Année 2016

# Rapport du médiateur

## entre BNP Paribas, Hellobank !, B*Capital et leurs clients particuliers



## Dominique Chevaillier Boisseau,

*Médiatrice entre BNP Paribas, Hellobank !, B*Capital et leurs clients particuliers*

Trois intérêts majeurs ont jalonné toute ma carrière : la finance, le droit et la qualité de service au client.

- Chargée d'études puis secrétaire générale des investissements d'une société de capital risque.
- Déléguée générale adjointe de l'Association des âges (think tank sur les transferts économiques et financiers entre les générations).
- Chef du bureau des professions juridiques à la sous-direction Bancaire puis chef de secteur chargée du développement et du marketing de la Banque de dépôts la Caisse des dépôts et consignations (CDC).
- Directeur de la qualité et de la communication, membre et secrétaire du Comité exécutif de la Direction des activités bancaires et financières de la CDC.
- Directeur au Conseil supérieur du notariat en charge notamment de la qualité et de la médiation.

Depuis 2010,

- Médiatrice de la banque de détail France de BNP Paribas, de Hellobank ! et de la société d'investissement B*Capital ainsi que des institutions aujourd'hui absorbées par BNP Paribas : Cortal Consors, Banque de Bretagne, BNP Paribas Wealth Management.
- Consultante et formatrice sur la prévention et la résolution des risques organisationnels par la qualité et la médiation.
- Médiatrice conventionnelle et judiciaire notamment agréée par le Tribunal de commerce de Nanterre.

Impliquée dans le développement de la médiation au travers de plusieurs associations de médiateurs

- Administrateur de l'Association nationale des médiateurs (ANM)
- Membres du Club des médiateurs de services au public
- Trésorière du Cercle des médiateurs bancaires
- Présidente de ASSUME, Centre de médiation et de justice amiable de PACA

### COORDONNÉES DE LA MÉDIATRICE CLIENTÈLE DES PARTICULIERS

| | |
|---|---|
| **BNP Paribas et Hellobank !** | • Médiation pour la clientèle des particuliers<br>TSA 62000<br>92308 LEVALLOIS-PERRET Cedex<br>• médiateur.bnpparibas.net |
| **B*Capital** | • 11 avenue Bosquet<br>75007 PARIS |

# Sommaire


Introduction 4

Chiffres clés de la médiation entre BNP Paribas, Hellobank !, B*Capital et leurs clients particuliers 6

1 **Le client/Consommateur : un capital à préserver 8**

Le consommateur-roi 9

Préférence client et refonte du processus de réclamation de BNP Paribas 12

L'impact de l'évolution récente de la règlementation sur la relation client 14

Favoriser les modes amiables de règlements des différends : l'évolution de la médiation à BNP Paribas, Hellobank ! et B*Capital depuis début janvier 2016 18

2 **Les activités de règlement des différends en 2016 20**

L'examen des saisines relatives à un différend avec BNP Paribas et Hellobank ! 21

L'examen des avis du médiateur sur les différends entre BNP Paribas et Hellobank ! Les prêts 25

Caractéristiques des avis du médiateur de BNP Paribas et Hellobank ! 33

Le traitement des demandes de médiation sur les différends entre B*Capital et ses clients 35

3 **Les recommandations de la médiatrice à BNP Paribas, Hellobank ! et B*Capital 36**

4 **Les activités de la médiatrice en 2016 44**

5 **Annexes 46**

*Annexe 1* : Actualité juridique 2016 49

*Annexe 2* : Processus de traitement des saisines 62

*Annexe 3* : La charte de la médiation de BNP Paribas 63

*Annexe 4* : Liste des membres du Club des médiateurs de services au public 65

*Annexe 5* : Le Cercle des médiateurs bancaires 66

# Introduction

Deux réformes fondamentales du Code de la consommation et du droit des contrats sont entrées en application en 2016. Celles-ci vont avoir un impact important sur l'évolution de la relation banque/client et donc sur la nature des différends d'autant plus que les comportements et attentes des consommateurs se modifient radicalement.

C'est pourquoi, il m'apparait intéressant d'analyser ces évolutions et l'impact de ces textes au vu des attentes nouvelles des consommateurs vis-à-vis de leur banque et leurs conséquences sur la nature des différends que j'ai à traiter. Avec « Préférence client » finalisée en 2016, BNP Paribas met en place toute une série d'exigences et d'engagements vis à vis du client que je pourrai demander à la banque de me confirmer qu'ils ont été tenus.

Le premier janvier 2016, la « médiation bancaire » disparaissait au profit de la « médiation de la consommation » encadrée par de nouveaux textes et transposant la directive européenne de 2013. L'ordonnance du 20 août 2015 et ses décrets d'application du 30 octobre et du 7 décembre 2015 ont obligé BNP Paribas et B*Capital à modifier leur charte de la médiation et à faire désigner leur médiateur par une commission paritaire du Comité consultatif des services financiers. C'est ainsi que j'ai été nommée médiateur de BNP Paribas le 19 mai 2016 par la commission citée ci-dessus. J'ai déposé mon dossier de demande d'inscription sur la liste des médiateurs de la consommation auprès de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation tout début décembre 2016. À la date de rédaction de ce rapport, je n'avais pas de nouvelles pour ma nomination de médiateur de B*Capital, ni pour mon dossier d'inscription sur la liste européenne des médiateurs de la consommation.

L'activité de médiation s'est encore intensifiée en 2016 où j'ai dû traiter 7 219 saisines dont 112 pour B*Capital, les saisines de Hellobank ! étant comptabilisées avec celle de BNP Paribas. 4 085 dossiers ont été retournés à la banque, les recours internes n'étant pas épuisés et 2 227 n'étaient pas éligibles à la médiation car ne faisant pas partie de mon champs de compétence (dont 112 pour B*Capital). Beaucoup de ces derniers, étaient liés à la facturation de frais de tenue de compte.

J'ai traité 1 213 médiations soit 513 dossiers de plus qu'en 2015. BNP Paribas ayant pu mettre à ma disposition, en début d'année 2016, des moyens temporaires qui m'ont permis ainsi de réduire le stock de dossiers en attente (plus de 400 non traités fin 2015). Le nombre de nouvelles médiations demandées en 2016 a légèrement diminué par rapport à 2015.

Je constate comme les années précédentes que quatre domaines sur douze (Prêts, fonctionnement du compte, moyens de paiement, facturation) représentent trois quart

des avis. Pour la première fois depuis la création de la médiation le traitement des différends liés aux prêts arrive en tête. Cette situation est naturelle du fait de l'augmentation du nombre de dossiers de prêts traités par BNP Paribas due en partie aux renégociations compte tenu de la baisse des taux. De ce fait, il est normal de constater un accroissement des litiges sur les prêts immobiliers et des contestations du TEG à la suite d'interventions de nouvelles officines ayant fait de ce domaine leur spécialité. Je note également une augmentation tous les ans plus forte du nombre de dossiers de fraude à la carte bancaire ou d'escroquerie dont sont victimes les clients parfois trop naïfs. Il est très rare que je donne en droit raison au client sur ce type de conflit, la banque ayant en général traité la réclamation correctement.

Je tiens d'ailleurs, à signaler que BNP Paribas a réformé depuis presque deux ans le traitement de ses réclamations. Je note avec bonheur que ces réformes portent leurs fruits. Les réponses apportées par la banque sont mieux personnalisées. Le vécu du client et ses émotions sont plus souvent prises en compte. Par ailleurs, sur les 4 085 dossiers retournés à la banque pour recours non épuisés, peu me reviennent et il m'arrive d'être chaleureusement remerciée de mon intervention par des consommateurs qui sont satisfaits de la réponse alors donnée par la banque.

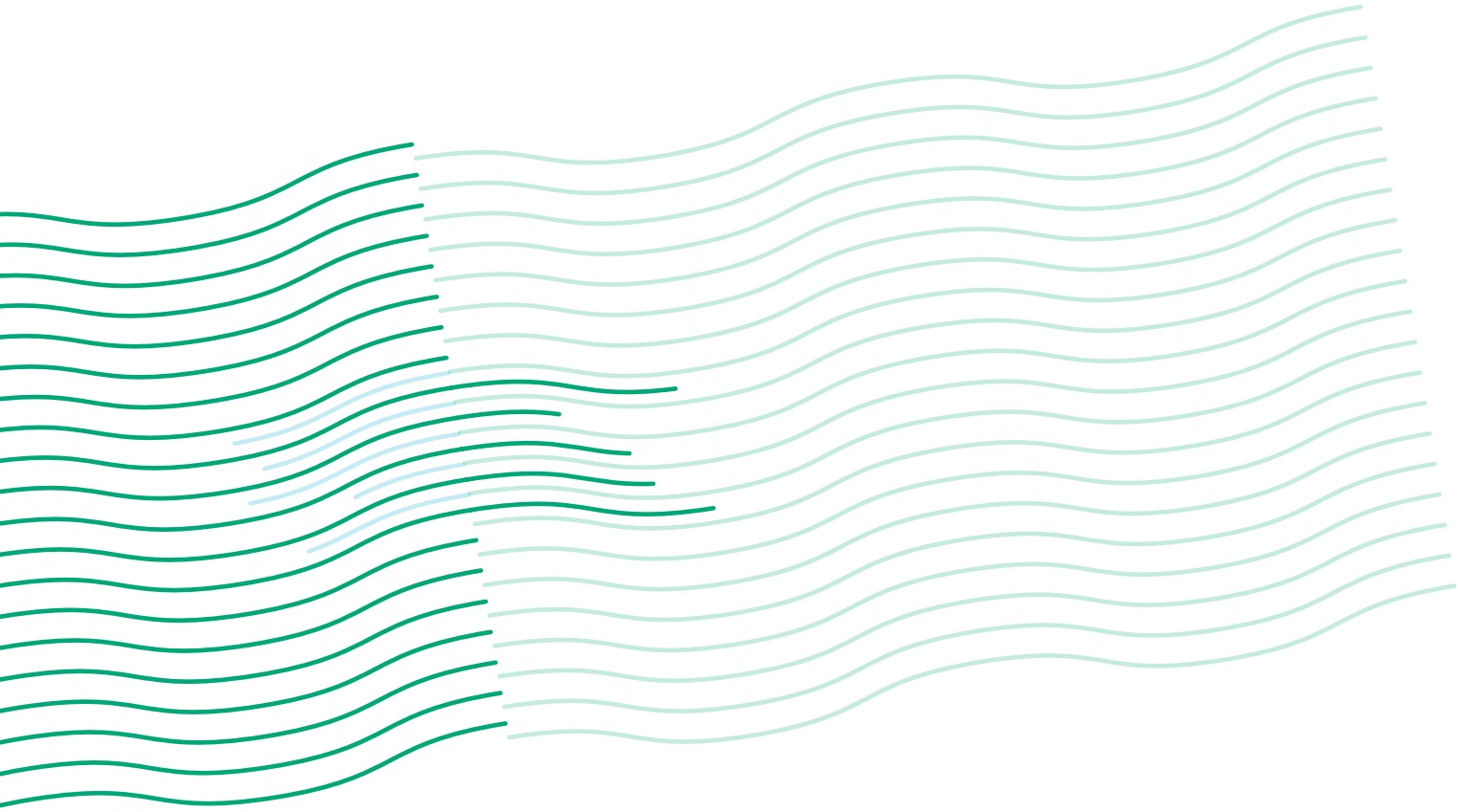
En revanche, je regrette que malgré plusieurs relances effectuées dès le 4e trimestre 2016, BNP Paribas n'est pas répondu à certaines recommandations qui me sont demandées par la réglementation encadrant la médiation de la consommation. J'avais eu le même problème en 2015. Ces relances retardent la parution de mon rapport annuel et m'obligent à reprendre tous les ans, parfois depuis plus de cinq ans certaines recommandations qui n'obtiennent aucune réaction de BNP Paribas, à l'inverse de B*Capital qui y répond immédiatement.

L'augmentation des saisines et des médiations, les nouvelles exigences de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation, alourdissent l'activité du médiateur et notamment les tâches administratives qui y sont liées. J'ai effectué un audit du fonctionnement de l'équipe médiation et de nos procédures. Sauf à augmenter significativement le nombre de personnes que constituent le Pôle médiation, nous nous devons d'améliorer notre manière de traiter les saisines et les médiations. Pour cela, il est impératif que nous puissions bénéficier d'outils informatiques adaptés qui simplifient les tâches administratives répétitives et chronophages. Je suis en discussion avec la direction générale de BNP Paribas pour que le budget soit débloqué et que je puisse bénéficier d'une assistance technique pour le choix de ces outils.

Enfin, je souhaite remercier tout spécialement mon équipe qui s'est beaucoup investie et son responsable Frédéric Gaudin qui a choisi de changer de fonction en mai 2017. Il a dirigé pendant presque dix ans le Pôle médiation et l'a fait beaucoup évoluer. Je souhaite également la bienvenue à Jeanne Lavigne qui reprend la responsabilité de ce service. Je sais qu'elle saura nous aider à améliorer nos procédures pour diminuer encore nos délais et renforcer la satisfaction de ceux qui nous confient le traitement de leurs différends. Nous avons déménagé fin mars dans de nouveaux locaux à Levallois Perret plus modernes. Il ne nous manque plus qu'un outil informatique spécifique à l'activité de médiation qui simplifiera et améliorera la sécurité de notre activité.

**Dominique Chevaillier Boisseau**
Juillet 2017

# Les chiffres clés de la médiation entre BNP Paribas, Hellobank !, B*Capital et leurs clients particuliers



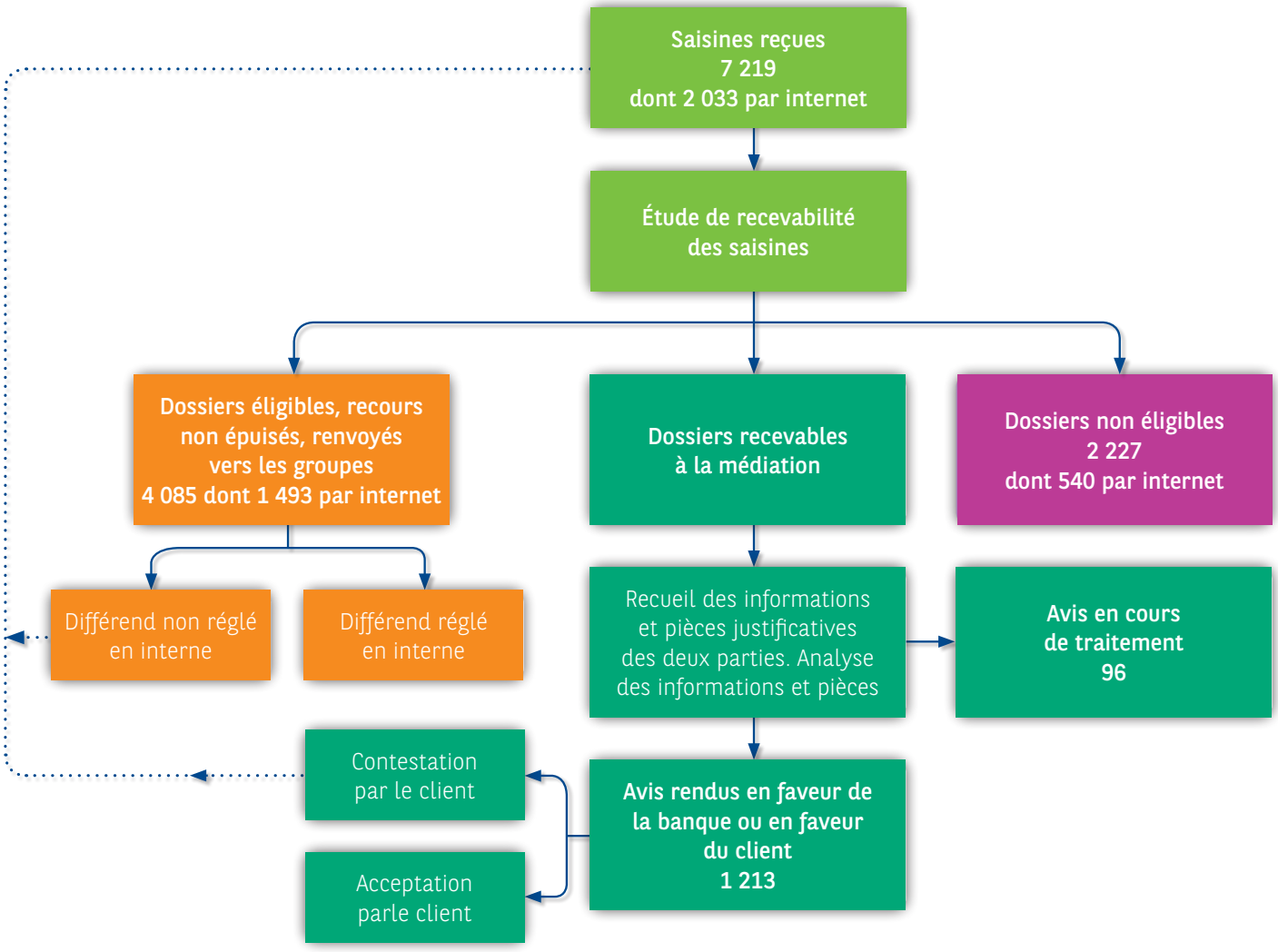
# En 2016

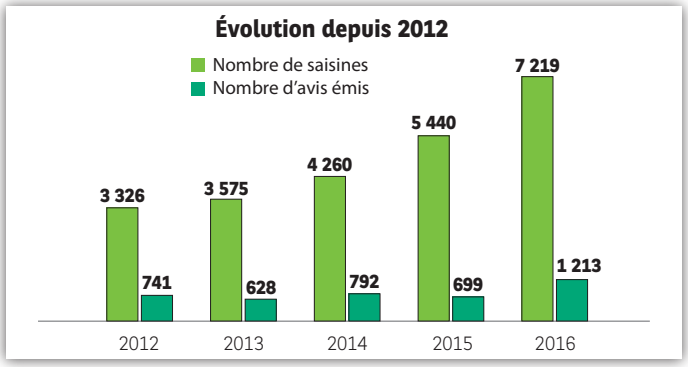
**7 219**
Nombres de saisines
dont 2 033 par site
du médiateur

