



# Rapport 2012 de la médiatrice auprès de Cetelem



# Les marques





# Sommaire

**Regards croisés** p. 02

**Médiation, mode d'emploi** p. 05

**Activité de la médiation** p. 07

**Examen des saisines**

- Nombre et répartition par sujets et par marques p. 07
- Motifs d'inéligibilité à la médiation p. 09
- Motifs des saisines éligibles à la médiation p. 10

**Avis rendus et décisions**

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

**Suites données aux avis de la médiation** p. 18

**Les circonstances à l'origine de la saisine de la médiation** p. 19

- La complexité des termes du contrat p. 19
- La couverture assurance emprunteur p. 20
- Le rapport au client et l'attitude commerciale p. 20
- L'information du client sur le traitement des demandes p. 21
- Les erreurs humaines p. 21

**Les améliorations engagées en 2012** p. 22

- Informer le client de l'existence et de la procédure de saisine de la médiation p. 22
- Renforcer la vigilance sur la qualité relationnelle p. 22
- Améliorer la visibilité et la compréhension des produits d'assurance, d'épargne p. 23
- Optimiser les circuits internes p. 23
- Suivre la satisfaction des clients ayant saisi la médiation p. 23

**Annexe** p. 24

- Charte de la médiation BNP Paribas Personal Finance p. 24





# Regards croisés



Avec 10 % de saisines supplémentaires par rapport à 2011, la médiation poursuit son installation dans le paysage de la relation clients.



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

Cette troisième édition du rapport de la médiation, portant sur l'année 2012, permet d'apprécier la maturité du dispositif mis en place à partir de janvier 2010 en direction des clients de huit marques : Cetelem, Crédit Moderne, Fidem, Facet, Norrsken, Projeo, Domofinance et BNP Paribas Personal Finance.

## Rappelons les objectifs fixés :

- proposer au client insatisfait, sans frais, une voie supplémentaire indépendante permettant de résoudre son problème, avec la particularité que l'avis que je rends après examen du dossier s'impose à l'entreprise, quels qu'en soient les modalités et le coût pour le prêteur ;
- constater et signaler un dysfonctionnement, et préconiser sa prise en compte, pour faire évoluer les processus de relation clients, documents, informations, etc.

**Avec 10 % de saisines supplémentaires par rapport à 2011, la médiation poursuit son installation dans le paysage de la relation clients**, même si ce volume est très modeste au regard du volume de clients du prêteur.

Les grandes tendances des années précédentes se retrouvent :

- 4 saisines sur 5 concernent un crédit à la consommation (ce qui s'explique en grande partie par un nombre de clients sans aucune comparaison avec celui des crédits immobiliers) ;
- un quart des saisines traduit un besoin d'explications et des incompréhensions sur la vie du prêt (décomptes, échéances, etc.). Dès lors la médiation atteint son objectif car, le plus souvent, les explications très détaillées semblent satisfaire le client ;
- 11 % des saisines posent un problème d'assurance et ne relèvent pas toutes de ma compétence (mais plutôt de celle de l'assureur). Cela traduit néanmoins souvent une difficulté pour le client à cerner les modalités de prise en charge, ce sur quoi j'ai attiré l'attention du prêteur afin que des progrès puissent intervenir dans l'information ;

- 6 avis sur 10 répondent en partie ou en totalité favorablement au client, qu'il s'agisse d'explications, de transmission de documents ou de décision à portée financière.

En 2012 comme en 2011, la médiation s'est attachée à examiner avec soin les saisines portant sur le crédit immobilier « Helvet Immo ». Dans près de la moitié des cas, j'ai été amenée à faire des propositions au client.

**Jetant un regard rétrospectif sur mes signalements ou préconisations des années antérieures**, j'ai noté une volonté réelle de l'entreprise de les prendre en compte, la traduction dans les faits étant toujours plus complexe et donc plus lente qu'on ne pourrait l'espérer.

Le bilan de cette troisième année est donc positif dès lors que les préoccupations de nombreux clients ont pu trouver solution ou explications, ma mission s'exerçant comme depuis l'origine dans une indépendance totale.

Il nous faut poursuivre dans cette voie, tout en renforçant la connaissance de l'existence de cette médiation sans doute encore trop peu connue des clients.

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



Aujourd'hui, plus que jamais, Cetelem reste fidèle à ses valeurs de transparence, de simplicité, d'accessibilité et de responsabilité.



**Isabelle Chevelard**  
Directrice de  
BNP Paribas Personal Finance France



Cela fait maintenant trois ans que nous avons décidé de créer notre propre médiation, confiée à une personnalité indépendante. Cetelem est le seul établissement spécialisé à avoir créé un tel dispositif de concertation permettant d'apporter une solution aux clients après que ceux-ci ont épuisé tous les recours internes. La baisse significative des avis rendus par la médiation à visée exclusivement explicative ou didactique se confirme, ne représentant plus que 7,3 % en 2012 contre 32 % en 2010. Elle témoigne du fait que les équipes veillent à bien orienter les clients dans le cadre d'une réclamation et, par conséquent, à apporter des réponses adaptées à chaque cas.

Les conclusions de ce troisième rapport de la médiation Cetelem confirment les grandes tendances des exercices précédents et montrent la pertinence des actions menées pour construire avec le client une relation dans la durée.

