » du prêteur est désagréable pour le client.

L'entreprise aurait tout à gagner à informer le client de la réalisation des actions menées et, lorsque c'est le cas, des raisons justifiant le délai de traitement que nécessite sa demande tout en lui faisant savoir que sa demande est prise en compte.

En cas de défaillance imputable à l'entreprise, mes avis rendus ont été favorables au client.

5 Erreurs humaines

Enfin, et c'est inévitable, quelques différends trouvent leur cause dans une erreur purement humaine : erreur de traitement, perte de document...

Dans ces cas également, l'erreur constatée justifie l'avis rendu favorable au client.



Les améliorations engagées en 2011

1 Informer le client de l'existence de la médiation

Au cours de cette première année d'existence de la médiation, mes préconisations ont essentiellement porté sur l'information du client de l'existence de ce nouveau dispositif de règlement des difficultés.

Cette information s'est mise en place par des canaux divers : communication dans les offres de prêt ainsi que sur les relevés de compte des prêts immobiliers, dans les mailings envoyés aux clients.

Une information spécifique sur les sites concernés a été engagée et devrait porter ses fruits dans les mois à venir. Ce sujet est primordial lorsqu'on constate que 80 % des saisines sont inéligibles à la médiation, en grande partie pour absence de saisine préalable du service consommateurs.

Il est vraisemblable que, comme relevé précédemment, le client en difficulté n'ait pas une vision claire de l'interlocuteur à même de prendre en compte sa question.

Au cours de cette année 2011, de nouvelles actions ont été menées par l'entreprise visant à améliorer la visibilité des contacts en fonction des besoins du client, et ce, quel que soit le canal.

Ainsi, le site Cetelem a été aménagé, clarifiant et rendant plus lisibles les possibilités de prise de contact du client.

Les modalités pratiques de réclamations et l'information sur la possibilité d'un recours à la médiation ont également été intégrées sur les sites Facet, Fidem et Norrskén.

Enfin, les différents courriers adressés au client intègrent désormais l'information lui facilitant la connaissance des circuits et moyens lui permettant de contacter l'interlocuteur approprié à sa problématique.

2 Formaliser la demande de prêt

Qu'il s'agisse de contestations de refus de prêt ou d'octroi, il est apparu utile de préconiser une formalisation écrite remise au client, afin d'éviter les contestations ultérieures de dates ou de modalités lorsqu'il abandonne son projet d'acquisition et souhaite récupérer son acompte.

En 2011, et à ma demande BNP Paribas Personal Finance a mis en place l'envoi systématique au client d'un courrier attestant de sa demande de prêt immobilier.



3 Accroître la vigilance sur la qualité relationnelle

Lorsqu'un client fait part de son mécontentement à la suite d'échanges téléphoniques avec des collaborateurs de l'entreprise, ce sujet fait l'objet de rappels spécifiques.

4 Améliorer les circuits internes

Afin d'éviter les chevauchements de décision, une signalétique « médiation » a été créée dans le traitement interne du dossier. Ainsi, tout traitement d'un dossier par la médiation se fait désormais de manière cohérente, le service concerné pouvant être amené à suspendre sa décision dans l'attente de l'avis de la médiation.

Enfin, les questions connexes :

- couverture assurance, recouvrement amiable, voire contentieux, etc. font désormais l'objet d'un examen spécifique et croisé avec les services strictement compétents ;
- en juin 2011, une enquête satisfaction sur un échantillon de dossiers traités au premier semestre par la médiation a été effectuée par le prêteur.

Il est apparu que :

- les clients sont majoritairement satisfaits d'être informés de la prise en charge de leur dossier, *via* l'envoi d'un accusé de réception par courrier ;
- ils sont en général satisfaits de la clarté des avis rendus, indépendamment de l'issue donnée à leur demande ;
- ils considèrent que la réponse apportée est en adéquation avec leur problématique ;
- il semble que les clients ne prennent pas toujours connaissance de la charte de la médiation, systématiquement jointe aux accusés de réception ;
- les clients manifestent une insatisfaction quant au délai global du traitement de leur réclamation : ils prennent comme point de départ leur premier contact avec le service clients ou le service consommateurs jusqu'au rendu de l'avis de la médiation.



Annexe

Charte de la médiation

BNP Paribas Personal Finance

Afin de mieux répondre aux attentes de sa clientèle de particuliers, BNP Paribas Personal Finance a décidé de se doter d'un système de médiation dédié.

BNP Paribas Personal Finance a confié cette mission de médiation à une médiatrice, nommée pour deux ans. Dépassant les prescriptions légales, la procédure de médiation de BNP Paribas Personal Finance est organisée et fonctionne selon les règles et principes décrits dans la présente Charte (dans laquelle BNP Paribas Personal Finance est dénommé « l'établissement »).

1 Objet de la médiation

La procédure de médiation, objet de la présente Charte, a pour objet de traiter tout différend ou litige né entre l'établissement et son client agissant pour des besoins non professionnels, portant sur les produits ainsi que sur les services proposés par l'établissement, lorsqu'aucune solution n'a pu être trouvée et que la réponse apportée par le service consommateurs n'a pas permis de résoudre le litige. Dans ce cas, la médiatrice peut alors être saisie dudit différend ou litige. Sont exclus de la procédure de médiation les différends et litiges relevant de la politique tarifaire, de la conception des produits, et ceux concernant les performances de produits liées aux évolutions des marchés.

2 Mission de la médiatrice

La médiatrice est chargée de recommander des solutions aux différends ou aux litiges relatifs à la relation de l'établissement avec sa clientèle des personnes physiques agissant à titre non professionnel concernant les différends ou litiges précédemment définis au paragraphe I (Objet de la médiation) de la présente Charte.