**4 085**
Éligibles à la médiation
dont 2 942 renvoyés
à la banque pour recours
non épuisés

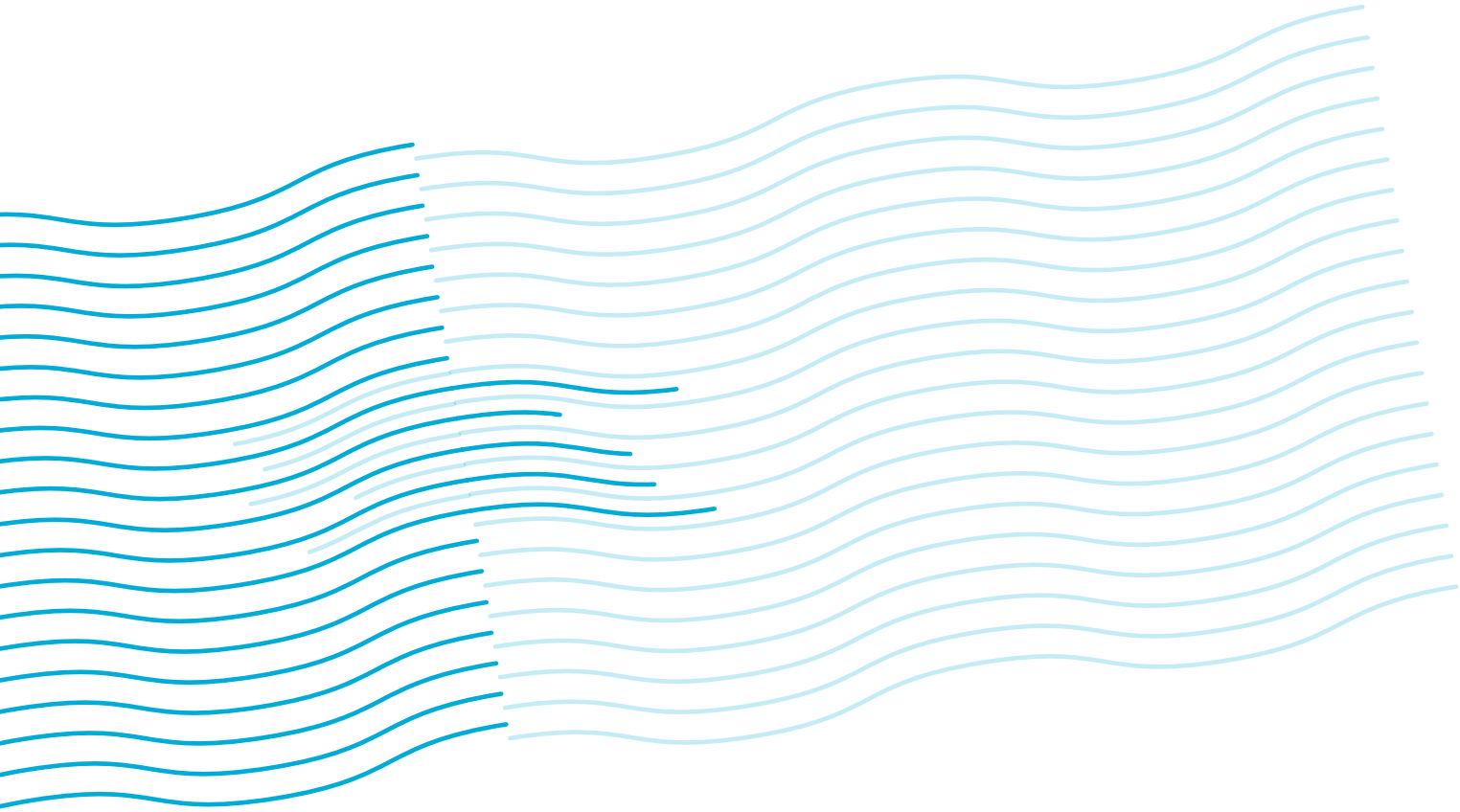
**1 213**
Avis rendus
dont 421 avis en cours
fin 2015

**2 227**
Dossiers non éligibles
dont 540 par site
du médiateur



# 1 Le client/consommateur : un capital à préserver




Le consommateur-roi 8

Les actions conduites par BNP Paribas pour faire face à ces attentes 12

L'impact de l'évolution récente de la règlementation sur la relation client 14

Favoriser les modes amiables de règlements des différends : l'évolution de la médiation à BNP Paribas, Hellobank ! et B*Capital depuis janvier 2016 18

**Les changements législatifs majeurs de 2016 et l'évolution des comportements des consommateurs modifient les besoins des clients et de ce fait les attentes vis-à-vis de leur banque. Malgré des réformes importantes de BNP Paribas dans la relation client, les différends se multiplient. Ils entrainent une augmentation du nombre des saisines du médiateur et modifient ses modalités d'exercice.**

Dans mon rapport de 2015, j'ai fait part des changements de la médiation bancaire due à la transposition de la directive européenne sur la médiation de la consommation par l'ordonnance du 20 août 2015 et ses décrets d'application. En 2016, je souhaite mettre l'accent sur l'évolution des relations entre banques et consommateurs du fait de nouveaux comportements des clients mais également des réformes fondamentales du Code de la consommation et de celle du droit des contrats qui vont modifier profondément la relation professionnel/consommateur et se répercuter sur les différends que j'ai à traiter.

Il me parait donc indispensable d'analyser l'évolution des comportements des consommateurs, repérer les conséquences des réformes du droit des contrats et celui du Code de la consommation sur la relation banque/Consommateurs, mais également rappeler quelques initiatives prises ces dernières années par BNP Paribas pour satisfaire ses clients et sur lesquelles je peux m'appuyer.

La médiation bancaire, régie par le Code monétaire et financier et contrôlée par le Comité de la médiation bancaire, obligatoire depuis le début de l'année 2002, a dû se transformer pour répondre aux exigences des nouveaux textes régissant la médiation de la consommation. Tant BNP Paribas, Hellobank ! B*Capital et moi-même avons dû adapter les moyens et les méthodes de travail pour répondre aux nouvelles exigences des textes encadrant la médiation de la consommation et dont je rends compte dans ce rapport.

## 1. Le consommateur-roi

« Ce n'est pas l'employeur qui paie les salaires, mais le client. »

**Henry Ford (1863/1947)**

Ou dans le langage consumériste

« Ce n'est pas le professionnel qui paie les rémunérations, mais le consommateur. »

Nous vivons une époque extraordinaire dans laquelle essaient de cohabiter la volonté de liberté totale et l'assurance de risque zéro, ainsi que le souhait de vivre ensemble dans un environnement de plus en plus conflictuel.

# 1 Le client/consommateur : un capital à préserver

Jamais les consommateurs n'ont eu autant de pouvoirs et leurs exigences s'intensifient. Ils veulent être libres de leurs choix mais protégés de ceux qui y répondent ; ils souhaitent avoir accès à un marché, sans frontière, mais attendent qu'un droit ultra protecteur encadre cette circulation libéralisée. Le Code de la consommation n'existait pratiquement pas il y a vingt-cinq ans. Depuis sa création en 1993, il a sans cesse évolué et a fait l'objet d'une réforme majeure par l'ordonnance du 14 mars 2016 puis du décret du 29 juin pour devenir un code, simplifié par endroit, complété à d'autres, composé de huit chapitres. Il est entré en application le 1er juillet 2016.

L'avènement des nouvelles technologies permet d'obtenir tout ce que l'on veut ou presque, sans bouger de chez soi, en perdant le moins de temps possible. En toute logique, ce secteur ne cesse de croître. La FEVAD(1) indique une augmentation de près de 15 % des ventes en ligne en 2016, pour un total de 72 milliards d'euros. Ces outils mis à sa disposition, donnent au consommateur un pouvoir énorme, qui modifie son rapport à l'achat, à la vente(2) et à la relation-client.

Le service, le bien-être et l'expérience clients sont devenus les mots clés de la réussite de tout professionnel et donc bien évidemment des banques. La quasi-totalité de la population majeure détient un compte bancaire. La concurrence est donc extrême entre établissements financiers et la fidélisation des clients un impératif. La conquête d'un nouveau client dépend de l'image positive de la banque d'autant plus qu'une nouvelle règlementation facilite le changement(3) de prestataire financière. La banque est véritablement en danger si les clients n'arrivent pas à joindre leur conseiller et obtenir une réponse rapide voire immédiate à leur problème, un respect des délais ou encore des informations claires et compréhensibles sur les produits et services proposés. L'expérience client peut être désastreuse et se traduire par une rupture de la relation et une diffusion d'une image dégradée du professionnel facilitée par l'explosion de l'utilisation des réseaux sociaux.(4)

Le consommateur évolue : il **veut décider et être unique** tout en étant plus **impatient, exigeant et moins tolérant**. Il adopte de nouveaux réflexes motivés notamment par le besoin de faire des économies. Il attend de la bienveillance et du désintéressement dans les moyens qui lui sont offerts.

Avec le déploiement de l'accès aux nouvelles technologies, **le consommateur devient foule**. Les actions de groupe, autorisées récemment commencent à voir le jour, la production participative se développe et l'économie du partage s'installe et prend de l'ampleur (« crowdfunding » ; « crowdsourcing »)(5) par le biais notamment des plateformes et startups dont certaines rachetées par les banques.(6)

Avec la montée des services de banques en ligne, les attentes vis-à-vis du banquier se modifient. En permettant de passer des ordres librement, le client devient « acteur » et donc son propre banquier(7). De cette prise d'autonomie, les consommateurs, ont vu leurs rôles se multiplier. Pour autant ils n'en demeurent pas moins clients et attendent une protection identique et sans faille.

Ce pouvoir entraine la création de nouveaux organismes issus de regroupements de consommateurs. **Le consommateur est communautaire**. Il se reconnait dans les autres clients. Qui mieux qu'eux peuvent témoigner de leur expérience ? Qui mieux qu'eux peuvent les aider à choisir, à résoudre un problème ? On n'accorde sa confiance qu'en

(1) Fédération de la vente à distance.

(2) N'oublions pas que de nos jours, les clients ont des expériences d'acheteurs de produits mais aussi de vendeurs. Les magasins d'achat/vente fleurissent dans toutes les zones commerciales de France, mais c'est sans conteste sur la toile que ce phénomène prend toute son ampleur. Pour ne citer que lui, Le Boncoin enregistre plus de 20 millions de visiteurs par mois sur son site, et près de 35 millions de français y ont acheté ou vendu quelque chose en 2015 (Source Antoine Jouteau, PDG Le Bon Coin). Chaque mois voit la naissance d'un nouveau site de mise en relation de vendeurs/acheteurs.

(3) Cf annexe 1.

(4) Les consommateurs qui saisissent la médiation m'envoient parfois, des reproductions de messages captés sur le net de clients aussi mécontents qu'eux pour un problème semblable au leur...

(5) Crowdfunding ou financement participatif permet aux porteurs de projets de trouver par le biais de plateformes des financements autres que bancaires apportés par un grand nombre de personnes qui investissent (ou prêtent) sur différents projets. Crowdsourcing ou production participative est l'appel sur les réseaux soit à une expertise soit un besoin de soustraitance rémunéré ou bénévole pour le développement d'un projet, d'une action ou d'une étude.

(6) BNP Paribas a acquis PayCar en fin d'année 2016 et en début 2017, le « Compte nickel ».

(7) Cf la publicité d'une banque en ligne : « parce que mon banquier, c'est moi ! ».

ce en quoi on se reconnait. On voit apparaitre ces derniers temps, mais très peu dans les banques, un nouveau « service client » : le selfcare[8] : une communauté de clients répond à vos questions lors d'un achat en ligne. À ma connaissance, BNP Paribas, Hellobank ! et B*Capital n'ont pas mis en place de selfcare.

**Le besoin d'immédiateté devient « une norme sociale exigeante »**[9] qui s'impose. J'ai souvent à traiter de différends où le consommateur décrit pendant des pages toutes les actions qu'il a dû effectuer pour obtenir un produit, un service ou résoudre un problème. Il attend d'être accompagné, soutenu (« supporté »[10]). Le consommateur s'habitue à avoir des services d'assistance (support client) en ligne 24h/24h, 7j/7. Le client attend de son banquier la même disponibilité que sur son site d'achat en ligne[11]. Il est devenu impensable de ne pas pouvoir passer par exemple, ses ordres de virement à tout moment, parce que le service est interrompu ou parce que l'ajout instantané du compte destinataire est impossible sans formalités lourdes. Mais, il existe aussi, 37 % des Français qui sont de « faibles utilisateurs » d'internet. La banque doit donc investir deux fronts: la réduction de l'effort à faire pour les clients, la recherche de simplification d'une part et le fait de permettre à tous ses clients, « branchés » ou non, de bénéficier d'un même niveau de service.

Car **le consommateur est aujourd'hui sans pitié**. Il ne tolère aucune erreur. Beaucoup de professionnels se plaignent de la violence grandissante des consommateurs. Dans les saisines que nous recevons, nous le constatons chaque jour : moins de respect, plus d'injures. Toutefois, je remarque avec bonheur que les déclarations d'incivilités (994 en 2016)[12] diminuent à BNP Paribas depuis trois ans même si elles proviennent à 86,5 % de consommateurs. J'en conclue que les actions engagées par BNP Paribas pour améliorer la qualité de service de ses équipes et la gestion des réclamations portent leurs fruits.

Enfin, le **consommateur a besoin d'outils de diffusion des informations « responsive »** c'est-à-dire conçus pour être aussi lisible quel que soit le canal de lecture des informations (tablette, mobile, ordinateur…), cela devient indispensable lorsque l'on sait que l'usage des smartphones ou tablettes est en constante augmentation (+40 % entre 2015 et 2014).

La relation client et le « parcours client »[13] deviennent les piliers de l'expérience. Le consommateur communiquera plus volontiers un mécontentement qu'une satisfaction. Une expérience client positive et marquante se répand plus difficilement. Il faut, à la fois, offrir un parcours attirant, simple et rapide pour sortir le consommateur de l'indifférence ; garantir un suivi commercial sans faille pour s'assurer de l'adéquation du produit ou service vendu ; puis de sa bonne compréhension[14]. Le service après-vente est aussi, voire plus important, que l'accompagnement au moment de la vente. Enfin, il faudra gérer le plus rapidement possible les conflits éventuels, voire mieux, les anticiper.

L'augmentation des demandes de médiation que j'ai eu à traiter en 2016 (7 219 saisines soit 33 % de plus qu'en 2015) montre que ces processus ne sont pas totalement acquis par certains conseillers de BNP Paribas et Hellobank ![15] et ce malgré la mise en place par celle-ci de démarches et d'outils performants comme par exemple sa politique « Préférence client » que je développerai plus avant. Il est vrai également que le nombre de clients de BNP Paribas et Hellobank ! a beaucoup augmenter ces dernières années.

(8) À propos de selfcare (le client trouve une solution seul à ses problèmes), une question sur deux (49 % précisément) est restée sans réponse lors d'une recherche d'information en ligne en 2014 selon Eptica dans son étude *« les marques françaises et l'expérience client omnicanal en ligne »*. Parmi les meilleurs, avec un score de 78 % de questions qui trouvent une réponse, les distributeurs de produits électroniques. Parmi les plus mauvais, l'assurance (38 %), les fournisseurs d'énergie (36 %) et la banque (10 %), c'est à dire les grands faiseurs de volumes quotidiens d'événements client et donc de demandes de support.

(9) 40 % des français seraient dans cette logique d'immédiateté.

(10) BNP Paribas parle de « Parcours » client alors que d'autres professionnels utilisent le mot « Support client » du verbe anglais to support : soutenir.

(11) Les clients de HelloBank ! bénéficient de services clients disponibles 6j/7 avec horaires étendus.

(12) 1 156 en 1994, 1082 en 2015.

(13) Cf note 8 ci-dessus.

(14) Cf le nombre de médiation traitée relatives à une incompréhension des fonctionnalités du prêt souscrit, ou encore sur l'impossibilité de récupérer les fonds sur un PERP.

(15) Mais beaucoup mieux pour B*Capital (une seule médiation dans l'année).

## 2. Les actions conduites par BNP Paribas pour faire face à ces attentes

### 2.1 Préférence client

Fidéliser les clients est essentiel mais de plus en plus complexe compte tenu du développement salutaire de la concurrence. BNP Paribas a fait de l'expérience client la clef d'une clientèle durable. En 2015, le groupe lance la démarche « Préférence client », véritable projet de consolidation et de transformation de la relation client. Son but : *« devenir la nouvelle référence bancaire de la relation client en France »* en s'adaptant aux nouvelles attentes des consommateurs : une prise en charge de leurs besoins, des réponses immédiates, une relation personnalisée, des démarches simples et sans effort pour lui.

Afin de répondre aux exigences de rapidité et d'accessibilité des services de la banque, BNP Paribas a développé un programme de modernisation de son réseau d'agences. Le groupe a notamment créé trois types d'accueils pour s'adapter aux demandes des clients : des agences *« Express »* dédiées aux opérations courantes ; des agences *« Conseil »*, de proximité qui bénéficient en plus de conseil et d'expertise en visio-conférence ; enfin, des agences *« Projets »* qui accueillent des conseillers spécialisés pour accompagner le client dans ses projets. De plus, chaque agence se fixe un « projet de service » adaptée à ses spécificités, avec des objectifs précis et contrôlés.

Ces réformes s'accompagnent d'une vaste politique de développement des compétences et de la culture de service des collaborateurs.