**En 2013, Cetelem fête ses 60 ans d'existence. Aujourd'hui, plus que jamais, l'entreprise reste fidèle à ses valeurs de transparence, de simplicité, d'accessibilité et de responsabilité.**

La transparence des contrats et de l'information donnée aux clients est encore plus essentielle dans un environnement de plus en plus réglementé, qui bouleverse le marché et les codes de communication. C'est à nous qu'il incombe d'être toujours plus pédagogiques pour que le client comprenne ce à quoi il s'engage. C'est vrai dans le cas de la vente d'un crédit à la consommation ou d'un crédit immobilier, ça l'est tout autant pour la vente d'une assurance ou pour la souscription d'un produit d'épargne ou de prévoyance. C'est pourquoi Cetelem a fait le choix d'élargir sa gamme, tout en se limitant à des offres simples, transparentes et réellement utiles pour le client. C'est aussi la raison pour laquelle Cetelem se refuse à présenter un taux d'appel, qui ne serait

pas compatible avec une durée de remboursement et des montants de crédit accessibles au plus grand nombre.

**Préserver l'accessibilité au crédit est essentiel au moment où la crise fragilise de nombreux ménages**, qui subissent les effets d'un pouvoir d'achat orienté à la baisse et la montée en puissance de dépenses de communication, d'éducation et de santé. Ce sujet de l'accessibilité, partagé lors de nos rencontres régulières avec les associations de consommateurs, familiales et caritatives, avec les acteurs du monde politique et institutionnel, est pris en compte chez Cetelem. Depuis fin 2011, nous avons investi dans la refonte de nos scores d'octroi afin de pouvoir accompagner l'évolution du marché de l'emploi et ainsi financer les projets de 12 000 jeunes en contrat à durée déterminée.

La réduction des marges de manœuvre financières des ménages, associée à une méconnaissance relative des règles de gestion du budget, conduit les consommateurs à exprimer leurs difficultés à boucler les fins de mois et leur besoin de mieux appréhender la gestion de leur budget. C'est pourquoi Cetelem a mis en œuvre une démarche responsable afin d'accompagner ses clients dans la durée, tout en recherchant l'équilibre de leur budget.

**Nous veillons à apporter à nos clients une écoute attentive et un conseil avisé, à tous les stades de notre relation avec eux :** proposition de bilans personnalisés ; réponses à leur souhait de flexibilité, avec la possibilité de solder par anticipation sans frais, d'avoir trente jours pour changer d'avis, de reporter une mensualité sans frais... Nous visons à créer des offres dont des organismes experts reconnaissent le caractère responsable : c'est le cas du nouveau crédit renouvelable de Cetelem, attesté responsable par l'agence de notation sociale européenne Vigeo, tandis que





## Regards croisés



le compte Épargne Cetelem, permettant aux souscripteurs de bénéficier d'un taux attractif pendant douze mois, a reçu le Label d'Excellence 2013 par les experts des Dossiers de l'Épargne.

**La prévention du surendettement est un autre engagement fort de Cetelem.** Elle se traduit par la capacité de dire « non » dans l'intérêt du client. C'est le cas en moyenne pour un tiers des demandes de crédit. Cette prévention passe également par la consultation systématique du fichier des incidents de paiement (FICP), l'étude de la cohérence du projet, la vérification de la solvabilité du demandeur avec le contrôle des justificatifs fournis, le calcul de la mensualité la plus adaptée au budget du client et la sélection rigoureuse des commerçants et distributeurs habilités à proposer l'offre Cetelem.

Ce souci de préserver l'équilibre budgétaire des clients se traduit aussi par le travail de pédagogie en matière d'éducation budgétaire réalisé par Cetelem. Début 2013, l'entreprise a lancé le site [jegeremesfinsdemois.com](http://jegeremesfinsdemois.com) qui donne aux internautes des bons principes de gestion de budget selon leur profil et propose des solutions pour les aider à faire face aux imprévus.

Nous tenons compte des nouveaux usages des consommateurs et intervenons sur les réseaux sociaux pour porter un sujet ou entrer en relation avec ceux qui posent des questions, évoquent une difficulté avec Cetelem.

**Pour anticiper les difficultés et pouvoir agir à temps, avant que le premier impayé ne survienne, Cetelem a lancé dès 2011 une démarche tournée vers les « clients en situation de fragilité ».** Parmi les 15 000 clients identifiés comme tels depuis le lancement de cette démarche, la moitié l'était réellement et a été prise en charge par une équipe dédiée, composée de collaborateurs très expérimentés. Via sa Fondation Cetelem pour l'éducation budgétaire, l'entreprise construit également des contenus pédagogiques ou intervient en coanimation aux côtés des associations partenaires pour former près de 10 000 jeunes adultes par an à la gestion de leur budget.

La qualité de traitement des clients et la « protection des intérêts clients » étant placés en tête des préoccupations de

l'entreprise, deux nouveaux postes dédiés à ces sujets ont été créés pour optimiser les pratiques. Pour qu'elle soit l'affaire de tous, la « protection des intérêts clients » a fait l'objet de plusieurs conférences en interne et un dispositif de communication managérial a été mis en œuvre.

**Selon nos baromètres clients,** l'accessibilité et le sérieux de nos pratiques sont reconnus sur toute la chaîne de traitement du client. En 2012, en plus d'une charte de bonne conduite mise à disposition des équipes en charge du recouvrement, nous avons lancé – et nous sommes les premiers à le faire – un baromètre de satisfaction auprès des clients passés par le service du recouvrement amiable. Sept clients sur dix déclarent être satisfaits de la façon dont Cetelem les a accompagnés et a trouvé une solution à leur situation. Le baromètre réclamations, visant à mesurer tous les semestres la satisfaction des clients ayant saisi la médiation, mobilise l'entreprise sur les comportements à avoir pour garantir la qualité de la relation avec le client.

