

RAPPORT D'ACTIVITE DU MEDIATEUR DE LA CAISSE REGIONALE DE CREDIT AGRICOLE MUTUEL DE PARIS ET ILE-DE-FRANCE

EXERCICE 2016

(Articles L.613-1 et R. 614-2 du Code de la consommation)

Année de transition, 2016 a été marquée par une profonde modification des process de la médiation conjuguée à une certaine permanence des thématiques de litiges ainsi que du degré global de satisfaction apporté aux demandes formulées par les consommateurs.

Elle a, également, connu une évolution des comportements des consommateurs qui semble traduire de leur part une appropriation renforcée de cet outil de résolution amiable des litiges de consommation, à l'origine d'une augmentation du nombre des recours au médiateur.

I. L'ACTIVITÉ DU MEDIATEUR: PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES

L'activité du médiateur a présenté, au cours de l'exercice sous revue, quatre caractéristiques essentielles: un renouvellement substantiel du contexte procédural; un accroissement de la volumétrie des réclamations; une prévalence de quatre thèmes de réclamation ainsi qu'une répartition des propositions de solution légèrement plus favorable aux clients-consommateurs.

1.1 Le renouvellement du contexte procédural

L'exercice 2016 a été marqué par une double évolution des modalités d'exercice de la procédure de médiation auprès de l'établissement

1.1.1 Un nouveau cadre légal et réglementaire

L'entrée en vigueur, en 2016, de l'ordonnance n° 2015-1033 du 20/08/2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation a profondément modifié les conditions d'exercice de la médiation d'un triple point de vue:

- la mise en place de process normalisés de réception et de traitement des dossiers impliquant l'adoption d'une méthodologie adaptée;
- l'autonomisation complète de la médiation par rapport aux services de l'établissement auprès duquel le médiateur intervient, nécessitant l'octroi de moyens propres de fonctionnement, tant matériels qu'humains;

- la « digitalisation » de la procédure incarnée par la création d'un site internet propre au médiateur permettant sa saisine par voie numérique, complété par une boîte mails spécifique mise à la disposition du public.

1.1.2 La modification des pratiques et usages observés par les clients-consommateurs

Parallèlement, il apparaît que les pratiques et usages observés par les clients-consommateurs ont, au cours de l'exercice considéré, évolué dans une triple direction:

- les consommateurs se sont très rapidement appropriés les outils numériques mis à leur disposition, avec pour double conséquence, l'accroissement du nombre des demandes relevant des services internes de l'établissement (en particulier, des agences), et la sollicitation du médiateur en « mode conversationnel », alourdissant significativement le temps de traitement de ce type de demandes;
- les réclamations qu'ils soumettent à l'appréciation du médiateur sont de plus en plus fréquemment fondées sur une argumentation juridique structurée puisée, tant auprès des forums de consommateurs, qu'au sein de publications en ligne émanant d'organismes publics, d'organisations de consommateurs ou de professionnels du droit;
- Depuis 2015, ils demandent, enfin, de plus en plus souvent au médiateur, de compléter les propositions qu'il a formulées, au regard de nouveaux éléments transmis, alors qu'une telle démarche restait exceptionnelle les années précédentes.

C'est dans ce contexte profondément renouvelé que, pressenti pour exercer les fonctions de médiateur à compter du 01/01/2016, et désigné pour ce faire par le Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF) le 14/06/2016, j'ai du simultanément assuré la continuité de la fonction, et mettre en place, avec le concours matériel de l'établissement, le nouveau dispositif, notamment ses outils numériques et leur exploitation.

1.2 La progression des recours à la médiation

La progression du nombre des demandes de médiation s'est accompagnée d'une augmentation de la proportion des réclamations inéligibles essentiellement due à une méconnaissance par le public du périmètre de compétence dévolu au médiateur.

1.2.1 l'augmentation du nombre des réclamations

Après la pause observée au titre des deux années précédentes, le nombre des réclamations reçues a repris sa progression, sous les effets conjugués de la « digitalisation » de la procédure et de son fléchage renforcé par le service client de l'établissement, pour s'établir à **457** (contre 336 en 2015), étant précisé que près d'une demande sur deux a été transmise via internet.

1.2.2 la hausse du pourcentage des demandes inéligibles à la médiation

L'inéligibilité à la médiation d'une réclamation peut résulter de deux causes distinctes: soit la réclamation a pour objet un litige n'entrant pas dans le périmètre de compétence du médiateur

(litige concernant un autre établissement; portant sur un compte et/ou une activité professionnelle; concernant la grille tarifaire ...), soit la demande n'a pas épousé les recours internes ouverts au consommateur par l'établissement.