En 2016, les relations clients-banque ont encore évolué. Soucieux d'accompagner au mieux le client, BNP Paribas propose que les produits nécessitant une expertise particulière et un accompagnement personnalié soient présentés par les conseillers spécialisés (immobilier, épargne, prévoyance…). De nouveaux engagements ont été pris, comme par exemple :

- donner un rendez-vous dans les 48h avec un conseiller spécialisé,
- répondre en 30 secondes sur le « chat »,
- dépanner le client immédiatement lorsqu'il rencontre un problème.

Le suivi des engagements promis est également amélioré. En effet, depuis 2016, les demandes des clients, qu'elles soient faites par téléphone, internet, visio-conférence ou en face-à-face, sont suivies. Le client est informé du traitement de sa demande par SMS ou autre moyen.

La banque accompagne également les clients en difficulté financière. Elle s'engage dans le développement d'un crédit responsable, accessible au plus grand nombre, tout en prévenant le surendettement. Le groupe a notamment ouvert des centres spécialisés en solutions budgétaires, qui accompagnent les clients en difficulté afin de trouver, avec eux, une solution bancaire adaptée.

Ces démarches responsables m'ont également permis de modifier le traitement des dossiers de médiation : les engagements promis ont-ils été tenus ? Le client a-t-il pu obtenir sans problème le rendez-vous demandé ? Le client a-t-il pris contact avec un service spécialisé comme proposé par le conseiller ?(16)

(16) Je suis au regret de constater que dans plusieurs dossiers traités en médiation de clients réclamant le remboursement de frais pour incident de paiement, les clients ne donnent pas suite aux demandes de RDV de leur conseiller, qu'ils ne répondent pas au conseil de rencontrer les services spécialisés en solutions budgétaires malgré plusieurs relances et/ou qui refusent les solutions de forfait de compte permettant de diminuer les commissions d'interventions pour une gestion plus saine de leur compte.

## 2.2 Amélioration du processus de réclamation de BNP Paribas

En 2016, les exigences des organismes de tutelle des banques se sont renforcées concernant les délais de traitement des réclamations par la banque. Ceux-ci ont été portés à deux mois maximum quel que soit le lieu de dépôt de la réclamation au sein de l'institution bancaire. Les recours du client mécontent prévoyaient que celui-ci devait d'abord s'adresser à son agence puis en cas d'insatisfaction, il pouvait saisir le service spécialisé de traitement des réclamations au niveau de la région. Ce parcours alourdissait les délais. Aujourd'hui, le client ne porte qu'une seule réclamation soit à son agence soit directement auprès des experts relations clients, spécialisés dans le traitement des réclamations. La banque n'a plus que deux mois pour traiter celle-ci quel que soit son point d'entrée. Si le client n'est pas satisfait ou s'il n'a pas obtenu une réponse dans les deux mois, il peut alors saisir le médiateur dont les coordonnées sont indiquées dans les courriers de réponse, sur le site de la banque et dans toutes les agences.

Par ailleurs, BNP Paribas a mis en place en 2016, de nouvelles actions pour un meilleur traitement des réclamations :

- Une refonte des courriers de réponse apportées au client en faisant preuve d'empathie et de compréhension à l'égard du « vécu » du client (dont ses émotions exprimées), en simplifiant davantage le contenu pour le rendre plus clair et compréhensible et en personnalisant les réponses afin qu'elles paraissent moins administratives.
- En renforçant la formation à la gestion des réclamations tant au sein des agences que des équipes spécialisées dans le traitement des réclamations

De plus en 2016, BNP Paribas a mis en place une « task force » pour traiter un afflux massif de réclamations dues à la facturation pour la première fois en 2016, de frais de tenue de compte fortement contestés par les clients dont beaucoup de ces plaintes ont été adressées directement au médiateur alors que je ne peux les traiter puisque hors de mon domaine de compétence (politique générale de la banque).

Dans le traitement des dossiers de médiation, je note en effet, une nette amélioration des réponses de la banque aux réclamations des clients. J'en ai également pour preuve les lettres de remerciement que les clients m'adressent sur des dossiers renvoyés à la banque pour recours non épuisés(17). D'ailleurs, je note que peu de ces dossiers retournés à la banque reviennent en médiation. Les clients sont donc en général satisfait du traitement de leur réclamation soit parce qu'ils ont obtenu satisfaction à leur demande soit parce que les explications données par la banque les ont convaincus.

(17) 16 % des dossiers de réclamation de la banque proviennent de la médiation pour recours non épuisés.

## 3. L'impact des nouveaux textes règlementaires sur la relation client : refonte du Code civil sur le droit des contrats, du Code de la consommation et son impact sur le Code monétaire et financier

> Le problème du contrat est de savoir sur quoi il se fonde.

**André Glucksmann**
Philosophe

### 3.1 Les principales évolutions du droit des contrats venant modifier la relation banque/client

L'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations vient modifier plus de 350 articles du Code civil qui n'avaient pas été révisés depuis la parution de celui-ci en mars 1804(18).

Cette réforme vise essentiellement à assurer une meilleure sécurité juridique en retirant l'incertitude de clauses souvent soumises à des interprétations jurisprudentielles et à renforcer la liberté contractuelle tout en recherchant un équilibre des droits et devoirs de toutes les parties.

Le contrat est maintenant défini comme *« un accord de volontés entre deux ou plusieurs personnes destiné à créer, modifier, transmettre ou éteindre des obligations »*.

Avec cette définition, le texte vient donner une importance particulière à la **liberté contractuelle, le respect des engagements et à la bonne foi**. Il donne aussi une grande importance à « l'avant contrat » peu mis en valeur auparavant.

#### *Pour la formation du contrat*

En effet, dès les négociations, la qualité des informations données par l'ensemble des parties prend une très grande importance et si un manquement à cette obligation peut être prouvé par la partie qui s'en prévaut, la nullité du contrat pourra être décidée.

Le devoir général d'information oblige *« celle des parties qui connaît une information dont l'importance est déterminante pour le consentement de l'autre doit l'en informer dès lors que, légitimement, cette dernière ignore cette information ou fait confiance à son cocontractant »*.

Le texte prévoit qu'il y a *« également violence lorsqu'une partie abusant de l'état de dépendance dans lequel se trouve son cocontractant, obtient de lui un engagement qu'il n'aurait pas souscrit en l'absence d'une telle contrainte et en tire un avantage manifestement excessif »*.(19)

(18) Cf annexe 3.

(19) Le texte a ajouté la condition relative à un avantage manifestement excessif. On sait que la Cour de cassation s'est prononcée sur la question de l'état de nécessité et celle de la dépendance économique et même à propos de la question de la violence par création d'un état psychologique.

### *Durant l'exécution du contrat*

Par ailleurs, le nouveau droit des contrats permet à une partie de demander la renégociation du contrat, dès lors qu'« un changement de circonstances imprévisibles lors de la conclusion du contrat rend l'exécution excessivement onéreuse pour une partie qui n'avait pas accepté d'en assumer le risque ».

Il est désormais possible à une partie envers laquelle un engagement n'a pas été exécuté notamment, et après mise en demeure :

- d'en poursuivre l'exécution en nature, pour autant qu'une telle exécution est possible,
- d'en assurer ou faire assurer l'exécution elle-même aux frais du débiteur et ce sans autorisation judiciaire préalable,
- d'accepter une exécution imparfaite et de solliciter une réduction du prix convenu sans avoir recours au juge,
- de procèder à une résolution unilatérale du contrat sans avoir là encore à recourir au juge.

En matière de preuve, une « copie fiable » a dorénavant la même force probante que l'original et notamment une copie réalisée sur support électronique.

## 3.2 Évolution du Code de la consommation modifiant les relations banque/consommateurs

Le Code de la consommation a été modifié en profondeur par l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 et par son décret n° 2016-884 du 29 juin 2016. Il est entré en application le 1er juillet 2016.

Le droit de la consommation présuppose l'existence d'un déséquilibre (économique, juridique, matériel, intellectuel...) entre la banque et le consommateur. Il impose à la banque des obligations particulières qui s'ajoutent à celles qui existent déjà pour son activité commerciale (information renforcée, désignation d'un médiateur de la consommation...). Contrairement au professionnel, le Code de la consommation accorde au consommateur des droits particuliers (possibilité de rompre un contrat, de se rétracter..., de bénéficier gratuitement d'une médiation de la consommation...).

Il clarifie le champ d'application quant aux personnes et précise la notion de consommateur(20) et de professionnel(21), qui, jusqu'alors avaient été définis uniquement dans les textes créant la médiation de consommation.

L'organisation interne du Code a été modifiée pour mieux suivre la chronologie des étapes de l'acte d'achat et pour regrouper notamment les sanctions civiles, administratives et pénales à la fin de chaque livre dans un titre ad hoc « Sanctions », jusqu'alors dispersées dans le code.

Le Code de la consommation confirme l'existence d'un droit procédural de la consommation qui se rajoute pour la banque aux recommandations et contrôles de l'ACPR (Autorité de contrôle prudentiel et de régulation) et de l'AMF (Autorité des marchés financiers) : pouvoirs d'enquête de l'administration, modalités spécifiques de traitement des litiges, à savoir la médiation de la consommation, actions collectives, actions de groupe.

(20) « S'entend de toute personne qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ».
(21) « Toute personne physique ou toute personne morale, qu'elle soit publique ou privée, qui agit, y compris par l'intermédiaire d'une personne agissant en son nom ou pour son compte, aux fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ».

Concernant les informations du consommateur et pratiques commerciales (livre 1er), le Code de la consommation renvoie à l'article L.312-1-1 du Code monétaire et financier pour les règles de renseignement des consommateurs des banques et autres établissements financiers.

Le nouveau Code (livre II, Formation et exécution des contrats) confirme l'obligation, existant pour les banques depuis plusieurs années, de rédiger des contrats clairs et compréhensibles qui s'interprètent en cas de doute en faveur du consommateur et à donner les informations concernant le médiateur.

Par ailleurs, il précise que la conservation des contrats par voie électronique doit se faire par le professionnel qui doit pouvoir le produire à tout moment au consommateur. S'il est dans l'impossibilité de le faire, cela ne peut pas être « au détriment du consommateur ».

On trouve également concernant les services financiers une liste des informations pré-contractuelles que le consommateur doit recevoir et notamment son contrat par écrit ou toute forme durable avant tout engagement. Il peut se rétracter sans justification dans un délai de 14 jours.

Si le contrat a été souscrit à distance, il est régi par le Code de la consommation et pour tous les autres contrats par le Code monétaire et financier.

Toutefois en matière de crédit(22), le Code de la consommation vient se substituer au Code monétaire et financier. Il couvre l'ensemble des opérations de crédit : crédit à la consommation, crédit immobilier, activité d'intermédiaire de crédit, cautionnement. Il traite de l'information à fournir et notamment celles nécessaires à la comparaison entre différentes offres ; les explications permettant au consommateur de vérifier si le crédit proposé correspond à ses besoins ; l'évaluation de la solvabilité de l'emprunteur ; l'obligation de remettre au client une « fiche de présentation et de renseignement du crédit à la consommation » comportant 21 mentions règlementaires.

Le code de la consommation(23) reprend les textes de l'ordonnance du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation(24) largement décrits dans mon rapport précédent.

Le titre II est consacré aux actions en justice des associations de consommateurs : action civile, action en cessation d'agissements illicites, actions en réparation, actions en représentation conjointe et actions de groupe(25).

La procédure de surendettement(26) très cadrée, relève de la commission de surendettement et du juge d'instance.

### 3.3 Impacts de ces modifications règlementaires sur la relation banque/client

Les textes pour protéger le consommateur, dans le secteur bancaire et financier, ne manquent pas. Il y en a beaucoup, sans doute trop. À tel point qu'aujourd'hui, partant d'une volonté de protection, respecter les textes réglementaires, alourdit les relations, coûte cher, est chronophage tant pour la banque que pour le consommateur.

(22) Livre III crédits du Code de la consommation.

(23) Titre 1er du livre VI (règlement des litiges).

(24) Ordonnance n° 2015-1033 du 20/08/2015 et décret n° 2015-1382 du 30/10/2015 relatifs à la médiation des litiges de consommation.

(25) Art. L.621-1 à L.621-9.

(26) Livre VII du Code de la consommation.

Depuis bientôt sept ans que j'exerce ma mission de médiateur bancaire, je suis frappée par l'édition chaque année de nouvelles règles sur la protection des consommateurs et l'encadrement des activités des banques. Cette accumulation de textes finissent malheureusement par déresponsabiliser tout le monde : le consommateur pense que tout est prévu pour le protéger sans s'investir suffisamment lui-même dans l'expression de ses besoins et ses propres obligations d'informations et de vérification ; quant au professionnel, il se protège derrière des contrats de plus en plus lourds et difficiles, en conformité avec les textes, mais incompris d'une partie importante de consommateurs sans que la banque prenne suffisamment le temps de s'assurer que ceux-ci ont compris ce qu'ils achètent ou ce à quoi ils s'engagent.

S'il est évident qu'il est nécessaire de protéger les plus faibles, pour qui le temps qui s'écoule n'a pas le même degré d'urgence, les exigences demandées aux banques finissent par déresponsabiliser tous les acteurs. Les consommateurs qui pensent que tout est cadré par les textes, signent les contrats sans les lire, les conseillers chargés de les informer et de les assister sont accaparés par des tâches administratives au détriment du suivi de leurs engagements vis-à-vis des clients. Les réclamations augmentent et les saisines du médiateur explosent.

C´est bien pour sortir de l´incertitude et pour répondre aux enjeux d'une économie en perpétuelle évolution que le législateur a lancé la réforme du droit des contrats afin de rendre celui-ci plus prévisible, accessible et intelligible.

La loi s'appuie sur une évolution de la jurisprudence, mais aussi un effet sociologique attendu dans le comportement des consommateurs qui les oblige, d´une certaine manière, à devenir plus diligents, plus responsables et plus raisonnables dans leurs décisions.

Cette réforme qui valorise la **liberté contractuelle, le respect des engagements et la bonne foi** et celle de la consommation qui **clarifie les mesures de protection des consommateurs tout au long de la vie du contrat** vont à mon avis dans le bon sens. La première responsabilise les acteurs par l'obligation renforcée de respecter les engagements librement choisis et celle d'apporter toutes les informations nécessaires à la bonne exécution du contrat et la seconde formalise des mesures de protection de la partie la plus faible, le consommateur.

Rappelons-nous que la **liberté contractuelle** était historiquement réduite pour protéger davantage la partie faible. Aujourd'hui, de par la définition moderne du contrat[27], le législateur affiche son intention :

- d´impliquer l'ensemble des parties et notamment le consommateur, dans un rôle actif au sein de la relation contractuelle
- de conduire le consommateur à s'approprier ses droits,
- d'inciter banque et consommateurs à s'engager dans une culture de la consommation diligente, raisonnable et responsable.

Malgré tout, la plupart des conventions qui sont proposées aux clients par les banques (conventions de compte, contrats de prêts, remises de moyens de paiement…) sont très encadrées par les organismes de contrôle. Le consommateur ne peut qu'adhérer au contrat s'il veut bénéficier d'un compte ou d'un service bancaire. La liberté de contracter

(27) « Un accord de volontés entre deux ou plusieurs personnes destiné à créer, modifier, transmettre ou éteindre des obligations ».

se fera à la marge sur des négociations de coûts, de taux, des plafonds de découverts.... Toutefois, tant la banque que le client peuvent mettre fin au contrat sans avoir à se justifier. Le client peut clôturer ses comptes et transférer ses avoirs à tout moment sous réserve que ceux-là ne soient pas à découvert. Si la rupture de la relation avec le client est à l'initiative de la banque, qui a la liberté de le faire à tout moment et sans se justifier, elle devra respecter un certain formalisme et des délais règlementaires.

Pour ce qui concerne la **bonne foi**, elle ne se limite plus seulement à la phase d'exécution du contrat, mais opère bien avant, dès les négociations. Cette disposition est l'une des rares dispositions à être d'ordre public. Cela contraint les cocontractants à ne pas se soustraire à cette obligation. Pour les relations banque/clients, la bonne foi des cocontractants a pour but :

- du côté de la banque : d´éviter les avantages excessifs ou clauses abusives, de donner des informations claires et précises et de s'assurer qu'elles sont comprises.
- du côté des consommateurs : de susciter leur honnêteté et transparence quant à leur réelle capacité d´engagement vis-à-vis de la banque, mais aussi de les sensibiliser sur leur obligation d´information dont l'importance est déterminante dans le contrat et pour cela de les aider à poser les bonnes questions.

La bonne foi suppose aussi que le cocontractant n'exploite pas la dépendance de son partenaire pour en tirer un avantage excessif, ni de stipuler des clauses abusives, réputées nulles dans les contrats d'adhésion.

Le législateur souhaite par l'évolution des textes encadrant la relation banque/consommateur que le consommateur contracte de manière responsable mais aussi que la banque respecte ses engagements de qualité de service promis au client et par la quête constante d'équilibre dans les relations d'affaires entre particuliers et professionnels.

## 4. Favoriser les modes amiables de règlements des différends : la mise en place de la médiation de la consommation de BNP Paribas, Hellobank ! et B*Capital

> L'accès au droit et à la justice n'implique pas nécessairement l'introduction d'une procédure judiciaire.

**Christiane TAUBIRA**
Ancienne Ministre de la Justice

La loi de modernisation de la justice du XXIe siècle, du 18 novembre 2016, va dans ce sens. Elle a pour but de favoriser les modes amiables de règlements des différends. Elle prévoit notamment, que toute saisine du tribunal d'instance menée par déclaration au greffe doit, sous peine d'irrecevabilité, être précédée d'une conciliation par un conciliateur de justice, ou d'une autre méthode de résolution amiable du différend, par exemple une médiation. Elle souhaite rendre la justice plus proche, plus simple et plus efficace. Diverses dispositions dans les différents titres de la loi visent à favoriser le règlement amiable des litiges avec un titre entier du texte spécifiquement consacré à cet objectif.