Tous les avis rendus par la médiatrice Marie-Pierre de la Gontrie ont été rapidement mis en œuvre par l'entreprise, selon les engagements exprimés dans la Charte de la médiation Cetelem. Sa vigilance sur nos offres et sur la façon dont nous traitons les demandes du client est déterminante et nous incite à toujours plus d'exigence dans le pilotage de notre politique de satisfaction clients. Je profite de cette introduction pour l'en remercier chaleureusement. J'espère que la lecture de ce rapport participera à la meilleure compréhension de notre métier.

### Isabelle Chevelard

Directrice de BNP Paribas Personal Finance France





# Médiation, mode d'emploi



Le système de saisine mis en place maintenant depuis trois ans semble correspondre aux besoins et attentes du client, et dénote une cohérence dans les différentes possibilités qui lui sont offertes de voir apporter une solution ou une réponse à la problématique qui est la sienne au moment où, rencontrant une difficulté ou une insatisfaction, il prend contact avec le prêteur.

C'est la raison pour laquelle, 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 d'insatisfaction ou de réclamations, le service consommateurs. Enfin, si aucune solution n'a pu être trouvée par le service consommateurs ou si celle-ci ne donne pas satisfaction au client, celui-ci peut saisir gratuitement par courrier la médiation ;
- **la médiation rend un avis par écrit dans un délai maximal de deux mois (dès lors que le dossier est complet).**

## **Le dispositif d'information du client sur l'existence de la médiation**

Le client est informé de la possibilité de saisir la médiation de plusieurs manières :

- en consultant le site internet du prêteur ;
- à la lecture de son offre de prêt ;
- par l'information dans le guide d'accueil envoyé après la souscription d'un crédit renouvelable ; puis, sur les relevés de compte mensuels envoyés aux titulaires d'un crédit renouvelable en cours de remboursement ;
- enfin dans le courrier adressé par le service consommateurs, informant de la fin de sa mission dans le cas d'une réponse défavorable au client.

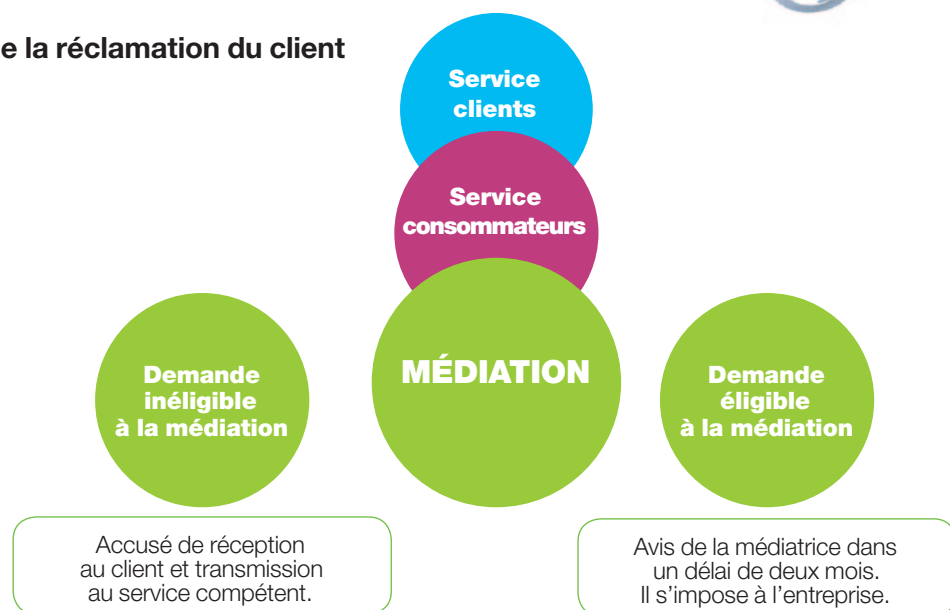




# Médiation, mode d'emploi



## Les étapes de la réclamation du client



La médiation comprend la médiatrice et deux collaborateurs 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.

### • La demande est inéligible à la médiation

Lorsque le dossier est inéligible à la médiation, il est immédiatement réorienté vers le service compétent. Dans ce cas, le client est systématiquement informé par un accusé réception de sa demande et de la transmission de celle-ci. Le courrier est directement transmis dans un souci de rapidité, 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 clients (ex. : demande de changement de RIB, autorisation de prélèvement, changement de quantième, demande de changement d'adresse, etc.), elle est immédiatement réorientée par le secrétariat de la médiation vers le service dédié pour traitement, sans nouvelle intervention à l'initiative du client.

Le nombre de ces demandes, encore important en 2012, confirme la difficulté pour le client à identifier parmi les interlocuteurs (service clients, service consommateurs, médiation) celui vers lequel transmettre sa demande.

Il est à noter que ces dernières 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.

### • La demande est éligible à la médiation

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 par courrier, dans un délai maximal de deux mois à compter de la complétude du dossier.