En l'espèce, l'évolution de ces motifs d'inéligibilité s'avère contrastée:

- réclamations n'entrant pas dans le périmètre de compétence du médiateur

Leur nombre s'est élevé à 100, soit près d'une réclamation sur quatre reçues (contre 6,6 % en 2015), à raison de 62 litiges relevant d'un établissement tiers et de 38 demandes afférentes à des comptes professionnels, notamment des SCI non patrimoniales; l'augmentation de ces deux postes étant imputable à l'utilisation par les consommateurs d'informations recueillies sur internet interprétées de manière inappropriée;

- réclamations n'ayant pas épousé les recours internes

Si ce poste reste au premier rang des motifs d'inéligibilité avec 178 dossiers, il se contracte légèrement en pourcentage, revenant de 45,2 % en 2015, à 39 % au cours de l'exercice écoulé.

Au total se sont 179 réclamations qui ont été déclarées éligibles à la médiation, soit 39,2 % des demandes reçues (contre respectivement, 162 et 48,2 % en 2015), ayant donné lieu à 100 propositions de solution¹, dont 40 au titre de saisines formulées via internet².

1.3 Les principaux types de litiges et leur prévention

1.3.1 la prévalence de quatre thèmes de réclamation de fréquence inégale

L'analyse thématique des réclamations ne révèle pas de profondes modifications d'un exercice à l'autre. Elle permet de distinguer quatre principaux types de litiges d'importance inégale:

- Réclamations portant sur le fonctionnement du compte

Les réclamations portant sur le fonctionnement du compte ont constitué le premier motif de recours à la médiation (contre le deuxième l'année précédente), soit une réclamation sur trois, tant formulée que traitée. Au premier rang des sous-thèmes les plus fréquemment abordés, figurent les contestations d'écriture, suivies de très loin par les litiges liés à la tarification. Il convient de remarquer que les consommateurs mettent assez souvent le médiateur en copie des échanges qu'ils peuvent avoir avec les services internes de l'établissement, en particulier avec leur agence, pour résoudre ce type de problème.

- Contestations relatives aux opérations de crédit

¹ La contraction sensible du nombre de ces propositions a résulté de la montée en puissance progressive du nouveau dispositif au cours du premier trimestre de l'année ayant entraîné un décalage du traitement des dossiers sur le début de l'exercice suivant.

² Niveau d'autant plus significatif que le site dédié n'a été pleinement opérationnel qu'en mai 2016

Avec un total de 70 réclamations reçues et 26 traitées, les réclamations concernant des opérations de crédit constituent le deuxième thème le plus fréquent de recours à la médiation. Il est sensiblement équivalent aux grandeurs enregistrées en 2015.

Les crédits concernés et les difficultés rencontrées sont divers. Toutefois, la majorité des demandes a porté, dans un contexte de baisse des taux prêteurs et de concurrence accrue, sur des différends intervenus dans le cadre de la renégociation ou du rachat de prêts immobiliers concernant, notamment, le calcul des sommes à rembourser par anticipation; le bénéfice éventuel de l'exonération de l'indemnité de remboursement anticipé prévue par le Code de la consommation (IRA), ou les conditions jugées anormales de mise en place (ou de refus) du prêt.

- Litiges résultant de l'utilisation frauduleuse des moyens de paiement

Cette catégorie de litiges a, de nouveau, représenté une part non négligeable (10,5 %) des demandes de médiation, celle-ci s'inscrivant toutefois nettement en retrait par rapport à l'année précédente (- 14 points); le pourcentage des propositions formulées en la matière représentant en revanche, comme en 2015, le quart de l'ensemble des préconisations émises par le médiateur.

Les deux tiers des dossiers de fraude reçus et les 80 % des affaires traitées ont concerné des fraudes à la carte bancaire.

Les fraudeurs à la carte bancaire utilisent principalement deux techniques de détournement de ce moyen de paiement: la captation du code confidentiel du porteur de la carte à l'occasion d'une opération de paiement, suivie du vol de la carte; le hameçonnage (ou phishing), via le détournement de la ligne téléphonique mobile du porteur, sur laquelle est émis le code à usage unique 3DSecure censé valider un achat à distance. A ces deux modes opératoires s'ajoute, l'utilisation de la carte ainsi que de son code de sécurité par un proche du porteur, à l'insu de ce dernier.