L'obligation donnée par l'ordonnance du 20 août 2015 de la mise en place d'un dispositif de médiation de la consommation auprès de tout professionnel, permet au consommateur, en cas de différend avec un professionnel, de saisir gratuitement un médiateur avant de lancer une procédure judiciaire, souvent longue, fastidieuse et onéreuse.

BNP Paribas qui avait désigné un médiateur bancaire dès le 1er janvier 2002, obligation imposée à toutes les banques par la loi MURCEF et B*Capital (non soumise à cette obligation) en 2013 se sont vues obligées comme tous les professionnels, la mise en place d'un médiateur de la consommation.

Comme le prévoit les textes, j'ai été désignée comme médiatrice de BNP Paribas le 19 mai 2016 par une commission paritaire du Comité consultatif des services financiers (CCSF), alors que pour B*Capital, je n'ai pas encore connaissance des suites donnée à ma nomination, mon dossier déposé en septembre 2016 n'ayant toujours pas été traité à la date de rédaction de ce rapport.

J'ai déposé, le 10 décembre 2016, à la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECM) chargé de son analyse, mon dossier de demande d'inscription sur la liste européenne des médiateurs de la consommation. Il n'avait pas encore été analysé fin juillet 2017. J'en suis d'autant plus inquiète que par l'expérience d'autres médiateurs auditionnés dernièrement, de nouvelles exigences ont été édictées par la CECM en 2017 et que mon dossier déposé il y a plus de 7 mois, risque de devoir être refait.

L'augmentation constante des saisines (+33 %) en 2016, la lourdeur accrue des tâches administratives et l'analyse de l'efficacité des équipements et outils dont nous disposons m'ont poussé fin 2016 /début 2017 à réaliser un audit sur le fonctionnement de mon secrétariat. Il en ressort notamment qu'il est indispensable, avant d'augmenter considérablement les effectifs, d'alléger nos procédures de traitement des saisines et de s'équiper d'un outil moderne de gestion des médiations permettant notamment un traitement beaucoup plus informatisé de celles-ci, une simplification et automatisation de la tenue des statistiques et un archivage informatisé des dossiers traités. La décision d'un tel équipement a été acceptée par BNP Paribas. Un benchmark des outils disponibles pour ce type d'activité se poursuit. La décision d'investissement devrait se concrétiser en septembre/octobre 2017.

# 2 Les activités de règlement des différends en 2016


L'examen des saisines relatives à un différend avec BNP Paribas et Hellobank ! 21

L'examen des avis du médiateur sur les différends entre BNP Paribas et Hellobank ! 25

Caractéristiques des avis du médiateur de BNP Paribas et Hellobank ! 33

Le traitement des demandes de médiation sur les différends entre B*Capital et ses clients 35

**En 2016, j'ai reçu pour BNP Paribas et Hellobank ! 7 107 demandes de médiation et pour B*Capital 112 saisines. J'ai émis 1 212 avis pour BNP Paribas, Hellobank ! et un seul pour B*Capital.**

# 1. L'examen des saisines relatives à un différend avec BNP Paribas et Hellobank !

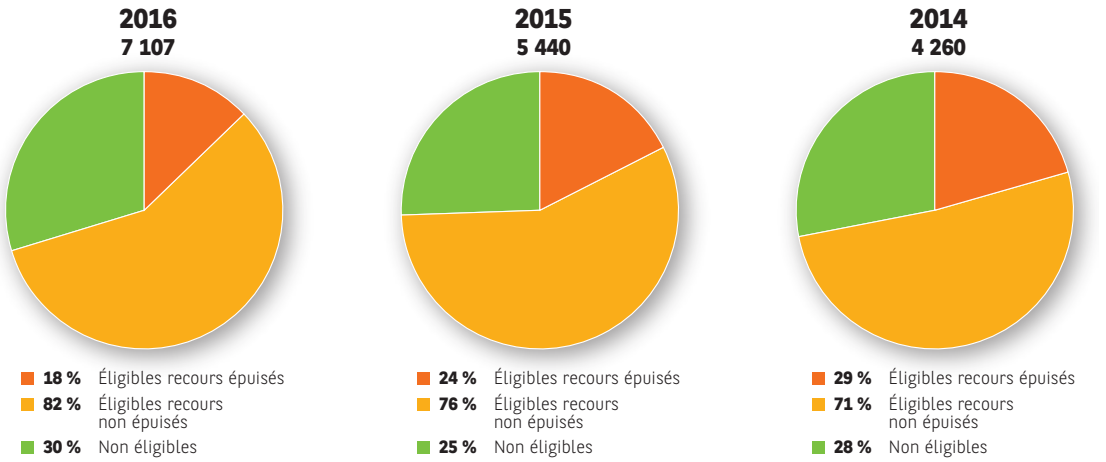
## 1.1 Origine des saisines

| ORIGINE DE LA SAISINE | NOMBRE DE DOSSIERS REÇUS CONCERNÉS |
|---|---|
| Par le client | 7 015 |
| Par l'intermédiaire d'associations | 34 |
| Par l'intermédiaire d'un avocat ou d'un conseil | 58 |
| À l'initiative de l'établissement de crédit | 0 |
| **Total** | **7 107** |

La saisine s'est faite majoritairement à l'initiative du client (98,7 % des demandes). 58 saisines émanent d'un avocat ou d'un conseil (0,8 % soit 0,4 % de plus qu'en 2015) et 34 d'une association de consommateurs (soit 0,5 % soit 0,1 % de plus qu'en 2015). Aucune saisine n'a été envoyée directement par la banque même si certains clients expliquent qu'ils me saisissent sur son conseil.

## 1.2 Analyse de la recevabilité des saisines

| PÉRIODES | COURRIERS REÇUS | ÉLIGIBLES | | NON ÉLIGIBLES | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | RÉPARTITION | | | |
| | NOMBRE | NOMBRE | % SUR LE NOMBRE DE COURRIERS REÇUS | NOMBRE | % SUR LE NOMBRE DE COURRIERS REÇUS | RECOURS NON ÉPUISÉS | | RECOURS ÉPUISÉS | |
| | | | | | | NOMBRE | % | NOMBRE | % |
| Année 2014 | 4 260 | 1 194 | 28% | 3 066 | 72 % | 2 182 | 71 % | 884 | 29 % |
| Année 2015 | 5 440 | 1 378 | 25 % | 4 062 | 75 % | 3 095 | 76 % | 967 | 24 % |
| Année 2016 | 7 107 | 2 115 | 30 % | 4 992 | 70 % | 4 085 | 82 % | 907 | 18 % |
| Évolution Nb | 1 667 | 737 | | 930 | | 990 | | -60 | |
| Évolution % | 31 % | 53 % | | 23 % | | 32 % | | -6 % | |




### *Pour BNP Paribas et Hellobank !*

J'ai reçu 7 107 demandes de médiation en 2016, 1 667 dossiers de plus qu'en 2015, soit une augmentation de 31 % (67 % par rapport à 2014). La part des demandes de médiation qui me parviennent par internet (possibilité mise en place en juillet 2014) progresse de 14 % et représente 27 % des saisines.

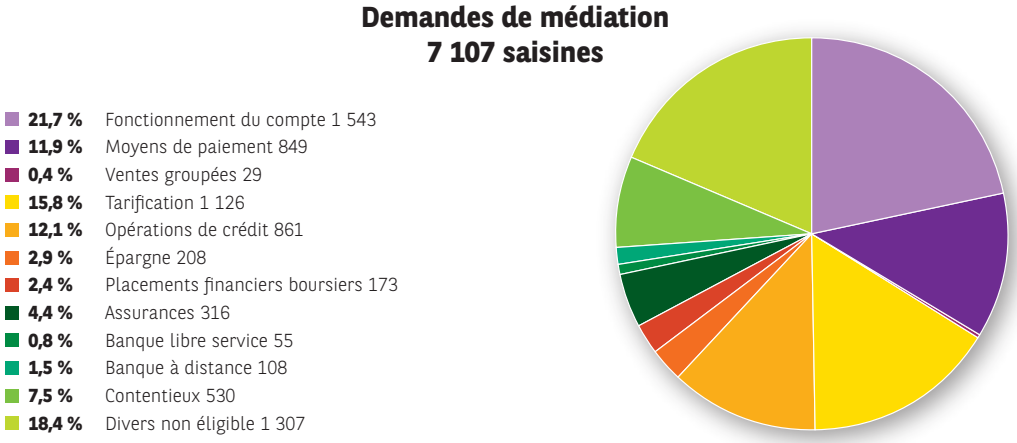
Il est intéressant de comparer ces chiffres au nombre de clients et de réclamations reçues par BNP Paribas. Celle-ci annonce 6,7 millions de clients. Ils ont généré 25 438 réclamations en 2016 (23 827 en 2015)(1) dont un peu plus de 4000 transmises par la médiation pour recours non épuisés. Les médiations traitées en 2016 représentent donc 19 % des réclamations traitées par BNP Paribas (27 % en 2015) et concernent approximativement 1 client sur 2 200 qui aura saisi le médiateur et 1 client sur 6 700 qui aura bénéficié d'une médiation en 2016.

| PÉRIODES | STOCK A-1 | ENTRÉE AVIS | TOTAL | AVIS RENDUS | STOCK FIN D'ANNÉE |
|---|---|---|---|---|---|
| Année 2014 | 42 | 884 | 926 | 792 | 134 |
| Année 2015 | 134 | 967 | 1 101 | 699 | 402 |
| Année 2016 | 402 | 907 | 1 309 | 1 212 | 97 |
| Évolution Nb | 268 | -60 | 208 | 513 | -305 |
| Évolution % | 200 % | -6 % | 19 % | 73 % | -76 % |

Le stock de dossiers non traités, en fin d'année, était passé de 152 en 2014 à 421 en 2015. Cette situation provenait d'une forte hausse des demandes et d'absences prolongées au sein de mon équipe. En 2016, 1 212 avis ont été rendus, ce qui a permis de ramener le stock à 97, un niveau raisonnable) d'autant plus que 235 demandes de médiation sont parvenues pendant le 4e trimestre.

(1) 62 700 réclamations si l'on tient compte des contestations de frais de tenue de compte.
La décision de BNP Paribas de facturer des frais de tenue de compte ne doit pas être étrangère à l'augmentation significative du nombre de réclamations. La contestation des frais de tenue de compte ne rentre pas dans mon champ de compétence.

## 1.3 Analyse des saisines par domaine

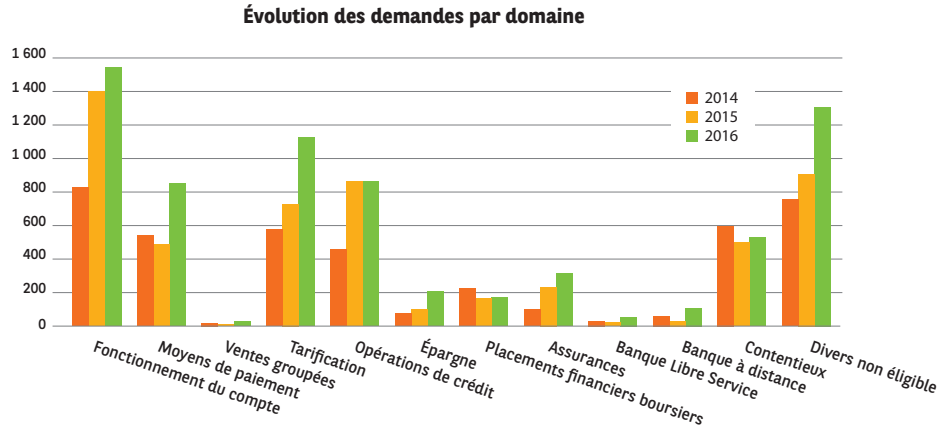



Le **fonctionnement du compte** est comme les années précédentes le premier domaine de saisine de la médiation. Néanmoins, il enregistre, en 2016, une baisse (21,7 % contre 25,7 % en 2015) pour se rapprocher des valeurs de 2013 et 2014 (19 %). Ce domaine regroupe les incidents sur compte (rejets d'opérations, découverts irréguliers, avis à tiers détenteurs…), le surendettement, la clôture du compte décidée par la banque.

Comme en 2015 également, viennent ensuite les **« divers » non éligibles**, avec 18,4 %. En hausse néanmoins, par rapport 2015 (16,7 %). Ce domaine est constitué majoritairement de relances clients et de litiges ne concernant pas la banque (cf le contenu des demandes non éligibles ci-dessous).

Le troisième domaine est la **tarification** avec 15,8 %, en hausse (13,38 % en 2015). Ce sujet représente, traditionnellement, un volume important des saisines. Il touche le sujet sensible des frais facturés par la banque, notamment à l'occasion du fonctionnement irrégulier du compte mais également la facturation très récente de frais de tenue de compte. Bien qu'ils soient plus encadrés aujourd'hui, surtout pour les clients fragiles, les frais restent un domaine qui oppose régulièrement la banque à son client.

Enfin, en quatrième et cinquième position, les litiges relatifs aux demandes de crédit et à leur gestion (863 soit 12,1 %) et ceux relatifs à la gestion des moyens de paiement mais également à la contestation des paiements voire escroqueries (849 demandes soit 11,9 %).



## 1.3 Analyse des demandes de médiation non recevables(2)

Le nombre de dossiers dont le motif n'est pas recevable en médiation s'élève à 2 115, soit une augmentation de 53 % par rapport à 2015, et représente 30 % des saisines(3).

MOTIFS INVOQUÉS POUR LES RÉCLAMATIONS HORS DU CHAMP DE COMPÉTENCE

| | 2016 | | 2015 | | 2014 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Absence de litige | 334 | 16 % | 151 | 11 % | 147 | 12,3 % |
| Litige ne concernant pas la banque | 327 | 15 % | 248 | 18 % | 292 | 24,5 % |
| Action contentieuse en cours | 77 | 4 % | 64 | 4,6 % | 118 | 9,9 % |
| Refus crédit/découvert | 141 | 7 % | 139 | 10,1 % | 131 | 11 % |
| Politique tarifaire | 275 | 13 % | 86 | 6,2 % | 56 | 4,7 % |
| Politique générale/commerciale | 316 | 15 % | 186 | 13,5 % | 69 | 5,8 % |
| Performance des produits | 13 | 1 % | 2 | 0,1 % | 7 | 0,6 % |
| Relances des clients | 428 | 20 % | 345 | 25 % | 210 | 17,6 % |
| Non rédigée en français | 20 | 1 % | 15 | 1,1 % | 23 | 1,9 % |
| Non clients | 184 | 9 % | 142 | 10,3 % | 141 | 11,8 % |
| **TOTAL** | **2 115** | **100 %** | **1 378** | **100,0 %** | **1 194** | **100,0 %** |

En dehors des dossiers renvoyés vers la banque dont le motif est éligible mais les recours ne sont pas épuisés (3178 saisines en 2016), le premier motif de non recevabilité regroupe la politique générale de la banque avec 732 dossiers (politique commerciale dont refus de moyens de paiements (316), politique tarifaire (275) et refus de crédit (141)) soit 26 % de demandes dont le motif n'est pas éligible à la médiation en diminution par rapport à 2015 (411 et 30 % des dossiers non recevables).

Les relances des clients vis à vis de BNP Paribas : 428 dossiers, soit 20 % des saisines inéligibles viennent en deuxième position contre 25 % en 2015. Ce sont des dossiers que nous avons fait suivre à la banque. Les recours n'étaient pas épuisés mais les clients s'impatientaient alors que le délai de deux mois, dont dispose la banque pour répondre, n'était pas épuisé. Elles sont importantes car facilitées par une adresse courriel, crée lors de la mise en place de la saisie en ligne en 2014.

Le troisième motif de litige en dehors de mon domaine de compétence, concerne les « absences de litige » : 334 dossiers (16 %) en hausse (151 et 11 % en 2015). Il s'agit de simples demandes d'opérations courantes à effectuer (virement, demande de chéquier, de clôture de compte…), lesquelles ne sont pas considérées comme des différends. Nous les adressons au responsable de l'agence concernée et en informons le client.

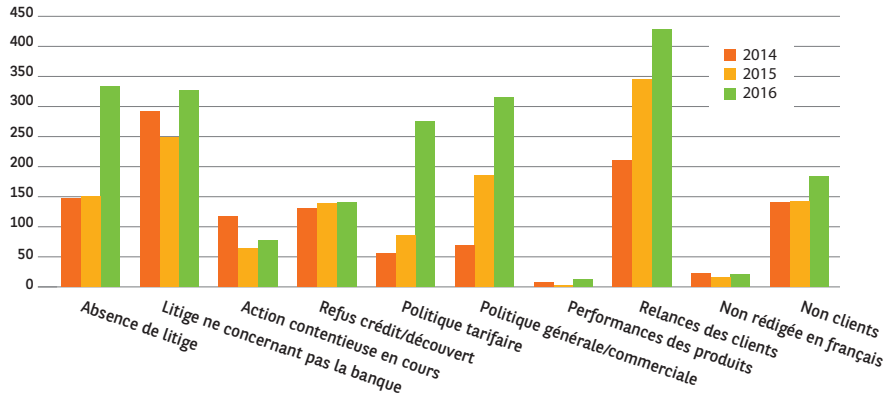
Les demandes de médiation sur des différends ne relevant pas de la banque représentent le quatrième motif : 327 dossiers soit 15 % des dossiers. Leur nombre progresse logiquement compte tenu de la hausse globale des dossiers non éligibles mais leur proportion diminue, 18 % en 2015. Il s'agit principalement de litiges avec une autre société du groupe dont je ne suis pas la médiatrice : BNP Paribas Personal Finance et BNP Paribas Cardif ainsi que des dossiers relevant de la responsabilité du médiateur de l'AMF, dans l'attente de l'éventuelle signature d'une convention de délégation de

(2) Je précise que je regroupe sous cette rubrique les demandes de médiation dont le motif n'est pas recevable . Les demades dont le motif est éligible à la médiation mais dont les recours ne sont pas épuisés ne sont pas intégrés dans cette rubrique car les clients peuvent revenir vers moi, s'ils sont mécontents de la réponse de BNP Paribas ou s'ils n'ont pas reçu de réponse de celle-ci dans les deux mois.