# Activité de la médiation

## 1 Examen des saisines

### → Nombre et répartition par sujets et par marques

- **1 445 clients ont saisi la médiation (1 291 clients en 2011, soit une progression de plus de 10 %), et en moyenne 120 saisines par mois.**
  - 267 saisines concernent un prêt immobilier (334 en 2011):
    - 113 saisines ont trait à des prêts « Helvet Immo », soit 42,3 % contre 64 % en 2011 ;
    - rappel : ces prêts financés par un emprunt souscrit en francs suisses par le prêteur sur les marchés monétaires font l'objet d'un dispositif de médiation particulier et renforcé, les rendant éligibles systématiquement, à l'exception des cas d'exclusion prévus dans la Charte ;
  - 1 178 saisines concernent un prêt à la consommation (925 en 2011).
- **La part des saisines pour un prêt à la consommation représente plus de 81,5 % ; en revanche, on constate une baisse des saisines pour un prêt immobilier : 18,5 % en 2012 (25,8 % en 2011).**
- **Concernant l'origine des saisines, il est à noter que :**
  - pour 29 d'entre elles, c'est en fait une association de consommateurs qui saisit la médiation ;
  - pour 12 d'entre elles, c'est en fait l'avocat du client qui saisit la médiation ;
  - dans les deux cas, un accusé réception est envoyé à la fois au client et à l'association de consommateurs ou à l'avocat.

	Prêts à la consommation	Prêts immobiliers
BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE*	533	261
FACET	233	
FIDEM	316	
NORRSKEN	61	
DOMOFINANCE	7	
PROJEO	7	
DIVERS**	21	6
<b>TOTAL</b>	<b>1 178</b>	<b>267</b>

# 1 445

CLIENTS ONT SAISI LA MÉDIATION EN 2012, SOIT 10 % DE PLUS QU'EN 2011.

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

\*\* Ne concernant pas BNP Paribas Personal Finance.

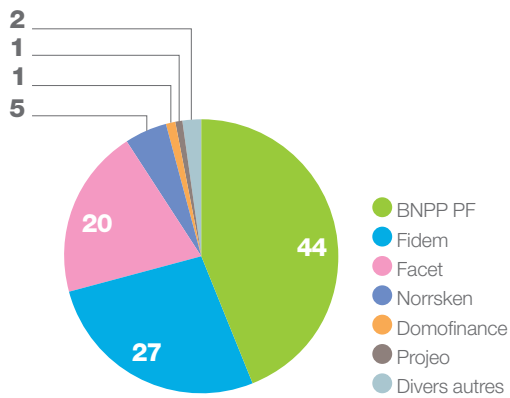


# Activité de la médiation

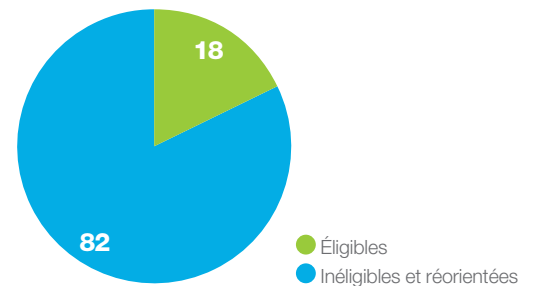


## Le détail de la répartition des saisines

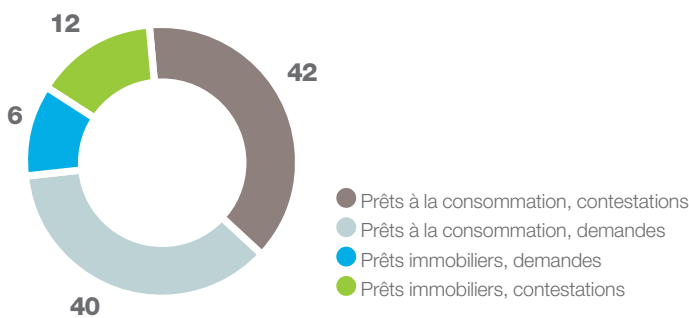
**Répartition des saisines par marques**  
(en %)



**Répartition des 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 % des saisines éligibles)





Il est important pour les clients dont la saisine n'est pas éligible qu'ils soient efficacement réorientés, afin que leur demande puisse être rapidement prise en compte.



En moyenne, et de manière quasi constante depuis la création de la médiation en 2010, 82 % des saisines reçues sont inéligibles à la médiation, contre 83 % en 2011, et cela, bien que le nombre des saisines de la médiation ait progressé de plus de 10 % en 2012 par rapport à 2011.

### → Motifs d'inéligibilité à la médiation

Dans 61 % des cas (64 % en 2011), le motif d'inéligibilité provient de l'absence d'utilisation de recours interne, c'est-à-dire de saisine préalable du service consommateurs.

Ce pourcentage constant confirme la difficulté du client à identifier le service compétent pour traiter sa demande ou sa réclamation, et ce, malgré les actions menées par BNP Paribas Personal Finance dans la communication sur ce point (sites internet, relevés de compte, communications, etc.).

Toutefois, si cette difficulté perdure, il est vraisemblable que certains clients souhaitent « brûler les étapes » et s'adressent directement à la médiation pour ne pas « perdre de temps » en respectant le circuit en trois étapes : service clients, service consommateurs et médiation.

De la même manière, certains clients décident parfois de saisir également la direction de l'entreprise pour attirer l'attention sur leur cas.

Il est cependant évidemment important pour ces clients dont la saisine n'est pas éligible qu'ils soient efficacement réorientés, afin que leur demande puisse être rapidement prise en compte, ce qui est fait.