La médiatrice s'engage à consacrer à la procédure de médiation le temps nécessaire pour qu'elle puisse être conduite avec rapidité et mettra les moyens disponibles en œuvre à cette fin.

Elle favorise la recherche d'une solution amiable, équilibrée et définitive de la manière qu'elle estime la plus appropriée aux intérêts des parties.

Si elle estime que les questions en litige ne sont pas de nature à être réglées par voie de médiation, la médiatrice peut proposer les procédures ou moyens qui lui paraissent offrir les meilleures chances d'aboutir à leur traitement.

La médiatrice est choisie par l'établissement en raison de sa compétence et de son impartialité.

L'établissement a pris les mesures nécessaires pour garantir son indépendance.

Les avis rendus par la médiatrice s'imposeront à l'établissement.



3 Règles de déontologie de la médiatrice

3.1. Confidentialité

La médiatrice est tenue de respecter une confidentialité absolue et est aussi tenue au secret professionnel en application de l'article 226-13 du Code pénal.

L'établissement et le client particulier de l'établissement, parties à la médiation, sont tenus de respecter la confidentialité des informations et documents échangés dans le cadre de la procédure de médiation. Ainsi, les constatations, les déclarations et les avis rendus ne peuvent être ni produits, ni invoqués à l'occasion de toute autre procédure sans l'accord des parties.

3.2. Levée du secret bancaire

La saisine de la médiatrice vaut autorisation expresse de levée du secret bancaire par le client à l'égard de l'établissement pour ce qui concerne la communication des informations nécessaires à l'instruction de la médiation.

3.3. Loyauté

La médiatrice s'interdit de représenter ou de conseiller l'une des parties dans une procédure relative au litige faisant l'objet de la médiation.

4 Déroulement de la procédure de médiation

Le client particulier de l'établissement saisit la médiatrice à l'adresse suivante :

*La médiatrice auprès de BNP Paribas Personal Finance
ACI FCL 9065 – 92595 Levallois-Perret Cedex*

La saisine de la médiatrice doit s'effectuer obligatoirement par écrit, en langue française et par voie postale. La médiatrice informe par écrit le client particulier et l'établissement de la recevabilité de sa saisine et rappelle que la durée maximale de la médiation est de deux mois à compter de la réception de la totalité des pièces nécessaires. Le traitement est oral ou écrit. La réponse de la médiatrice est rédigée en français. La procédure est gratuite.

Chaque partie coopère de bonne foi avec la médiatrice et lui communique sans délai les informations et documents demandés. La médiatrice peut, si elle le juge utile, recevoir chaque partie séparément ou ensemble. La médiatrice statue par écrit en droit et/ou en équité, l'avis est adressé au client et à l'établissement.



Annexe Charte de la médiation BNP Paribas Personal Finance



5 Clôture de la procédure de médiation

5.1. La procédure de médiation prend fin :

- par l'envoi de l'avis de la médiatrice ;
- par la signature d'un accord amiable entre les parties, mettant fin au litige. Cet accord revêt alors le caractère d'une transaction au sens de l'article 2044 du Code civil ;
- en cas de désistement écrit du client ;
- en cas d'exécution volontaire mettant fin à l'objet du litige ;
- dans l'hypothèse où la médiatrice pressent qu'en tout état de cause les parties n'arriveront pas à un consensus ;
- en cas d'exigibilité des concours prononcée par l'établissement et constatant la créance de ce dernier ;
- en cas de saisine par le client d'une commission de surendettement des particuliers, aux fins de bénéficier d'une procédure de surendettement régie par l'article L. 331-1 et suivants du Code de la consommation ;
- en cas d'assignation en justice par l'une des parties à propos de l'objet du litige ou de mandat de représentation confié à un conseil à des fins contentieuses.

5.2. Quelle que soit l'issue de la médiation, la médiatrice établit un constat de fin de mission

Sauf convention contraire des parties, ou en cas de mise en demeure d'une juridiction compétente :

- la médiatrice et les parties s'interdisent d'invoquer comme preuve ou d'aucune autre manière dans une procédure judiciaire ou arbitrale :
 - toute opinion exprimée ou toute suggestion formulée par l'une des parties quant à un éventuel règlement du différend ou du litige,
 - toute proposition présentée ou toute opinion exprimée par la médiatrice,
 - le fait qu'une partie se soit ou non déclarée prête à accepter une proposition de règlement émanant de la médiatrice ou de l'autre partie ;
- la médiatrice ne peut intervenir à l'occasion d'une procédure judiciaire, arbitrale et d'une manière générale dans toute instance ayant un rapport avec le litige.

6 Exclusion de responsabilité

Sauf faute lourde, la médiatrice ne peut voir sa responsabilité engagée à l'égard des parties. Notamment, la médiatrice ne pourra voir sa responsabilité recherchée à l'occasion des déclarations écrites ou verbales, de la rédaction de documents ou de lettres utilisés dans le déroulement de la médiation.

7 Publicité – rapport annuel et Charte

L'existence de la médiation et ses modalités d'accès font l'objet d'une mention dans les contrats de crédit. Un exemplaire de la Charte de la médiation bancaire BNP Paribas Personal Finance est remis à toute personne qui en fait la demande. Elle est consultable à tout moment sur le site Internet du Cetelem. Chaque année, la médiatrice établit un rapport d'activité mis à disposition de toute personne qui en fait la demande.



Marie-Pierre de la Gontrie

Avocate
Élue locale

La médiatrice auprès de
BNP Paribas Personal Finance
ACI FCL 9065 – 92595 Levallois-Perret Cedex