(3) Si on intègre les saisines dont le différend est recevable en médiation mais dont les recours ne sont pas épuisés (3 178 dossiers), le nombre de dossiers non recevables s'élèverait à 5 293 soit 74,5 % des saisines du médiateur en diminution de 4,9 % par rapport à 2015 (4 320 dossiers soit 79,4 % des demandes de médiation).

cette dernière comme le prévoit les textes. Dans ces cas, nous informons le client de la non recevabilité de son dossier et lui indiquons les coordonnées du médiateur de l'entité concernée afin qu'il puisse, s'il le souhaite, lui adresser une demande de médiation.

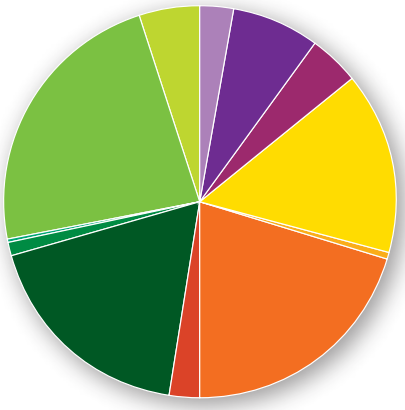
**Évolution des motifs invoqués pour les demandes non éligibles**




## 2. L'examen des avis du médiateur sur les différends entre BNP Paribas et Hellobank !

**1 212 avis ont été traités en 2016, soit 513 dossiers de plus qu'en 2015. Ce résultat n'est pas lié à une augmentation des entrées d'avis, lesquelles diminuent de 6 % (-60 dossiers), mais au niveau du stock en début d'exercice (402). Face à cette situation, des moyens ont été mis en place, permettant d'apurer ce stock et de faire face aux entrées d'avis de 2016. La situation s'est donc très nettement améliorée, puisque le stock au 31 décembre 2016 était de 97. Par ailleurs, même s'il doit être amélioré, le délai moyen de traitement d'un avis est de 82 jours à compter de la date de réception de la demande et le délai de traitement légal de 90 jours à compter de la date d'accusé de réception est dans la majorité des cas respecté.**

**Répartition des avis par domaine**
**1 212**

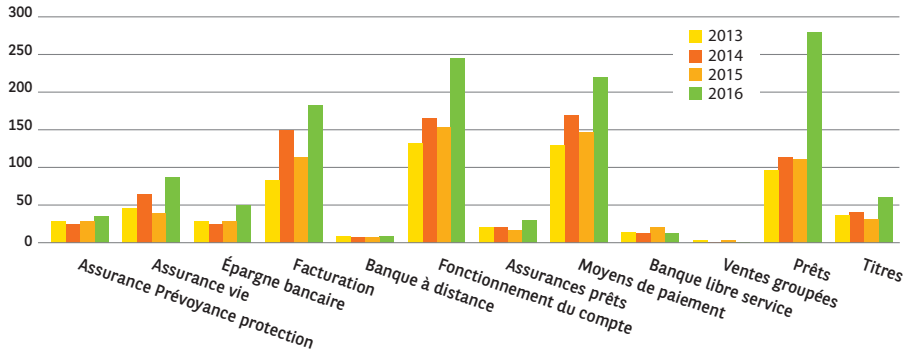


- **2,9 %** Assurance Prévoyance 35
- **7,2 %** Assurance vie 87
- **4,1 %** Épargne bancaire 50
- **15,1 %** Facturation 183
- **0,7 %** Banque à distance 8
- **20,2 %** Fonctionnement du compte 245
- **2,5 %** Assurance prêt 30
- **18,2 %** Moyens de paiement 220
- **1,0 %** Banque libre service 12
- **0,1 %** Ventes groupées 1
- **23,1 %** Prêts 280
- **5,0 %** Titres 61

Nous constatons comme les années précédentes que quatre domaines sur douze **(Prêts, fonctionnement du compte, moyens de paiement, facturation)** représentent trois quart des avis (76,6 % en 2016, 75 % en 2015)

114 dossiers, 9,4 % des avis (72 dossiers, 10,3 % en 2015), proviennent de clients dont le dossier a été confié au recouvrement par la banque. Ils se répartissent, principalement, sur le fonctionnement du compte pour 50,8 %, les prêts et la facturation, pour 15,8 et 13,2 %. Il s'agit en effet, de clients qui, en majorité, contestent le montant de leur dette et/ou le manque d'information sur celle-ci de la part de la banque.

**Évolution des avis par domaine**
**1 212**




## 2.1 Les prêts

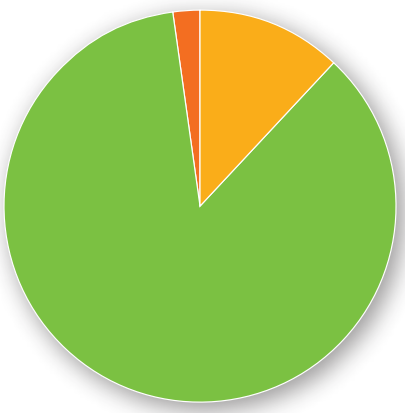
**Si vous souhaitez souscrire un prêt immobilier pensez à poser les questions suivantes à votre conseiller :**

- Quand et comment puis-je demander un report d'échéance et à quoi cela sert ?
- Pendant la période d'interruption, est-ce que je continue à payer l'assurance, les intérêts ?
- Que se passe-t-il à la fin du report ? Le prêt est-il rallongé d'autant ? A combien vont se monter les nouvelles mensualités ?
- Qu'inclut le TEG et à quoi sert-il ? Comment se calcule-t-il ?

**Si vous souscrivez un prêt étudiant, pensez à poser les questions suivantes à votre conseiller :**

- Quelles sont les différentes phases de mon prêt ?
- Puis-je les interrompre ou les modifier ?
- Que se passe-t-il si je souhaite rembourser par anticipation ?

**Prêts**
**280**



**12 %** Prêts à la consommation 34
**86 %** Prêts immobiliers 240
**2 %** Autres prêts 6

Les médiations traitées sur les différends relatifs aux prêts, quatrième domaine en 2015, sont en 2016 les plus importants avec 280 dossiers soit 23 % des médiations traitées (111 dossiers et 16 % en 2015). Ils concernent, dans 86 % des cas, les prêts immobiliers. Les prêts à la consommation ne représentant que 12 % des demandes. C'est la première fois depuis la création de la médiation que ce domaine arrive en tête. Cette situation est due à une augmentation des litiges sur les prêts immobiliers.

En effet, les années précédentes, les différends portaient essentiellement sur les délais pris par la banque pour effectuer les opérations (mise en place, suspension d'amortissements, remboursement anticipé…) lesquels, du point de vue du client, sont générateurs de coûts supplémentaires. Ces motifs de contestation demeurent importants, mais en 2016, j'ai constaté une augmentation des clients qui me saisisse pour contester, souvent sur les conseils d'un tiers, voire d'officines créées à cet effet, la conformité du TEG indiqué dans leur offre de prêt contracté des années plus tôt. Pour autant, je n'ai considéré la contestation justifiée que dans de rares cas.

### Exemple de médiation sur les prêts immobiliers

Un client me saisit au sujet du rachat de son prêt immobilier BNP Paribas par une autre banque. Il conteste le délai pris par BNP Paribas pour procéder au remboursement anticipé et estime que la dernière échéance prélevée est indue. Ainsi, il conteste que la banque n'ait effectué qu'un remboursement partiel de cette dernière.

J'ai étudié le décompte de ce rachat et les relevés de compte du client afin de vérifier les opérations comptables effectuées. J'ai constaté que si la banque a procédé au remboursement du prêt trois semaines après avoir reçu le chèque, il a été réalisé sous bonne date de valeur sans préjudice financier pour le client.

Je lui ai donc confirmé, à l'appui d'un tableau reprenant le détail comptable du rachat, la validité des écritures effectuées par la banque et justifiant le remboursement partiel de l'échéance.

Néanmoins, j'ai regretté le manque de clarté des explications fournies au client par BNP Paribas. C'est la raison pour laquelle, je lui ai demandé, en équité, de rembourser à son client le montant des frais perçus à l'occasion de l'édition du décompte.

### Exemple de médiation sur un crédit revolving

Une cliente découvre au moment du décès de son époux en avril 2010 qu'elle est redevable en tant que co-emprunteur des dettes de celui-ci, la société de recouvrement de la banque lui demandant de rembourser le solde du crédit renouvelable en cours. Elle conteste son statut de co-emprunteur.

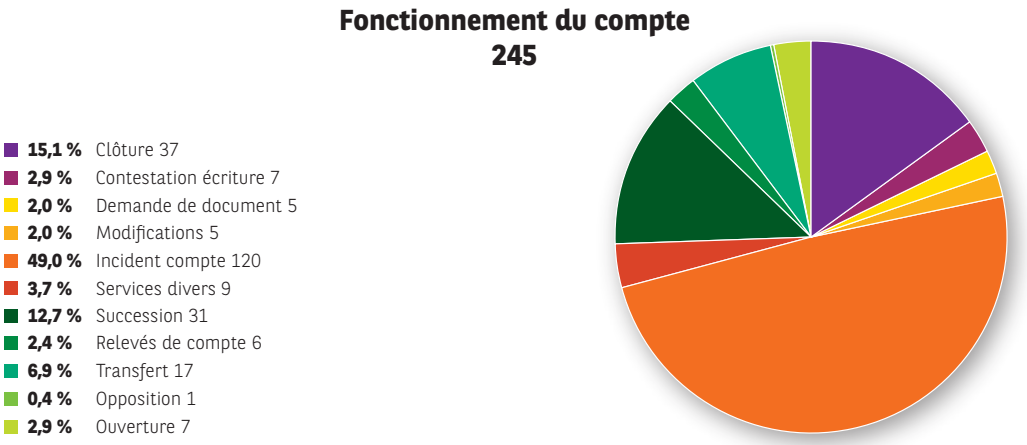
La banque m'indique que les mensualités étaient prélevées sur le compte joint, la cliente parfaitement au courant de ce crédit renouvelable, n'a jamais contesté cette dette. Elle ne peut en revanche ni me fournir le contrat de prêt signé ni justifier des courriers de mise en demeure adressés aux co-emprunteurs entre 2008, et 2016, date de ma saisine par la cliente.

Après m'être étonnée que la cliente ne se soit pas interrogée alors qu'elle devait en être informée par ses relevés de compte, je lui confirme que la banque n'étant pas en mesure de me fournir la copie de l'offre signée permettant de vérifier si la cliente est bien co-emprunteur et que selon l'article L.311-52 du code de la consommation, la créance était forclose, j'ai demandé à BNP Paribas d'abandonner sa dette.

Concernant les prêts à la consommation, les litiges portent sur les mêmes causes que les années précédentes ; affirmation d'un des co-emprunteurs de ne pas avoir contracté le prêt ou dans le cas d'un divorce au terme duquel le jugement indique qu'un seul des co-titulaires sera amené à rembourser le prêt alors que cette décision n'est pas opposable à la banque qui peut refuser la désolidarisation.

Ce problème de désolidarisation non automatique des prêts en cas de séparation ou de divorce est mal compris des clients qui pensent qu'une décision du juge lors de la séparation s'applique de fait à la banque. Les situations traitées en médiation, démontrent également qu'en cas de divorce, seul l'un des détenteurs des comptes est informé, car il ne reçoit pas toujours les courriers envoyés par la banque à l'ancienne adresse du couple. Je demande à BNP Paribas depuis plusieurs années de s'assurer que les deux co-emprunteurs sont informés mais je n'ai pas eu confirmation des suites données à cette demande qui vraisemblablement n'a pas été suivie d'effet vu le nombre de conflits traités sur ce sujet.

## 2.2 Le fonctionnement du compte




Ce domaine représente 20,2 % des avis, 22 % en 2015. Comme l'année précédente, la majorité des litiges concerne les incidents sur compte (49 %), viennent ensuite les clôtures de compte et les litiges liés au règlement de successions.

### Exemples de médiation sur un incident compte.

Un client me saisit au sujet d'une inscription auprès de la Banque de France consécutive au rejet d'un chèque. Il conteste cette situation au motif qu'il n'utilise plus son compte depuis des années. Malgré ses interventions, il n'a pu avoir des informations sur le chèque de la part de sa banque. J'ai pris contact avec BNP Paribas, laquelle a réussi à obtenir, de son confrère, une copie du chèque.

À son examen, j'ai constaté que, compte tenu de sa date d'émission, il était périmé au moment de sa présentation. J'ai donc demandé à BNP Paribas de lever l'inscription dont son client faisait l'objet.

Une cliente conteste le refus de remboursement par BNP Paribas de plusieurs centaines de frais prélevés en six mois. Elle indique de plus, que ces frais n'ayant pas été inclus dans le TEG, les intérêts doivent lui être également remboursés.

La banque précise que son refus tient au fait que cette cliente a déjà bénéficié récemment d'un remboursement significatif de frais facturés accompagné d'explications. Elle rappelle à nouveau que les sommes prélevées sont conformes aux conditions et tarifs transmis aux clients via les dépliants, site internet et informations disponibles dans les agences. Elle indique également que des opérations induisant une étude et un traitement administratif sont à l'origine de ces commissions d'interventions et n'ont pas à être intégrés dans le TEG.

À l'examen des relevés de compte de la cliente remis par BNP Paribas, je n'ai décelé aucune anomalie concernant les commissions d'intervention perçues. J'indique à la cliente avoir observé qu'une irrégularité de fonctionnement de son compte en était la principale cause. De plus, je précise qu'à la suite d'un arrêt de la Cour de cassation du 22 mars 2012 et d'une réponse ministérielle, il est maintenant acquis que ces commissions n'ont pas à être intégrées dans le TEG.

J'attire l'attention de la cliente sur le geste commercial effectué par la banque dont elle a bénéficié concernant un différend similaire quelques mois plus tôt.

**Si vous souhaitez ou devez transférer vos comptes courant ou titres dans un autre établissement, demander une réponse écrite de votre conseiller sur les modalités de transfert de compte : qui doit faire quoi, délai approximatif pour le transfert de votre compte, la possibilité ou non de continuer à effectuer des opérations tant que le compte n'est pas transféré, le coût qui sera facturé.**

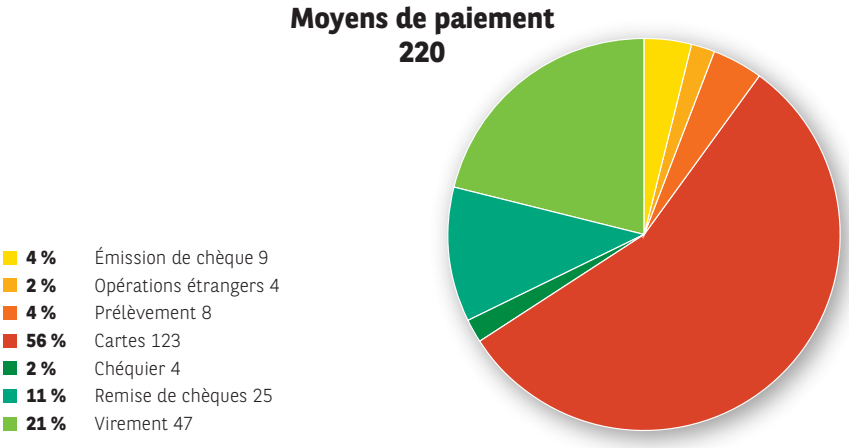
Les interventions liées à la clôture de compte concernent des clients qui contestent le délai pris par BNP Paribas pour clore leur compte ou la non-exécution de leurs instructions.

Les contestations portant sur la décision de la banque de rompre les relations sans invoquer de motif n'entrent pas dans mon champ de compétence, chaque partie pouvant user de ce droit sans avoir à se justifier, conformément à ce que prévoit la convention de compte.

Les différends liés aux successions proviennent des délais de traitement, de documents réclamés par la banque contestés par le notaire ou les héritiers, voire de successions difficiles entre héritiers, dont certains demandent mon appui pour convaincre la banque de régler la part qui leur revient.