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, 39 % (36 % en 2011), 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 la constitution d'avocat par l'une des parties à des fins contentieuses.

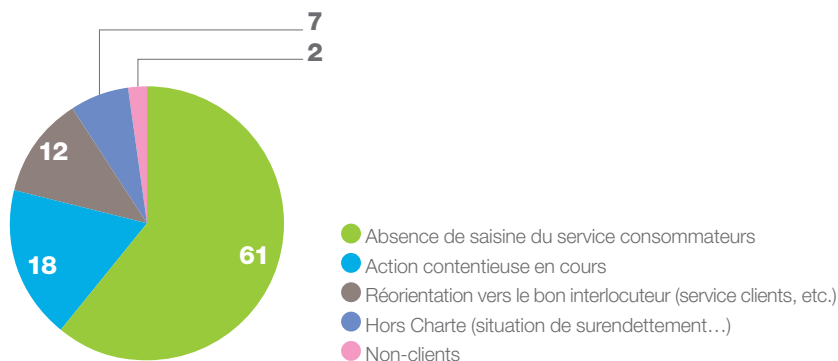
Sont également inéligibles à la médiation, toujours selon les termes de la Charte, les clients qui ont saisi la commission de surendettement des particuliers.

# 61%

**DES MOTIFS D'INÉLIGIBILITÉ CORRESPONDENT À L'ABSENCE DE SAISINE PRÉALABLE DU SERVICE CONSOMMATEURS.**

#### Motifs d'inéligibilité

(en %)





# Activité de la médiation



## → 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 de 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 leur mensualité.

Je m'attache toujours dans ces cas à leur fournir une explication très détaillée.

# 18%

DES SAISINES REÇUES  
SONT ÉLIGIBLES  
À LA MÉDIATION.





## • La manifestation d'une contestation

Quatre motifs principaux de contestation sont constatés :

### 1. Dans la relation commerciale

La saisine de la médiation intervenant lorsque les voies de recours interne 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 conclusion.

### 2. 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 depuis février 2012, a clarifié 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. 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.



# Activité de la médiation



### 3. 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'échéance, 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. Il ressort souvent que l'emprunteur n'a pas prêté une attention suffisante aux termes du contrat, dont il prend tardivement conscience des conséquences.

Ceci peut expliquer que la médiation soit majoritairement saisie de demandes de réaménagement de créance (baisse de taux, des mensualités de remboursement) ou de remise 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 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.

#### - Saisines relatives aux prêts « Helvet Immo »

En 2012, j'ai été saisie par 113 clients ayant souscrit un prêt dit « Helvet Immo », soit 42,3 % des dossiers immobiliers éligibles à la médiation, en baisse par rapport à 2011 où leur part représentait 64 %. Ces saisines combinent à la fois la manifestation d'une incompréhension et un désaccord sur le principe même du prêt.

# 27,3%

**DES AVIS RENDUS EN CRÉDIT À LA CONSOMMATION CONCERNENT LES DÉCOMPTES.**





Pour rappel : 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 entre euros et francs suisses.

Cette parité s'étant révélée au fil des mois défavorable, le capital restant dû a connu une hausse conséquente, ceci entraînant des contestations et des demandes de réduction du capital restant dû de la part des clients.

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'examine ces demandes.

#### **4. Connexes à la vie du prêt, cinq 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, ce qui n'est évidemment pas satisfaisant.

##### **- La couverture assurance emprunteur**

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.

Par ailleurs, la nouvelle Charte de la médiation, en application depuis février 2012, a clarifié ce point en excluant du champ de la médiation 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.

Cependant, face à certaines situations, j'ai parfois pris le parti d'œuvrer de la manière la plus efficace et la plus rapide possible dans l'intérêt du client en demandant une nouvelle étude du dossier à l'assureur.



# Activité de la médiation



## - Les produits d'assurance, d'épargne

Je suis également régulièrement saisie de litiges concernant les souscriptions à des produits d'assurance, d'épargne qui sont proposés, soit au moment de la signature de l'offre de prêt, soit vendus 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. Mais la plupart du temps, mes avis ont été favorables au client. En effet, dans les cas de souscription sur le même document que le contrat de prêt, j'ai considéré que, le client n'étant pas suffisamment informé du caractère distinct des deux contrats, la durée du contrat de garantie devait se calquer sur celle du contrat de prêt. Dans les cas de souscription sans signature, j'ai considéré que le prêteur ne m'apportait pas la preuve du consentement du client à son adhésion. En 2011, j'avais 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, l'entreprise a engagé des actions avec son partenaire assureur sur ce thème.

## - L'application de la réforme du crédit à la consommation (loi Lagarde)

J'ai également reçu des saisines liées à l'application de la réforme du crédit plus connue sous le nom de « loi Lagarde » (loi n° 2010-737 du 1<sup>er</sup> juillet 2010).

J'ai notamment été saisie de cas liés à la suspension du droit à l'utilisation du crédit renouvelable, à l'augmentation des mensualités afin de respecter la durée maximale de remboursement du crédit fixée par la nouvelle loi, 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 cas ont fait l'objet d'avis didactiques et ont trouvé une solution suite à mon intervention auprès du prêteur (par exemple, demande d'une nouvelle étude de solvabilité pour rétablir le droit à l'utilisation du crédit renouvelable) ou à mon explication détaillée de la loi appliquée de manière justifiée par le prêteur.