S'agissant du chèque, beaucoup moins concerné par les pratiques délictueuses, essentiellement constatées dans l'ouest de la Région Parisienne, les fraudeurs procèdent généralement au détournement de formules à l'ordre d'organismes collecteurs d'impôts, taxes ou cotisations, suivi d'une falsification, parfois « discrète » de son bénéficiaire, puis de l'encaissement du chèque sur un compte ouvert à cet effet, clôturé aussitôt les fonds retirés.

- Réclamations portant sur des produits d'épargne réglementés

Ce poste, certes d'importance non comparable avec les trois précédents, a néanmoins rassemblé 9 % des demandes et 13 % des propositions de solution formulées (contre, respectivement, 9,8 % et 7,6 % en 2015), la moitié des litiges portant sur les conditions de rachat anticipé et/ou de sortie de Plans d'épargne retraite (PERP).

Les chiffres enregistrés en 2016 confirment ainsi une tendance déjà identifiée par le médiateur en 2015.

Les litiges relatifs aux PERP sont de deux ordres:

Les plus nombreux concernent des demandes de rachats anticipés de plans, en principe impossibles en dehors des cas de force majeure limitativement énumérés par la loi. Les deman-

deurs invoquent, généralement, le défaut de conseil, et/ou les difficultés financières aux-
quelles ils sont confrontés;

Des contestations plus rares, mais également plus complexes, émanent d'épargnants ayant fait valoir leurs droits à la retraite , qui estiment que les conditions de dénouement de leur contrat, généralement fortement valorisé, ne leur permettent pas de récupérer leur épargne dans des conditions satisfaisantes.

1.3.2 Les actions de prévention envisageables

Il convient d'indiquer, à titre préliminaire, que la prévention des litiges est complexe à l'image des situations qui les déterminent, et que le médiateur ne peut ni ne prétend détenir les solutions en la matière. Les quelques lignes qui suivent constituent simplement des pistes de réflexion susceptibles d'inspirer les actions susceptibles de contenir le développement de certains contentieux.

Deux types d'actions paraissent devoir être considérées: les premières, d'ordre général (ou « transversales »), concernent l'ensemble des réclamations; les secondes sont propres à certaines catégories d'entre elles.

- Actions de portée générale

Quatre axes de prévention sont envisageables dans à ce titre

- développer et amplifier la pédagogie dispensée auprès du consommateur, au delà des documents d'information réglementaires, trop vite parcourus et mal assimilés par ce dernier;
- « tracer », aussi souvent que possible, cette action pédagogique ainsi que les décisions sur lesquelles elle débouche (par exemple, sous forme de résumé d'entretien numérisé) de manière à éviter toute incertitude ultérieure sur le contenu des échanges entre le professionnel et le consommateur;
- préciser les clauses contractuelles identifiées comme constituant une source récurrente d'interprétation divergente entre les parties;
- privilégier une organisation centrée sur la relation de proximité mettant l'interlocuteur habituel du consommateur et/ou sa hiérarchie immédiate en position de résoudre rapidement la plupart des problèmes qui leur sont soumis;

- Actions propres à certaines catégories de litiges

- Fonctionnement du compte: poursuivre les efforts développés en direction des clients en situation difficile (offre systématique de services spécifiques; accompagnement des clients en voie de surendettement ...) dont les effets positifs sont d'ores et déjà perceptibles;
- Fraude dans l'utilisation de la carte bancaire: la lutte contre ce type de fraude représente un véritable enjeu. Elle comporte une double dimension: à terme, obtenir de certains opérateurs de téléphonie mobile une sécurisation accrue de leur procédure de renouvellement des cartes SIM, voire envisager le remplacement du 3DSecure par une technologie alter-

native dont l'établissement aurait la complète maîtrise. Ces mesures pourraient être complétées par la mise en place d'une extension optionnelle de l'assurance des moyens de paiement à la garantie du risque de fraude;

Dans l'immédiat, intensifier les campagnes de mise en garde, en particulier via le site de la banque à distance;

- Crédits immobiliers: qu'il s'agisse du contrat de prêt proprement dit ou de l'assurance emprunteur (ADI) qui lui est associée, il pourrait paraître opportun, en complément des mesures générales évoquées précédemment (pédagogie; précision des contrats ...), d'optimiser les délais de mise en place du crédit afin de les phaser plus exactement avec le déroulement de l'opération financée;
- Epargne réglementée: compte tenu des contraintes réglementaires encadrant ce type de produit, en particulier les PERP, la prévention des éventuels conflits paraît devoir se situer lors de la conclusion du contrat, via une sélectivité renforcée des souscripteurs, confrontant très précisément leur profil et leur stratégie d'épargne aux caractéristiques du produit.