**Pensez à consulter au moins tous les mois, vos extraits de compte transmis soit par courrier, soit via internet. Au-delà de la vérification des opérations passées, vous pourrez consulter les messages de votre banque et notamment l'évolution de votre découvert autorisé qui peut avoir été réduit à l'initiative de votre banque sans autre information que celle fournie sur vos relevés de comptes.**

## 2.3 Les moyens de paiement

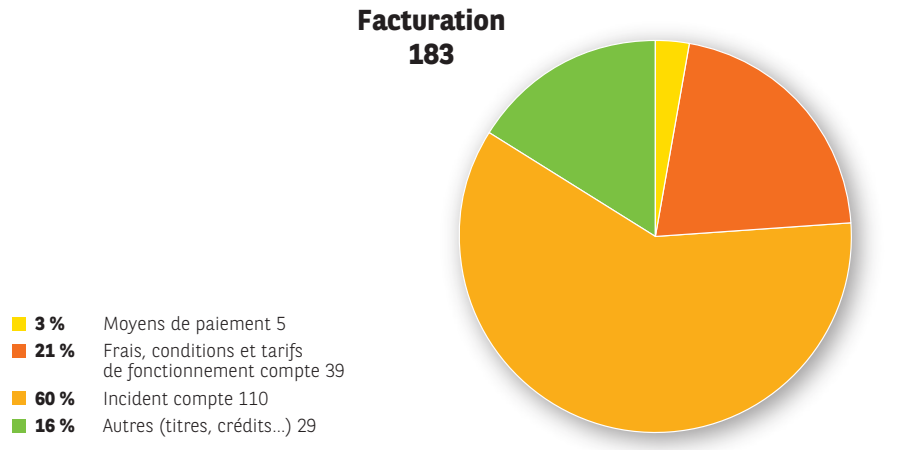


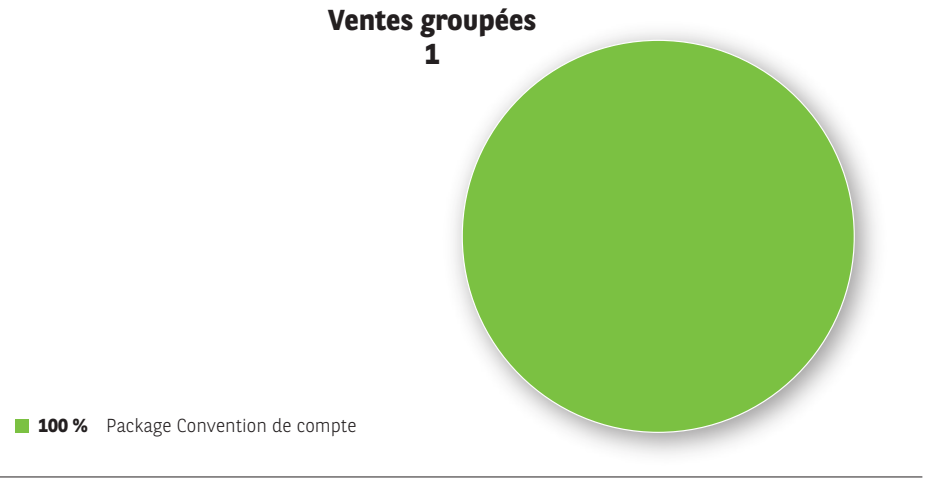

Les différends relatifs aux moyens de paiement, 18,2 % des avis, concernent des contestations sur opérations cartes bancaires (56 %) et des litiges sur virements (21 %). Les cinq autres motifs représentant 23 %.

Les contestations sur cartes bancaires émanent principalement, depuis que j'exerce la fonction de Médiatrice, de clients qui évoquent un dysfonctionnement d'un distributeur automatique de billets (DAB) que ne reconnait pas la banque ou de plus en plus une utilisation frauduleuse. Ces clients affirment ne pas être dépossédés de leur carte et estiment, de bonne foi, qu'elle a été contrefaite. La banque ayant vérifié l'utilisation physique de la carte, la validation de l'opération par code secret ou via un code envoyé sur le portable du client confirme qu'il n'y a pas de contrefaçon, elle refuse la prise en charge. Tout en ne mettant pas la bonne foi du client en doute, Il m'est difficile, sauf dans quelques situations exceptionnelles, de rendre une proposition favorable. Les contestations sur fraudes avérées, vol de la carte puis utilisation par un tiers, sont plus rares car elles sont en très grande majorité prises en charge par la banque dès contestation du client auprès de son agence.

Les litiges relatifs aux virements sont consécutifs, du point de vue du client, à des erreurs sur le destinataire, à une mauvaise information sur le taux de change dans le cas de virements internationaux et à des escroqueries dont certains sont victimes, souvent trop confiants envers le bénéficiaire.

## 2.4 La facturation




La tarification relève de la politique générale de la banque et n'entre pas dans mon champ de compétence, néanmoins, j'interviens dès lors que le client évoque une absence d'information préalable à la facturation, une erreur dans son application ou qu'il dénonce l'importance des frais alors qu'il se trouve dans une situation financière fragilisée (absence ou baisse de revenus liée à la perte d'un emploi, un changement de situation familiale, une fin d'indemnité de chômage…).

Ainsi, les différends sont-ils liés en majorité à la tarification relative aux **« incidents compte »** (60 %), principalement les frais afférents au dépassement de la facilité de caisse accordée au titre de la convention de compte.

Dans cette catégorie, je retrouve principalement deux motifs, lesquels motivent l'intervention du client. Il dénonce la régularité des frais ou fait part de sa fragilité financière aggravée par la facturation de sa banque.

Les **frais, conditions et tarifs de fonctionnement du compte** (21 %) concernent des frais pris à l'occasion d'une demande de document ou des frais de tenue de compte. Le litige nait de l'absence d'information préalable à la facturation, affirmée par le client et contestée par la banque. Néanmoins, cette absence d'information préalable est très exceptionnelle compte tenu des obligations de la banque dans ce domaine. Il faut cependant souligner que le client est dans la majorité des cas de bonne foi, mais il ne prend pas toujours connaissance des informations communiquées par sa banque.

Les **autres frais** (16 %) concernent des droits de garde sur compte titre, frais de dossiers successions, indemnités de remboursement anticipés (IRA) sur prêt immobiliers…

Les frais de dossiers successions sont contestés par les héritiers au motif qu'ils n'ont pas fait l'objet d'une information ou parce qu'ils dénoncent la qualité de traitement du dossier. Ces frais figurent dans les conditions et tarifs et sont consultables par différents canaux, il m'est donc difficile de donner une suite favorable. Néanmoins, lorsque la contestation s'accompagne d'un défaut de service (délais, erreur…) je demande le remboursement de tout ou partie des frais perçus.

Les contestations sur droits de garde et indemnités de remboursement anticipé (IRA) sont générées par des accords intervenus lors d'entretiens, en face à face, entre le client et son conseiller, et n'ont pas été formalisés, c'est « parole contre parole ». Il n'est pas aisé de se prononcer sur ces différends, compte tenu de l'absence de « preuves ». Je me prononce donc le plus souvent en droit (les IRA, par exemple figurent ou pas sur l'offre de prêt). Néanmoins, lorsque j'ai un doute généré par les arguments, certes sans preuves, du client je peux demander en équité à la banque le remboursement total ou partiel des frais.

## 2.5 Le conseil en matière d'assurance vie et de comptes titres

5,85 % des avis, 4,43 % en 2015, 7,1 % en 2014, ont pour origine un défaut de conseil avancé par le client, sur les domaines de l'assurance vie et des titres.

Concernant l'assurance-vie, le défaut de conseil porte essentiellement sur l'absence d'information concernant la fiscalité lors d'un rachat partiel ou total du contrat. Dans les faits, j'examine le dossier sous l'angle du défaut d'information, la banque n'ayant pas d'obligation de conseil sur la fiscalité. Il m'est souvent difficile d'estimer le niveau d'information apporté au client dans la mesure où il s'agit d'échanges verbaux et que le client a signé le document de rachat qui précise l'option fiscale adoptée. Néanmoins, si le choix de l'option est très éloigné de la situation fiscale du client, je peux être amenée à lui donner raison.

**Lors d'un rachat total ou partiel de votre assurance vie, pensez à indiquer dans votre demande, la fiscalité que vous souhaitez voir appliquée en fonction de votre taux marginal d'imposition soit le prélèvement forfaitaire soit l'impôt sur le revenu et vérifier que votre demande a bien été prise en compte par l'assureur lorsqu'il vous envoie confirmation de l'opération. Sans précision de votre part, ce sera l'impôt sur le revenu qui sera appliqué.**

Des clients évoquent un défaut de conseil lors de l'adhésion au contrat, souvent pour des Plans épargne retraite (PERP). Plusieurs années après la souscription, alors qu'ils rencontrent des difficultés financières, ils ne comprennent pas l'impossibilité de récupérer l'épargne versée et indiquent que cette contrainte n'avait pas été portée à leur connaissance. Ne pouvant m'assurer des échanges intervenus à la souscription et en présence d'un contrat signé, je ne peux que tenter de vérifier, les faits étant souvent anciens, que le produit proposé à l'époque était en adéquation avec la situation et les objectifs du client.

J'ai traité en 2016, 61 dossiers soit 5 % des médiations concernant les titres (31 en 2015, 4,4 %), essentiellement relatifs au défaut de conseil. Ils relèvent depuis la nomination d'un médiateur public courant 2016 de la responsabilité du médiateur de l'AMF. Toutefois, à la suite d'un accord avec celui-ci tant que la convention prévue par les textes n'était pas définie et tant que je n'étais pas inscrite sur la liste européenne des médiateurs de la consommation, de continuer de laisser libre le consommateur de choisir le médiateur de BNP Paribas ou celui de l'AMF.

Toutefois, pour être en conformité avec la nouvelle charte de la médiation de BNP Paribas, dans l'attente de mon passage devant la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation et de la signature d'une convention avec le médiateur de l'AMF, j'ai décidé en début du 4e trimestre 2016, de ne plus accepter les litiges relatifs aux domaines relevant de l'AMF.



**Le PERP n'est pas une assurance vie que vous pouvez racheter à tout moment. Il vous donnera un complément de retraite lorsque vous aurez atteint l'âge de celle-ci et vous permet de déduire fiscalement tout ou partie de votre souscription annuelle. Si vous pensez vous être trompé de produit financier, vérifier auprès de votre conseiller les conditions exceptionnelles de sortie et l'intérêt de poursuivre vos versements.**

# 3. Caractéristiques des avis du médiateur de BNP Paribas et Hellobank !

## 3.1 Les délais

En 2016, le délai moyen de réponse s'élève à 82 jours à compter de la réception de la lettre du client, en hausse par rapport à 2015 (79 jours) mais dans le délai fixé à 90 jours après la réception d'un dossier complet prévu par les textes législatifs.

## 3.2 Nombre de conclusions favorables et défavorables au client

Rappelons que les avis sont obligatoirement suivis par BNP Paribas comme le prévoit la charte de la médiation.

| CONCLUSIONS | | NOMBRE DE DOSSIERS CONCERNÉS |
|---|---|---|
| **Conclusions favorables 166 dossiers** | Conclusions totalement favorables | 134 |
| | Conclusions partiellement favorables | 234 |
| Conclusions défavorables au client | | 844 |

J'ai, dans 30,4 % des litiges, fait partiellement ou totalement droit à la demande du client, 24 % en 2015.

Sont classées dans cette rubrique, les conclusions (368) donnant lieu, dans une très grande majorité des cas, à une indemnisation financière et dans quelques cas, une demande de ma part, d'exécuter une opération attendue par le client. À titre d'exemple, dans un dossier, j'ai demandé à BNP Paribas de mettre en place la suspension des échéances d'un prêt immobilier, conformément aux conditions de l'offre de prêt du client.

De ce fait, de nombreux dossiers, sont classés dans les défavorables car je refuse l'indemnité demandée ou de donner suite à une demande du client alors que celui-ci s'appuie sur des textes erronés, mal interprétés ou qu'il ne comprend pas l'action de la banque. Mon analyse explique alors au client, le pourquoi de son erreur ou de son incompréhension. Une partie importante des médiations ont ainsi un but pédagogique. C'est souvent le cas, lors de remboursement de prêts immobiliers ou sur le calcul du TEG où la banque n'a pas fait d'erreur mais que le client, ne comprenant pas les calculs, pense que BNP Paribas le gruge. C'est aussi le cas, lorsque le client est convaincu que sa carte est contrefaite car il conteste les opérations effectuées alors que les mesures de sécurité et de validation des opérations ont été faites dans les règles et qu'il est en possession de sa carte. Il serait peut-être intéressant de mieux définir ce que l'on entend par défavorable alors qu'une partie significative des recommandations de ce type explique la loi et rappelle les obligations du professionnel mais également du client.

J'ai fait part de mon avis, conformément à la charte de la médiation, en droit et/ou en équité, respectivement à 63 et 37 %, en 2015, à égalité en 2016.

La décision « en droit » est prise dès lors que la banque n'a pas respecté la règlementation, ses obligations, qu'une erreur a été commise. Je regrette que ces dossiers ne soient pas mieux traités en amont par BNP Paribas et arrivent en médiation. Il faut néanmoins relativiser, 185 dossiers sont concernés sur près de 1212 demandes recevables traitées en 2016.

« L'équité » peut compléter la décision en droit lorsque je demande à la banque de verser, en plus de la somme due au client, un dédommagement financier. Elle peut également intervenir dans ma décision favorable au client alors que banque n'a pas fait d'erreur. En effet, si lors de mon analyse du dossier ou lors de l'entretien avec le client, je m'aperçois qu'il a sincèrement compris quelque chose de différent de ce que la banque a voulu dire, qu'il est dans une situation si problématique qu'il a besoin d'être aidé pour en sortir ou encore quand j'estime que mon intervention permettra de rétablir une relation apaisée et de confiance avec des clients souvent très anciens et fidèles, je peux demander à sa banque de faire droit à sa demande.

Enfin, 121 dossiers (soit 10 % des médiations rendues contre près de 14 % les années précdentes) ont fait l'objet d'une contestation du client. Le dossier est alors à nouveau étudié profondément, mais Il est très rare que je modifie ma première conclusion, le client refusant les faits et mon analyse sans apporter de nouvelles données. Ces contestations sont souvent l'objet de termes agressifs à mon égard et de propos injurieux sur le monde bancaire et sur BNP Paribas et ses collaborateurs. En revanche, ces contestations sont très importantes pour moi car elles me donnent l'occasion de vérifier s'il y a un manque de qualité dans le traitement de la médiation, s'il s'agit d'une attente erronée du client pensant que le médiateur est là pour le défendre à tout prix contre la banque ou s'il est de mauvaise foi.

## 3.3 Les aspects financiers des avis rendus

Mes avis favorables aux clients ont donné lieu au versement, par la banque, d'une somme de 268 942,39 euros. 183 252,67 euros « en droit », 85 689,72 euros « en équité ». Cela

représente 731 euros, en moyenne, par avis favorable. Le montant des indemnités versées aux clients en 2015 s'élevait à 136 987,75 euros, soit 825 euros en moyenne par avis. Proportionnellement, les avis favorables ont augmenté (de 24 % à 30 %).

## 4. Le traitement des demandes de médiation de B*Capital

Comme indiqué dans mes précédents rapports, B*Capital est une société d'investissement et non une banque et n'avait donc aucune obligation de désigner un médiateur avant les textes relatifs à la médiation de la consommation rendant cette nomination obligatoire à compter 1er janvier 2016.

Toutefois, B*Capital m'a confié cette mission depuis 2013. Les clients consommateurs de ce professionnel peuvent donc me saisir soit à une adresse postale dédiée soit à partir du formulaire spécifique qu'ils trouveront sur mon site mediateur.bnpparibas.net.

J'ai reçu 112 demandes de médiations dont une seule était recevable. Les autres ne concernaient pas B*Capital[4] ou que les recours n'étaient pas épuisés. Je pensais qu'en intégrant près de 4 000 clients en provenance de Cortal Consors, absorbée par BNP Paribas, le nombre de litiges entre un consommateur et B*Capital augmenteraient et de ce fait, le nombre de saisines du médiateur. Il s'est produit le contraire pour la médiation puisqu'en 2015, j'avais reçu 254 saisines soit une diminution des saisines de plus de la moitié.

Je peux donc confirmer ce que j'indiquai dans mes précédents rapports, B*Capital s'adresse à une clientèle haut de gamme et avertie, qui selon ses dirigeants, a mis des normes strictes de qualité et de personnalisation du service et qui n'hésite pas à dédommager le client si elle reconnait une faute de ses équipes.

La médiation que j'ai eue à traiter en 2016, relevait d'un problème lié à un transfert de comptes et à un investissement en titres assorti d'un tracker[5] que le client prétendait ne pas avoir autorisé comme l'imposait le contrat de prestations de service signé avec B*Capital. Ce dossier n'a pas donné lieu à un dédommagement du client. En effet, bénéficiant de la possibilité d'écouter les communications téléphoniques entre un client consommateur et son conseiller, j'ai pu vérifier dans ce cas, que non seulement le client avait donné son accord mais qu'il avait de plus gagné de l'argent et non perdu comme il l'indiquait.

J'ai pu traiter ce type de dossier qui relevait en partie du médiateur de l'AMF, car celle-ci et moi-même avions passé un accord m'autorisant à traiter comme par le passé les médiations qui m'étaient adressées, tant que mon référencement n'ait pas été confirmé par la CECM.

Toutefois, depuis le premier janvier 2017, les saisines relevant de la compétence du médiateur de l'AMF et dont les recours sont épuisés sont considérées comme non éligibles et nous l'indiquons au client tout en lui communiquant l'adresse du médiateur de l'AMF.

(4) Parfois le médiateur de BNP Paribas.

(5) Titres qui permettent de contenir les risques en cas de chute de la bourse.

# 3 Les recommandations de la médiatrice




Les recommandations liées au Marketing 37
Les recommandations liées à la tenue de compte 39
Les recommandations liées aux moyens de paiements 39
Les recommandations liées aux titres et aux assurances-vie 41
Les recommandations liées aux prêts 41
Les évolutions souhaitées pour la médiation 42

**Depuis janvier 2010, date de ma nomination comme médiatrice entre BNP Paribas et ses clients particuliers et comme le prévoient les nouveaux textes encadrant la médiation de la consommation, je recommande à la Direction de BNP Paribas un certain nombre d'actions à conduire afin d'améliorer la relations avec ses clients. Certaines de celles-ci sont déjà anciennes mais la banque n'a pas encore réagi, parfois depuis plusieurs années.**

# 1. Recommandations liées au marketing de la banque et à la gestion des ressources humaines

## Renforcer la protection des acteurs sans les déresponsabiliser

- Depuis plusieurs années, je demande à BNP Paribas de mettre en place des fiches illustrées et des listes de questions à poser à un client pour déterminer leurs besoins réels, vérifier leur compréhension des documents et du contenu des contrats et de les assister dans la vie du contrat.

  Je lui demandais également de tester auprès de panels de consommateurs ces dits documents avant de les mettre en application.

  BNP Paribas m'indique qu'il a été mis en place pour la banque, des modèles de dialogues retraçant les questions à poser aux clients et réponses à apporter. De plus, la règlementation impose aujourd'hui que les consommateurs renseignent un questionnaire qui permet à la banque de rédiger un diagnostic financier et/ou prévoyance. Ce dernier fait ressortir le profil financier du consommateur, son appétence au risque et son niveau de protection nécessaire. Ces documents sont analysés avec le client qui les signe.