## - La cotisation au programme fidélité d'un partenaire du prêteur

En 2012, j'ai également été saisie d'un certain nombre de réclamations liées à la modification de la politique commerciale d'un partenaire du prêteur. En effet, suite au changement de sa politique commerciale sur les clients inactifs, la société Fidem a décidé de mettre en place une cotisation de son programme de fidélité lié à la carte et jusque-là gratuit pour ces clients, titulaires d'une carte. Cette modification a été mal perçue provoquant une confusion avec la cotisation de la carte elle-même.

Au regard du nombre de contestations, la société a décidé de rembourser la première année de cotisation et d'adresser une information spécifique l'année suivante en indiquant au client que, en cas de refus de régler cette cotisation, la carte serait résiliée.



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

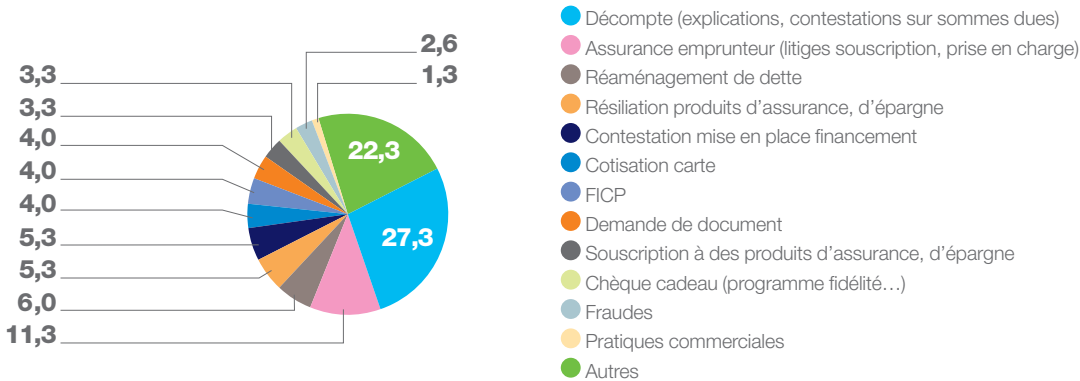


## 2 Avis rendus et décisions

### → Les motifs

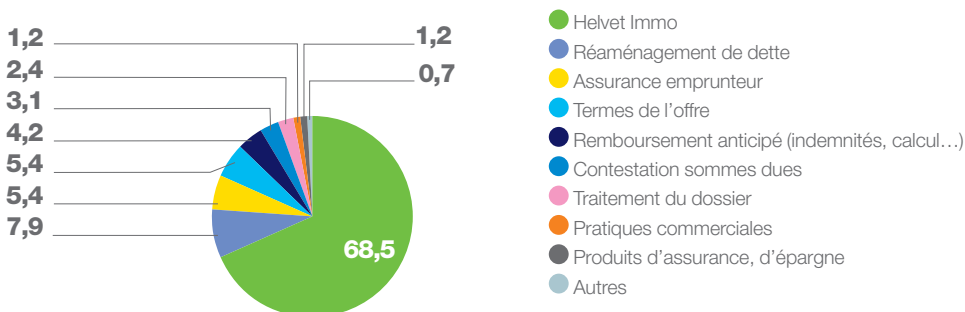
#### Motifs des avis rendus en crédit à la consommation – 150 avis

(en %)



#### Motifs des avis rendus en crédit immobilier – 165 avis

(en %)



# 315

AVIS ONT ÉTÉ RENDUS  
AU COURS  
DE L'ANNÉE 2012.



# Activité de la médiation



## → Les caractéristiques des avis rendus

**315 avis ont été rendus au cours de l'année 2012, dont 150 portent sur un crédit à la consommation et 165 sur un crédit immobilier.**

58,7 % des avis répondent favorablement au client, en totalité ou partiellement (68 % en 2011) :

- 33,7 % en faveur du réclamant (44 % en 2011).
- 25 % partiellement favorables (24 % en 2011).

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.

### Tous les avis sont détaillés et personnalisés.

En 2012, le délai de réponse est de 66 jours en moyenne (44 jours en 2011).

Toutefois, derrière cette moyenne, il est à préciser que le délai maximal s'est établi à 83 jours et le délai minimal à 34 jours.

Cet allongement est principalement dû à l'augmentation du volume de dossiers « Helvet Immo » pour lesquels j'ai été saisie en début 2012.

Les actions menées pour réduire ce délai ont entraîné, à partir du second semestre, une baisse régulière de ce dernier, celui-ci étant à partir de juillet à nouveau de moins de 60 jours pour atteindre, en décembre 2012, 34 jours.

7,3 % des avis 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 lui expliquer de manière claire 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.

La baisse significative des avis à portée exclusivement didactique, qui représentaient 32 % des avis rendus en 2010 contre 6 % en 2011, se confirme donc.

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.

# 58,7%

**DES AVIS RÉPONDENT FAVORABLEMENT, EN TOTALITÉ OU PARTIELLEMENT, AUX CLIENTS.**



**58,7 % des avis rendus permettent de répondre favorablement, en totalité ou partiellement, au client (en légère baisse par rapport à 2011 : 68 %).**

Cette baisse s'explique par la combinaison de plusieurs facteurs : tout d'abord, le résultat d'une organisation différente mise en place par le prêteur au sein de ses services clients, en particulier dans le domaine du crédit à la consommation, pour une meilleure prise en charge du traitement de la réclamation client. En parallèle de cette nouvelle organisation, un plan de formation renforcé a été déployé au sein de ces mêmes services clients. Ces facteurs concourant à une amélioration du traitement des demandes clients entraînent une modification dans la nature des avis rendus.