1.4 Une répartition des propositions de solution rendues par le médiateur légèrement favorable aux clients-consommateurs

Globalement équilibrée et stable d'une année à l'autre, la répartition des propositions de solution formulées par le médiateur a évolué dans un sens plus favorable au consommateur du fait de la modification du poids relatif de certaines de ses composantes.

1.4.1 Une progression sensible de la proportion des propositions de solution totalement favorables aux consommateurs

- Les propositions de solution partiellement ou totalement favorables aux consommateurs ont représenté 56 % des préconisations du médiateur, soit une proportion identique à celle observée en 2015 (55,8 %);
- En revanche, la répartition entre solutions partiellement et totalement favorables aux consommateurs a significativement évolué au profit de ces dernières, les propositions totalement favorables progressant d'un exercice à l'autre de vingt points, pour atteindre 39 % en 2016.

1.4.2 Une répartition équilibrée des propositions totalement favorables aux consommateurs et aux professionnels

2016 a été marqué par un rééquilibrage des places respectivement occupées par les propositions de solutions totalement favorables aux consommateurs (39 %) et par les solutions en faveur des professionnels (36 %).

1.4.3 Un niveau très élevé d'acceptation des solutions proposées

Le pourcentage des propositions de solution refusées par les parties s'est avéré marginal: 2 % de la part de l'établissement; 1 % de la part des consommateurs, étant précisé que, dans ce

dernier cas, le consommateur, après avoir refusé une première proposition, a accepté une seconde solution.

Par ailleurs, trois demandes ont fait l'objet, sous l'égide du médiateur, d'un règlement amiable, le traitement de trois autres demandes ayant été interrompu à la demande des requérants, principalement en raison du fait qu'ils avaient trouvé une solution alternative à leur problème.

*

* * *

II. LA MEDIATION EN CHIFFRES

2.1 Nombre et répartition des réclamations reçues

Réclamations	Nombre
Réclamations entrant dans le champ de compétence du médiateur	179
Réclamations entrant dans le champ de compétence du médiateur mais jugées irrecevables parce que les recours internes n'avaient pas été épuisés	178
Réclamations que le médiateur a estimées hors du champ de sa compétence	100
Total des réclamations reçues <i>dont réclamations adressées via internet</i>	457 215

2.2 Origine des réclamations déclarées éligibles

Origine de la saisine	Nombre de dossiers reçus concernés
Consommateur	169
Par l'intermédiaire d'associations	2
Par l'intermédiaire d'un avocat ou d'un conseil	2
Autres (Héritiers; mandataires; tuteurs/curateurs)	6
Total	179

2.3 Motifs d'inéligibilité des réclamations estimées hors du champ de compétence du médiateur

Motifs invoqués pour les réclamations estimées hors du champ de compétence	Nombre de dossiers concernés
Litige concernant un établissement tiers	62
Comptes professionnels	38

2.4 Répartition thématique des réclamations

Thèmes	Nombre de dossiers reçus (Hors incomptence et divers)	Nombre de dossiers ayant fait l'objet d'une proposition de solution
Fonctionnement du compte :	152	31
Moyens de paiement :	48	25
<i>Dont cartes bancaires</i>	32	28
Opérations de crédit (refus d'octroi, rupture de crédit, échéances impayées, demande de renégociation, ...)	70	26
Épargne (CEL, PEL, PEA, PEP, LDD ...) <i>Dont PERP</i>	41` 20	13 8
Assurances	8	5

2.5 Délai moyen de résolution des litiges ayant fait l'objet d'une proposition de solution

	En jours	Nombres de dossiers concernés
Délai moyen	48	100

2.6 Répartition des propositions de solution favorables aux consommateurs et aux professionnels

Propositions de solution	Nombre de dossiers concernés (%)
Propositions de solution favorables au consommateur	<i>totalelement favorables</i> 39
	<i>partiellement favorables</i> 17
Propositions de solution favorables au professionnel	36
Autres (<i>Transmission d'informations; réponse à une demande d'explication; recherche de documents ...</i>)	8

2.7 Proportion des propositions de solution suivies / non suivies par l'établissement

Suivi des propositions de solution	Dossiers concernés (%)
Propositions suivies	98
Propositions non suivies	2

Jean-Paul MEURICE,

Médiateur