  Ces diagnostics existent sur les produits et services spécialisés (produits financiers, prévoyance, prêts…).

  **Je maintiens donc ma recommandation pour toutes les autres activités de consommation courante (tenue de compte, moyens de paiements…).**

**Je renouvelle donc cette recommandation d'autant plus que la réforme du droit des contrats donne beaucoup plus d'importance à l'avant contrat que par le passé. Tant la responsabilité de la banque que celle du consommateur pourront être engagées si l'un ou l'autre ne peut pas prouver qu'il a fourni toutes les informations permettant une signature éclairée du contrat.**

- Par ailleurs, je demande à BNP Paribas depuis plusieurs années d'envoyer au client des messages pédagogiques ciblés par messagerie électronique, sms ou sur les extraits de compte : rappeler par ex. le coût ou les conséquences d'un rejet de chèques, les risques courus en cas d'échéances de prêt non payées…

  **Les messages ciblés existent déjà mais sont essentiellement à but commercial plutôt que pédagogique.**

**À ce jour, aucune modification des systèmes d'information n'est prévue pour délivrer ce type de messages. Toutefois, dans le cadre de « Préférence client », programme de transformation de la « relation Client » de BNP Paribas, de nouveaux engagements ont été pris pour tenir compte des besoins des clients et les soutenir dans les moments difficiles.**

Je constate que dans le cadre de préférence client, il est prévu que dès 2016, le conseiller doit systématiquement informer son client notamment pas SMS de l'avancée de son dossier ou de la réalisation d'une opération. Il devrait donc être facile de vérifier en cas de différend si le conseiller a bien tenu cet engagement ou si le problème se situe chez le client.

De plus, sont mis en place des indicateurs centrés sur des univers de besoins et non plus de produits.

Enfin, chaque agence se doit de mettre en place un projet de service. Il est vraisemblable que la mesure des actions d'amélioration de la relation avec les clients fera partie de plusieurs de ces projets.

## Évaluer les collaborateurs sur leur capacité à saisir les occasions de contact avec les clients

Depuis plusieurs années, je renouvelle cette recommandation.

Certains clients demandant une médiation reprochent à leur conseiller de ne les appeler que pour leur vendre un produit alors qu'ils voudraient qu'il les contacte surtout lors d'un incident sur leur compte, ou pour donner des informations susceptibles de les intéresser.

Ils regrettent notamment de ne pas être informés du suivi de leur demandes (prêts, exécution d'une opération…), qu'ils ont laissé plusieurs messages sans être rappelés même quand le collaborateur s'y est engagé.

**Je demandais depuis plusieurs années que les collaborateurs soient également évalués dans leur capacité à prendre contact avec leurs clients autrement que lors de campagnes de promotion d'un produit. Si cela pouvait paraître difficile il y a quelques années, ce n'est plus le cas aujourd'hui, BNP Paribas a mis plusieurs outils permettant ses contacts et notamment messagerie sécurisée, envoi de SMS, mise en relation avec des conseillers spécialisés… Les critères d'évaluation existent aujourd'hui comme par exemple, pour les agences des objectifs de qualité des contrats avec les clients.**

Une nouvelle affiche présentant le parcours-client en cas d'insatisfaction sur le service apporté par la banque a été testée en 2016. C'est un premier pas ! En revanche, Je n'ai eu aucune réponse de la banque me précisant si des mesures ont été prises pour que le conseiller du client maintienne des relations étroites avec celui-ci.

## Accompagner le client jusque dans sa démarche auprès de la médiation

Dans l'enquête de satisfaction des clients de la médiation, effectuées en 2014, les clients se plaignaient de ne plus avoir d'interlocuteur à la banque à partir du moment où ils ont saisi la médiation. J'ai alerté la banque à ce sujet dès mon rapport sur l'année 2014. À la suite de l'obligation faite aux banques d'indiquer les coordonnées du médiateur en fin de la réponse écrite du service relation clients à une réclamation, les clients m'indiquent souvent qu'ils me saisissent sur les conseils de BNP Paribas. J'en déduis qu'ils sont satisfaits de la réponse apportée par la banque.

Le nom patronymique est bien inséré dans les coordonnées des clientes mariées ainsi que leur nom d'épouse, mais apparemment les systèmes d'information de BNP Paribas ne permettent aujourd'hui, d'effectuer des recherches que sur un seul nom en général celui du mari.

## Inscrire les clients mariés sous leur nom patronymique et non celui de leur conjoint

À la suite d'un problème rencontré par un tuteur, la banque ayant répondu que la personne sous tutelle dont il n'avait donné que le nom « de jeune fille » n'était pas une cliente, je me suis aperçue que la quasi-totalité des femmes mariées étaient enregistrées uniquement sous le nom de leur époux. J'ai rappelé à la banque que le nom du conjoint n'était qu'un nom d'usage et qu'il était indispensable d'inscrire les clients y compris mariés sous leur nom patronymique, c'est à dire leur nom légal.

## 2. Recommandations liées aux comptes

### Améliorer l'information du client sur les rejets de chèques lors d'un incident de compte

La lettre « Murcef », envoyée par BNP Paribas lors d'un incident de compte, donne cinq jours au client pour régulariser sa situation lorsqu'un chèque est présenté sur un compte insuffisamment approvisionné. Elle est envoyée de manière automatique et affranchie au tarif prioritaire. Plusieurs clients se sont plaints de recevoir ce courrier si tardivement qu'ils ne peuvent prendre les mesures nécessaires. De plus, ils reprochent à leur conseiller de ne pas les avoir contactés.

La loi impose d'informer le client dans un délai raisonnable avant le rejet du chèque pour lui laisser le temps de trouver une solution.

Les nouveaux dispositifs mis en place par BNP Paribas prévoient l'envoi plus systématique d'alertes pour tous les évènements clients pourtant l'essentiel des dossiers traités sur le sujet des rejets de chèques tiennent à la non réception des courriers (pertes, NPAI ou pb chez client) et que la banque n'est pas en mesure de me confirmer que les clients ont bénéficié d'autres alertes que le courrier légal.

**Plusieurs solutions sont envisageables pour que cela soit possible :**

- **Raccourcir le délai de traitement des envois.**
- **Imposer au conseiller de prévenir son client par tout moyen. Doubler l'envoi du courrier par un message automatique au client, SMS ou courriel.**
- **Accepter de dédommager le client si la banque a omis de prendre contact autrement que par courrier affranchi au tarif non prioritaire.**



**Les procédures de BNP Paribas prévoient un appel du client dès qu'il y a un incident pour trouver une solution immédiate et éviter des procédures contraignantes comme par exemple, lors du rejet d'un chèque éviter le fichage à la Banque de France pour incident de paiement.**

## 3. Recommandations liées aux moyens de paiements

### En cas de fraude sur carte bancaire

Cela fait plusieurs années que j'émets les recommandations qui vont suivre et qui sont d'autant plus d'actualité que les médiations liés à des problèmes de cartes bancaires ne cessent d'augmenter. Je n'ai pas eu encore cette année de réaction de la banque sur leur mise en place.

- En cas de fraude, le service spécialisé dans le traitement des problèmes sur carte bancaire envoie au client un courrier type, signé « service clientèle » donc anonyme et sans considération ni empathie pour les problèmes rencontrés par le client.

  ***Sans succès, je demande à BNP Paribas de modifier les termes de son courrier envoyé au client par le back office monétique afin que le client ressente une écoute empathique de la situation qu'il a vécu. Le signer du nom de la personne qui a traité le dossier.***



**Je renouvelle ma recommandation : faire preuve d'empathie vis-à-vis du client et signer nominativement les réponses du back office concerné.**

Par ailleurs, les clients découvrent en lisant leur relevé que leur carte a été utilisée à leur insu et pensent qu'elle a été soit contrefaite alors qu'elle a été utilisée avec leur code et que vraisemblablement « empruntée par un proche » ce que les clients n'imaginent pas.

***Pourquoi ne pas proposer comme un service supplémentaire auquel peuvent adhérer les clients, l'envoi d'un SMS dès qu'un débit est porté sur la carte. Le client peut alors intervenir très vite, voire immédiatement auprès de sa banque ou du commerçant en cause. Certains concurrents de Visa offrent déjà ce service.***

***De même, pourquoi ne pas rappeler à nouveau aux agences la possibilité de faire lire la puce quand un client conteste des opérations effectuées ? La puce enregistre les 20 dernières opérations effectuées et il sera alors facile de leur démontrer que c'est bien leur carte qui a été utilisée.***

**Comme je le fais depuis plus de 4 ans Je redemande donc que les personnes de l'accueil des clients dans les agences aient le réflexe d'une part de demander au client s'il souhaite que la puce soit lue pour vérifier quelles sont les 20 dernières opérations passées et qu'ils préviennent immédiatement le responsable de l'agence de visionner les films si le client se plaint d'un incident sur un DAB. Les bandes ne pouvant être conservées qu'un mois, je demande que celui qui visionne le film rende compte dans un cahier, de ce qu'il a noté.**

- Lors de déplacements, les clients découvrent notamment à l'étranger qu'ils ne peuvent plus retirer d'espèces, car ils ont atteint leur plafond.

  Aucune information n'est envoyée au client lors d'une modification du plafond de retrait et de paiement, à l'initiative de la banque.

**Au moment du renouvellement de la carte et à chaque modification du plafond à l'initiative de la banque, prévenir le client de la correction de son plafond.**

## En cas de problème lors de remises de chèques

De nombreux dossiers ont été reçus sur des litiges relatifs à un découvert, suite à la remise d'un chèque non honoré par l'émetteur. Les montants des chèques ayant été crédités sur leur compte dès remise de celui-ci, les clients ont pensé qu'ils pouvaient disposer des fonds. Ils ne comprennent pas que la banque débite leur compte plusieurs jours après le dépôt lorsque le chèque est sans provision ou volé, le mettant souvent à découvert.

J'ai noté que BNP Paribas n'indique pas sur le relevé de compte lors de la remise d'un chèque « sous réserve d'encaissement ».

**Compléter le libellé des relevés de comptes lors de remise de chèques à l'encaissement en précisant « sous réserve d'encaissement qui peut aller jusqu'à 2 mois ».**

## 4. Recommandations liés aux titres et assurance vie

Les différends liés aux titres sont maintenant gérés par l'AMF, je ne reprendrai donc ci-dessous que les recommandations liées aux assurances vie. Toutefois, elles peuvent également s'appliquer aux titres.

### Améliorer l'accompagnement du client lors d'un retrait sur un contrat d'assurance-vie

J'ai encore traité plusieurs différends où les clients se plaignaient d'avoir été mal conseillés ou mal informés sur les modalités de rachat de leur assurance vie, notamment en matière de fiscalité. Ils ont en effet demandé à leur conseiller de procéder à un rachat sur leur assurance vie gérée par CARDIF assurances sans préciser la fiscalité qu'ils souhaitent voir appliquée.

Sans information spécifique, CARDIF se doit d'appliquer l'impôt sur le revenu, pénalisant sévèrement certains clients qui découvrent la fiscalité appliquée à réception de leur feuille d'impôts, donc trop tard pour une correction. L'information sur la fiscalité est indiquée automatiquement dans le document de rachat mais les clients ne pensent pas à poser des questions et le conseiller n'évoque pas souvent les problèmes liés à la fiscalité. La banque renvoie donc la responsabilité sur le client.

Cette difficulté n'est pas nouvelle puisque je reprends tous les ans depuis 2014, ma recommandation. BNP Paribas m'indique que le choix fiscal figure dans la demande de rachat. Les quelques cas remontés à la médiation relèvent essentiellement d'un manque de communication entre le conseiller et le client. Un message est à nouveau transmis aux équipes dans le cadre des contrôles conformité et l'avis de la médiatrice est envoyé au conseiller.



**Au-delà d'une nouvelle sensibilisation des conseillers et des clients, le groupe BNP Paribas ne pourrait-il convenir avec ses services et Cardif d'imposer l'appel du client si celui-ci n'a pas indiqué son choix fiscal ?**

## 5. Suivi des recommandations liées aux prêts

### Améliorer la pédagogie d'information sur des prêts particuliers : étudiants, travaux, report de mensualités

Je renouvelle pour la 5e année consécutive la recommandation ci-dessous car je continue à recevoir beaucoup de dossiers dus à une incompréhension des clients sur le remboursement de prêts spécifiques, sur la facturation d'indemnités de remboursement anticipés, les reports d'échéance et leurs conséquences, les spécificités des prêts travaux ou prêts étudiants…

La banque s'y opposait en 2011, l'éditique des prêts personnels étant très règlementée et lourde, la banque ne souhaitait pas intégrer cette demande. Les litiges venant en médiation étant de plus en plus nombreux, j'espère que BNP Paribas acceptera de mettre prochainement en place cette recommandation qui s'intégrera très bien dans son programme « Préférence client ».



**Depuis 5 ans, je demande à BNP Paribas d'illustrer d'exemples les spécificités du prêt signé par le client et de lui remettre des fiches illustrées qu'il pourra consulter calmement chez lui.**

***Ex de thème à traiter « votre prêt vous permet au bout de deux ans d'amortissement et s'il n'y a pas eu d'incident de remboursement, de demander un report d'échéance de 6 mois à 2 ans » cf chapitre XXX pour plus de précisions. Voilà les conséquences de ce report d'échéance.***

**Donner la possibilité au client d'être prélevé sur son compte dans une autre banque ou lui permettre de virer les mensualités sur un compte technique de BNP Paribas, comme cela existe, je crois, pour les prêts immobiliers.**

### Permettre aux clients de rembourser les prêts souscrits chez BNP Paribas à partir d'un compte extérieur à la banque

Lorsqu'un ancien client a encore des prêts chez BNP Paribas, il est obligé d'y garder un compte courant pour régler ses échéances. Ce compte inactif ne sert qu'à recevoir les fonds pour remboursement de prêt et débiter la mensualité. Cela coûte cher à la banque et au client et alourdit sa gestion.

**Faire évoluer les systèmes d'information afin qu'en cas de divorce ou de séparation, les deux souscripteurs d'un prêt, vivant à une adresse différente, reçoivent toutes les informations relatives à la vie du prêt dont ils sont solidaires.**

***Aucune réponse n'a été apportée sur cette reco. Dommage car les dossiers continuent à arriver. Il en est de même lorsqu'il y a un compte joint. Seul l'un des deux ex partenaire reçoit un relevé de compte…***

### Améliorer le système d'information relatif aux prêts des clients divorcés

BNP Paribas est dans l'impossibilité d'informer simultanément les conjoints divorcés en cas de problème ou d'évolution sur un prêt souscrit avant le divorce et non désolidarisé. De ce fait, l'un des conjoints découvre souvent les problèmes lorsqu'il est inscrit au fichier de la Banque de France pour mensualités non réglées par l'autre conjoint.

## 6. Recommandations liées à l'évolution de la médiation

À la suite d'un audit que j'ai effectué sur le fonctionnement de la médiation de BNP Paribas, j'ai proposé à un certain nombre de mesures qui permettront de mieux faire face à l'augmentation de l'activité de médiation et de la rendre plus efficace.

### Mettre en place un cahier des procédures de la médiation

Si l'ensemble des procédures a été définies et remis au Comité consultatif des services financiers (CCSF) et à la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation (CECM), il n'est pas formalisé dans un recueil de procédures (information sur la médiation, qui les regrouperait et auxquelles seraient associés les différents documents produits par l'activité (modèles de courriers, modes d'emplois des outils de gestion, des bases de données à compléter, plan de classements des dossiers, outils de contrôles…).

**Mettre en place d'ici la fin du 1er trimestre 2018, un cahier des procédures de la médiation.**

Ce cahier dont la responsabilité de mise en place et d'évolution permanente dépend du Délégué du médiateur sera bien évidemment informatisé afin de pouvoir être facilement accessible à toute l'équipe. Il permettra aux nouveaux arrivants ainsi qu'aux intérimaires d'être plus rapidement opérationnels.

## Programmer une formation à la médiation des nouveaux arrivants et actualiser les connaissances juridiques de l'équipe notamment en droit de la consommation.

L'équipe a été largement renouvelée en 2016. La nécessité de faire face à une augmentation importante des saisines et des dossiers de médiation n'a pas permis de dispenser la formation à la médiation mise au point pour l'équipe précédente. Bien évidemment tout nouvel arrivant est coaché par le délégué du médiateur et ses adjoints ainsi que par moi-même, mais j'estime indispensable que tous les nouveaux arrivants aient pu suivre une formation théorique et pratique aux spécificités de la médiation et notamment au téléphone.



**Je demande à BNP Paribas de débloquer un budget formation pour que d'ici la fin du 1er trimestre 2018, les nouveaux arrivants puissent avoir suivi au moins 3 jours de formation dont un au moins à la conduite d'un entretien médiation par téléphone et que l'ensemble de l'équipe ait pu suivre une formation d'une journée sur l'actualisation des textes juridiques liés aux différends traités.**

## Réformer les outils de gestion de la médiation

Si depuis mon arrivée à la médiation de BNP Paribas en janvier 2010, une amélioration dans les modalités de saisine du médiateur a été apportée en permettant aux consommateurs de saisir le médiateur en ligne, aucune évolution majeure des outils de traitement informatisé des activités de la médiation n'a été lancée, générant une augmentation importante des tâches manuelles (photocopies des éléments des dossiers même issus du formulaire en ligne, contraintes des saisines sur des outils non conçus pour la médiation, statistiques manuelles pour répondre aux exigences de la médiation bancaire puis de la consommation, archivage physique des dossiers…).

Des outils adaptés à la gestion informatisée de la médiation de la consommation existent aujourd'hui sur le marché.