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 dans l'information reçue ou dans les termes de l'offre, une révision du montant des indemnités de remboursement anticipé, une discordance entre les documents remis à l'emprunteur, une insuffisance 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, réaménagement...

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.

**34 % 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 315 avis rendus**

Tous sont didactiques, mais :

- 106 avis sont en faveur du réclamant ;
- 107 avis sont en faveur de l'établissement ;
- 79 avis sont partagés ;
- 23 avis sont purement didactiques.



# Activité de la médiation



## Les avis rendus sur les dossiers « Helvet Immo »

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 39,8 % des cas, contre 57 % en 2011.

Dans 45 cas sur 113, j'ai proposé de nouvelles modalités de remboursement permettant de sécuriser le budget des clients en conservant le plus souvent une mensualité identique à celle prévue initialement.

Les nouvelles modalités de remboursement qui m'apparaissent les plus appropriées peuvent être selon les cas :

- conversion en euros par anticipation de la clause figurant dans le contrat (à partir de la troisième ou de la cinquième année) ;
- transformation en euros avec réduction du capital restant dû, application d'un taux fixe revu à la baisse par rapport au taux contractuel, exonération des frais de change.

Je note aussi que les clients ayant saisi la médiation sur ces dossiers n'assignent que rarement ensuite le prêteur.

## 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. La teneur de l'avis est, dès sa notification par courrier au client, transmise au service concerné pour mise en œuvre. À ce jour et après trois ans d'activité, j'ai pu constater que tous les avis rendus ont été rapidement mis en œuvre par l'entreprise.

Dans 10,6 % des cas (27 % en 2011), 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 susciter un retour de sa part. Dans ce cas, un nouvel avis est adressé au client, lui apportant les explications complémentaires requises si cela se révèle nécessaire.

Il a par ailleurs été identifié que, sur les avis purement didactiques rendus (7,3 %), 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 saisine 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 les 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.

Bien que le client soit destinataire de l'ensemble des informations de nature à lui permettre de connaître sa situation exacte et l'évolution de son prêt, au moyen notamment de relevés de compte, lettres de situation, lettres indiquant le changement de taux et la prochaine mensualité, etc., une réflexion sur une amélioration de la connaissance du client bénéficierait aux deux parties. En effet, il s'avère parfois difficile d'expliquer à l'emprunteur sa situation et de convaincre de la validité des évolutions de montants réclamés, lorsqu'une incompréhension ou une confusion entre l'ensemble des documents et informations en sa possession a pu avoir lieu.



# Les circonstances à l'origine de la saisine de la médiation

## 2 La couverture assurance emprunteur

La nouvelle Charte de la médiation, en application depuis février 2012, a précisé mon domaine de compétence et en a exclu 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. Cependant, nombre de clients saisissent encore 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.

La confusion du client réside dans le fait que l'assurance a été conclue simultanément, voire auprès d'une compagnie appartenant au même groupe que le prêteur. Si ces différends n'entrent pas dans le champ de cette médiation, je ne laisse pas pour autant le client sans solution et l'adresse vers le service consommateurs du prêteur, qui l'informe de la procédure de médiation assurance également à sa disposition. Par ailleurs, dans certains cas sensibles, voire dramatiques, j'ai pu être amenée à demander une nouvelle étude du dossier à l'assureur.

Enfin, j'ai constaté qu'en matière d'assurance emprunteur on retrouve l'expression d'une incompréhension des termes du contrat et de la notice d'assurance emprunteur, notamment dans la méconnaissance de l'option souscrite (décès, invalidité, maladie-accident, chômage...). Ainsi, une meilleure information concernant les options souscrites me paraît nécessaire.

## 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. Quelques saisines pointent 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. Ces remontées permettent ainsi à l'entreprise de vérifier le respect par ses collaborateurs de l'accord sur le recouvrement amiable en crédit à la consommation, signé en 2007 entre l'Association des sociétés financières (ASF), dont elle est membre, et onze organisations nationales de défense des consommateurs.



#### **4 L'information du client sur le traitement des demandes**

Il a pu être constaté que la saisine de plusieurs services avait mené à une absence de prise en compte du problème posé, chaque service croyant que la demande du client avait été traitée par un autre service. 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.

Comme je l'indiquais dans mon rapport 2011, l'entreprise aurait tout à gagner à informer le client de la réalisation des actions menées et/ou, lorsque c'est le cas, des raisons justifiant le délai de traitement que nécessite sa demande, tout en lui faisant savoir qu'elle est prise en compte.

J'ai été entendue sur ce point par l'entreprise et un projet relatif à l'amélioration du dispositif de traitement des réclamations des clients a été engagé par le prêteur en 2012. Dans celui-ci, entre autres dispositions, l'accent a été mis sur la communication au client de la prise en charge de son dossier et de sa résolution. En tout état de cause, en cas de défaillance imputable à l'entreprise, mes avis rendus ont été favorables au client.

#### **5 Les erreurs humaines**

Enfin, et c'est sans doute 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 2012

## 1 Informer le client de l'existence et de la procédure de saisine de la médiation

Aujourd'hui, l'information du client sur l'existence de la médiation a été mise en place via la majorité des canaux de contact avec le client : communication dans les offres de prêt, sur les relevés de compte des crédits renouvelable et des prêts immobiliers, sur les guides d'accueil des crédits renouvelables. Les modalités pratiques de réclamations et l'information sur la possibilité d'un recours à la médiation ont été intégrées sur les sites des différentes marques du Groupe (Cetelem, Fidem, Facet, Norrskén). Concernant les courriers du service consommateurs, la communication relative à la possibilité d'avoir recours à la médiation est différente selon la nature du crédit :

- en matière de crédit à la consommation, cette communication est faite uniquement dans le courrier du service consommateurs dans lequel celui-ci indique ne pas pouvoir répondre favorablement à la demande du consommateur ;
- en matière de prêts immobiliers, cette communication est faite, pour l'instant, au cas par cas en fonction du type de réclamation.

J'ai préconisé à l'entreprise une systématisation de l'information comme en matière de crédit à la consommation.

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

Cependant malgré le développement de cette information, le pourcentage de saisines inéligibles à la médiation n'a pas diminué et est toujours dû en grande partie à l'absence de saisine préalable du service consommateurs.

Ainsi, afin d'améliorer l'information concernant la procédure de saisine de la médiation, notamment sur la nécessité d'avoir épuisé les voies de recours internes à l'entreprise avant de saisir la médiation, l'entreprise a mis en place, fin 2012, différentes actions :

- tout d'abord, l'entreprise a intégré dans différents courriers adressés au client l'information lui facilitant la connaissance des circuits et moyens lui permettant de saisir la médiation ;
- toujours dans le cadre du projet de renforcement du dispositif de traitement des réclamations des clients, les plans de formation des collaborateurs ont été mis en place. L'existence et la procédure de saisine de la médiation vont ainsi être rappelées aux collaborateurs en contact avec les clients.

Les effets de ces deux axes d'amélioration seront réellement quantifiables en 2013.

## 2 Renforcer 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 systématiquement l'objet de rappels spécifiques, parfois de rappels plus ciblés, au service concerné.

Toujours dans le cadre du projet de renforcement du dispositif de traitement des réclamations des clients qui a été engagé par le prêteur fin 2012, les plans de formation des collaborateurs, qui vont compléter ces rappels spécifiques, devraient contribuer à l'amélioration de cette qualité relationnelle.



Afin d'optimiser et de centraliser son dispositif de suivi de la qualité, ont été créés un nouveau poste de responsable qualité et le poste de responsable de la « protection des intérêts clients ». Ces deux fonctions vont permettre d'améliorer le suivi des services en contact avec les clients, de sensibiliser les équipes concernées et de faire remonter les éventuelles dérives individuelles. Mais elles vont également permettre la centralisation des anomalies que j'ai pu identifier et de mes différentes préconisations, ainsi que la mise en place de plans d'action.

### **3 Améliorer la visibilité et la compréhension des produits d'assurance, d'épargne**

Comme indiqué précédemment, il s'agit de produits d'assurance, d'épargne, souscrits au moment de la signature du contrat de prêt ou vendus ultérieurement par téléphone, dans le cadre de souscription sans signature, par accord du client recueilli et enregistré lors de l'entretien commercial. Suite à ma préconisation en 2011, l'entreprise a engagé des actions avec son partenaire assureur sur ce thème, afin :

- d'améliorer le mode de commercialisation de ces produits pour une meilleure compréhension par les clients de leur engagement ;
- de développer la communication avec le client en cours de vie du contrat pour une meilleure compréhension par le client du produit souscrit.

### **4 Optimiser les circuits internes**

Grâce à la signalétique « médiation » créée dans le traitement interne du dossier afin d'éviter les chevauchements de décision, 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.

**Les questions connexes :**

- couverture assurance dans les cas sensibles, recouvrement amiable, voire contentieux, etc., font désormais l'objet d'un examen spécifique et croisé avec les services strictement compétents.

### **5 Suivre la satisfaction des clients ayant saisi la médiation**

Dans le cadre du projet de renforcement du dispositif de traitement des réclamations des clients, le baromètre réclamations par le prêteur va questionner ces clients. Son objectif est de mesurer tous les semestres, la satisfaction de ses clients quant au traitement de leurs réclamations et de suivre son évolution. Les questions relatives à la médiation devraient permettre d'évaluer la connaissance de l'existence de la médiation, mais aussi le ressenti des clients ayant été amenés à me saisir (qualité du traitement, clarté des avis rendus, délai...).



# 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. Sont également exclus : tout différend 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 ; tout différend lié au refus d'octroi de prêt.

#### **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 que celle-ci 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 maximum 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 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 de Cetelem, Facet, Fidem, Norrsken. 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

Médiatrice auprès de BNP Paribas Personal Finance

**Contact:**

La médiatrice auprès de

BNP Paribas Personal Finance

ACI FCL 9065 – 92595 Levallois-Perret Cedex



**Crédits photo :** Martin Barraud/Gettyimages®, Étienne Girardet/Gettyimages®, Frédéric Atlan, Stefan Meyer.  
**Conception et réalisation :** PUBLICORP Tél. : 01 55 76 11 11 – 12118 – **Impression :** PPA/Mahé.

Ce document est imprimé avec des encres végétales sur un papier dont la pâte est issue d'arbres provenant de forêts gérées de manière responsable.



LE CRÉDIT RESPONSABLE

Avril 2013