**Je demande à BNP Paribas de débloquer un budget d'ici fin décembre 2017, pour mettre en place un outil moderne de gestion qui améliorera le traitement des demandes de médiations, permettra un meilleur suivi des délais en étant notamment plus réactifs et faisant gagner du temps non productif pour les équipes. Ces outils donnent également la possibilité d'un traitement adapté des statistiques de la médiation de la consommation et de prévoir un archivage électronique des dossiers beaucoup plus sécurisé que les dossiers papiers.**

# 4 Les activités de la médiatrice en 2016


La constitution des dossiers de désignation comme médiateur de la consommation 45

Ma participation dans des associations de médiateurs ou de groupes de réflexion 46

Les formations suivies et dispensées 2016 47

**Le 19 mai 2016, j'ai été désignée par le CCSF comme médiateur intervenant sur les litiges de consommation de BNP Paribas. J'ai déposé mon dossier auprès de la CECM le 10 décembre 2016 afin d'être inscrite sur les listes européennes de médiateurs de la consommation. À la date de la rédaction de ce rapport, mon dossier n'avait pas encore été analysé par cette commission. Comme les années précédentes, je m'investis dans plusieurs associations de médiateurs dont je rends compte, ci-dessous, de mon action. Enfin, j'ai suivi en 2016, 70h de formation à la médiation et d'actualisation de mes connaissances en droit et notamment en droit de la consommation. J'ai dispensé une centaine d'heures de formation à la médiation notamment de la consommation.**

## 1. La constitution des dossiers d'agrément en tant que médiateur de la consommation

Les textes encadrant la médiation de la consommation parus d'août à décembre 2015 prévoient que les médiateurs de la consommation agissant pour le compte d'une banque soient désignés par une commission paritaire constituée au sein du CCSF (Comité consultatif des services financiers) et inscrit sur une liste européenne des médiateurs de la consommation par la CECM (Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation).

Les premiers mois de 2016 ont donc été occupés à préparer le dossier de nomination par le CCSF et à adapter les moyens et outils dont dispose le médiateur au sein de BNP Paribas afin d'être conforme aux nouvelles exigences règlementaires et notamment la conception et la mise en place d'un site internet du médiateur, une évolution de la charte de la médiation de BNP Paribas pour sa clientèle de particuliers ainsi que la signature d'un nouveau contrat de partenariat avec BNP Paribas pour sa médiation de la consommation.

Ma demande de désignation a été déposée au CCSF en mars 2016. Celui-ci m'a notifié le 13 juillet 2016, ma désignation de médiateur de la consommation de la banque de détail France de BNP Paribas du 19 mai 2016.

Pour tenir compte des exigences en 2016 de la CECM transmise par celle-ci pour les médiateurs d'entreprise, un certain nombre de modifications et d'adaptation des moyens existants devaient être apportées.

Ma demande d'inscription sur la liste des médiateurs bancaires n'a pu être déposée que le 10 décembre 2016.

À la date de rédaction de ce rapport, il n'avait toujours pas été examiné par la CECM. La CECM ayant augmenté fortement ses exigences depuis cette date, il est vraisemblable que mon dossier devra être retravaillé.

## 2. Ma participation dans des associations de médiateurs ou de groupes de réflexion sur la médiation

### Le Club des médiateurs de service au public (CSMP)

Cooptée dans ce club fin 2011, je participe à cette instance qui réunit des médiateurs agissant dans le domaine de la consommation selon toutes les formes prévus par le code de la consommation (médiateurs, publics, médiateurs sectoriels, médiateurs de fédérations et médiateurs d'entreprises salariés ou indépendants de l'organisation) ainsi que des médiateurs institutionnels (ministères, villes, organisations publiques...).

Je suis membre de la commission formation dont j'ai été la présidente pendant deux ans.

### L'Association nationale des médiateurs (ANM)

Membre et administrateur, depuis sept ans, de cette association, reconnue comme médiateur de la consommation d'une trentaine de professionnels et de fédérations je me suis beaucoup consacrée en 2016 à la Commission « médiation de la consommation » qui répond aux demandes de professionnels recherchant un médiateur, prépare les dossiers à présenter à la CECM, conçoit et met en place les outils nécessaires à la médiation de la consommation, désigne et forme les médiateurs délégués par l'ANM dans sa mission de médiateur de la consommation.

### Le Cercle des médiateurs bancaires (CMB)

Constitué en milieu d'année 2015, le Cercle regroupe une cinquantaine de médiateurs auprès de fédérations bancaires et financières ou de banques. Ses adhérents se réunissent tous les deux mois en moyenne une journée soit pour se former, soit pour de l'analyse de pratiques soit encore pour rencontrer des personnalités du monde bancaire et financier. Il a soutenu en 2016 le forum ouvert de médiation XXI. Les membres des équipes des médiateurs adhérents sont invités aux formations et analyses de pratiques. Je suis trésorière de cette association et responsable de la formation.

### Association ASSUME, centre de médiation et de justice amiable

Constituée en août 2016 et dont je suis la présidente, ASSUME est un Centre de médiation conventionnelle et judiciaire agréée par le Barreau du Var comme centre de médiation de référence. Elle a pour mission de promouvoir les modes amiables de règlement des différends dans tous les domaines y compris la consommation qu'elle fait connaître auprès des professionnels de la région. Elle assure des permanences à la Maison des droits de Saint Raphaël et organise les médiations pour ses adhérents médiateurs.

## 3. Les formations suivies et dispensées en 2016

J'ai suivi en 2016, une dizaine de jours de formation pour approfondir certains aspects de la médiation et à l'actualisation de mes connaissances en matière de droit de la consommation (2,5 j et à l'analyse des textes et jurisprudence en matière de droit bancaire et financier (2,5 j). Ces formations étaient organisées soit par l'Association nationale des médiateurs, par le Cercle des médiateurs bancaires soit par le Club des médiateurs de services au public.

Tout comme les années précédentes, j'ai assuré une quinzaine de jours de formation à la médiation. C'est ainsi que j'ai formé en 2016, pendant une dizaine de jours, un deuxième groupe de 20 notaires de la Cour d'Aix en Provence, deux jours les médiateurs du RSI de PACA et une journée de sensibilisation à la médiation des cadres des ministères des finances. Bien évidement comme tous les ans, j'assure également une demi journée dans la formation « les fondamentaux de la mediation » du Club des médiateurs de services au public avec l'appui de l'IGPDE.

# 5 Annexes


*Annexe 1* : Actualité juridique 2016 49

*Annexe 2* : Processus de traitement des saisines 62

*Annexe 3* : La charte de la médiation de BNP Paribas 63

*Annexe 4 :* Liste des membres du Club des médiateurs de services au public 65

*Annexe 5 :* Le Cercle des médiateurs bancaires 66

# Annexe 1
# Actualité juridique 2016

## 1. La réforme du droit des contrats : ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016

Cette évolution du Code civil est issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations et vient modifier plus de 350 articles du Code civil qui dataient de la parution de celui-ci en mars 1804.

Cette réforme du droit des obligations apporte plus de lisibilité au droit des contrats et introduit de nouvelles dispositions qui codifient les grands principes dégagés par la jurisprudence. Il est maintenant plus facile de comprendre l'ensemble des étapes de la vie du contrat.

Il vise à :

- assurer une meilleure sécurité juridique en retirant l'incertitude qui pouvait planer sur certains contrats dont les clauses étaient souvent soumises à des interprétations jurisprudentielles,
- améliorer l'attractivité du droit français,
- renforcer la liberté contractuelle tout en recherchant un équilibre des droits et devoirs de toutes les parties.

Le chapitre premier consacré aux dispositions liminaires intègre des principes généraux de liberté contractuelle (art. 1102), de force obligatoire (art. 1103) et de bonne foi (art. 1104). D'un point de vue organisationnel, c'est une innovation.

J'aborderai l'essentiel de ces dispositions selon le plan suivant :

- La formation du contrat et les règles liminaires
- Les nouvelles conditions de validité du contrat
- La force obligatoire du contrat
- L'exécution du contrat
- Les différents modes de preuve
- L'entrée en vigueur de la loi

### 1.1. La formation du contrat et les règles liminaires

#### *La définition du contrat*

L'ordonnance définit le contrat comme *« un accord de volontés entre deux ou plusieurs personnes destiné à créer, modifier, transmettre ou éteindre des obligations »*. Cette définition moderne du contrat se détache des notions classiques d'obligation de donner, de faire ou de ne pas faire.

Après cette définition, le texte vient donner une importance particulière à la liberté contractuelle, le respect des engagements et à la bonne foi.

### *La liberté contractuelle et le consensualisme*

Le principe de la liberté contractuelle(1) est clairement posé à propos du choix de contracter, du contractant, du contenu et de la forme contractuels (art. 1102 du code civil).

En affirmant le principe de la liberté contractuelle, l'ordonnance essaie de rassurer les acteurs économiques français et étrangers – même si l'affirmation ne change rien au droit positif, la liberté contractuelle ayant rang de principe a valeur constitutionnelle – à un moment où les droits sont en concurrence et affirment que chacun est libre de choisir son contractant, de déterminer le contenu de son contrat et de lui donner la forme qu'il lui plait, orale, écrite ou même électronique, la seule limite qui reste inscrite dans l'article est l'ordre public.

### *La force obligatoire du contrat*

Quand on s'engage, il est normal de s'acquitter de ses obligations, ainsi, l'affirmation de la force obligatoire du contrat a été déplacée au sein des dispositions préliminaires, il vient juste après le texte sur la liberté contractuelle et avant l'article sur la bonne foi.

Cette rédaction est cohérente car elle fait comprendre à la première lecture que les contractants sont libres de contracter ou de ne pas contracter, de le faire selon leurs termes, sous la forme qu'ils veulent, quand ils s'engagent, ils doivent exécuter leurs obligation avec bonne foi.

### *La bonne foi*

**Le principe de bonne foi** est consacré au stade des négociations précontractuelles et de la formation du contrat (article 1104 du code civil).

Cette disposition est l'une des rares dispositions à **être d'ordre public**, cela contraint les cocontractants à ne pas se soustraire à cette l'obligation.

Au stade des négociations, « Celle des parties qui connaît une information dont l'importance est déterminante pour le consentement de l'autre doit l'en informer dès lors que, légitimement, cette dernière ignore cette information ou fait confiance à son cocontractant ».

Si la charge de la preuve d'un tel défaut d'information incombe à la partie qui s'en prévaut, un manquement à cette obligation d'information (qui ne pourra être écartée ou limitée contractuellement) pourra entraîner la nullité du contrat sur le fondement d'un vice du consentement et la responsabilité de la partie à qui cette obligation d'information incombait (article 1112-1 du code civil).

La bonne foi suppose alors que le cocontractant n'exploite pas la dépendance de son partenaire pour en tirer un avantage excessif, ni de stipuler des clauses abusives, réputées nulles dans les contrats d'adhésion.

### *Le devoir général d'information*

Le devoir général d'information découle aussi de cette obligation de bonne foi. Ce devoir est également d'ordre public, il oblige *« celle des parties qui connaît une information dont l'importance est déterminante pour le consentement de l'autre doit l'en informer dès lors que, légitimement, cette dernière ignore cette information ou fait confiance à son cocontractant ».*

(1) Selon certains auteurs, la liberté contractuelle était de plus en plus réduite, ses dernières années car encadrée par la loi dans le but de faire respecter l'ordre public, protéger les parties faibles ou les consommateurs.

Est ainsi consacrée la jurisprudence portant sur **l'obligation précontractuelle d'information** (art. 1112-1). Bien que logée dans la sous-section relative aux négociations, elle la dépasse pour concerner toute la formation du contrat.

## 1.2 Les nouvelles conditions de validité du contrat

### *La cause et l'objet*

Parmi les évolutions notables apportées par l'ordonnance, il y a la **disparition des notions de cause et d'objet**. Ce changement est dû au fait que la cause est *« ignorée de la plupart des droits étrangers »*. On comprend que c'est par souci de sécurité juridique que cette notion ait été supprimée du Code civil.

L'interdiction de conclure des contrats ayant pour objet une chose qui n'est pas dans le commerce est remplacée par la prohibition, plus générale, des contrats dont les stipulations dérogent à l'ordre public.

La nullité du contrat pour cause subjective illicite est remplacée par la nullité pour but contraire à l'ordre public (art. 1162). La nullité du contrat pour absence de cause objective (ou cause de l'obligation) est remplacée, dans les contrats synallagmatiques, par une nullité du contrat en raison du caractère illusoire ou dérisoire de la contrepartie convenue.

### *Un contenu licite et certain*

Sont maintenant nécessaires pour la validité du contrat, le consentement des parties, leur capacité et un contenu licite et certain.(2)

### *La capacité des personnes morales*

L'autre évolution majeure concernant les conditions de validité porte sur la capacité des personnes morales. Le champ de la capacité des personnes morales a été précisée : *« La capacité des personnes morales est limitée aux actes utiles à la réalisation de leur objet tel que défini par leurs statuts et aux actes qui leur sont accessoires, dans le respect des règles applicables à chacune d'entre elles. »*

### *L'état de dépendance*

L'un des principaux changements, se trouve à l'article 1143 du Code civil.

Le texte prévoit qu'il y a *« également violence lorsqu'une partie abusant de l'état de dépendance dans lequel se trouve son cocontractant, obtient de lui un engagement qu'il n'aurait pas souscrit en l'absence d'une telle contrainte et en tire un avantage manifestement excessif »*.(3)

### *Les actions interrogatoires*

Pour réduire les incertitudes qui peuvent planer sur les contrats, les partenaires peuvent engager maintenant des actions dites interrogatoires.

On compte trois actions interrogatoires, mécanismes destinés à permettre à une partie de mettre fin à des situations parfois ambiguës et visant à assurer une plus grande sécurité juridique (existence d'un pacte de préférence, étendue des pouvoirs du représentant habilité à conclure, situation potentielle de nullité)(4).

(2) Le texte consolide néanmoins dans la loi, les fonctions assignées par la jurisprudence à la cause dans l'article 1127, où il est précisé que le contrat ne peut pas déroger à l'ordre public, l'article 1167 qui sanctionne de nullité les contrats à titre onéreux qui contiennent une contrepartie illusoire ou dérisoire ou encore la consécration de la jurisprudence Chronopost à l'article 1168 qui dispose que le défaut d'équivalence des prestations n'est pas une cause de nullité dans les contrats synallagmatiques à moins que la loi ne dise le contraire.

(3) Le texte a ajouté la condition relative à un avantage manifestement excessif. On sait que la Cour de cassation s'est prononcée sur la question de l'état de nécessité et celle de la dépendance économique et même à propos de la question de la violence par création d'un état psychologique.

(4) Nouveaux articles 1123 al 3 et 4 et 1158 du code civil.

## 1.3 La force obligatoire du contrat

### *La théorie de l'imprévision*

L'Ordonnance consacre et introduit dans le code civil la théorie de l'imprévision qui permet désormais à une partie à un contrat de demander la renégociation de ce dernier, dès lors qu'« un changement de circonstances imprévisible lors de la conclusion du contrat rend l'exécution excessivement onéreuse pour une partie qui n'avait pas accepté d'en assumer le risque ».

La partie sollicitant la renégociation doit continuer à exécuter ses obligations durant la renégociation mais, en cas de refus de renégociation ou d'échec de celle-ci, les parties pourront convenir des modalités de résolution du contrat ou demander à un juge (d'un commun accord ou à l'initiative d'une seule partie) de procéder à une révision de contrat ou d'y mettre fin (article 1195 du code civil).(5)

## 1.4 L'exécution du contrat

Il est désormais possible à une partie envers laquelle un engagement n'a pas été exécuté notamment, et après mise en demeure :

- d'en poursuivre l'exécution en nature, pour autant qu'une telle exécution est possible et n'entraîne pas de disproportion manifeste entre son coût pour le débiteur et son intérêt pour le créancier(6),
- d'en assurer ou faire assurer l'exécution elle-même aux frais du débiteur, et ce sans autorisation judiciaire préalable(7),
- d'accepter une exécution imparfaite et de solliciter une réduction du prix convenu sans avoir recours au juge(8),
- de procéder à une résolution unilatérale du contrat sans avoir là encore à recourir au juge. Cette faculté reconnue par la jurisprudence s'ajoute à celle de procéder à une résolution judiciaire du contrat(9).

## 1.5 Les différents modes de preuve

Le nouveau dispositif donne désormais à une « copie fiable » la même force probante que l'original. Si la fiabilité de la copie est laissée à l'appréciation du juge, le nouvel article 1379 du code civil fixe une présomption irréfragable de fiabilité de la copie exécutoire ou authentique d'un écrit authentique, et une présomption simple de fiabilité pour les autres copies « résultant d'une reproduction à l'identique de la forme et du contenu de l'acte, et dont l'intégrité est garantie dans le temps par un procédé conforme à des conditions fixées par décret en Conseil d'État ».

Tenant compte de l'évolution des nouvelles technologies, l'ordonnance renforce le principe selon lequel une copie réalisée sur support électronique a la même force probante que l'original.

(5) Les nouvelles dispositions consacrent ainsi sur une vieille jurisprudence de la Cour de Cassation, l'arrêt Canal de Craponne de 1876, qui refusait toute révision en raison de changement de circonstances imprévisibles lors de la conclusion du contrat qui rendent le contrat intenable pour l'une des parties. Il est donné maintenant aux parties, la possibilité d'adapter le contrat par les négociations et si nécessaire par le juge qui peut anéantir le contrat ou le réviser.

(6) Le juge n'interviendrait dans ce cas qu'à posteriori, le cas échéant, en cas de refus du débiteur de rembourser les sommes engagées (article 1222 du code civil).

(7) Le juge n'interviendrait dans ce cas qu'à posteriori, le cas échéant, en cas de refus du débiteur de rembourser les sommes engagées (article 1222 du code civil).

(8) La réduction ainsi sollicitée doit être proportionnelle à l'inexécution concernée et le créancier qui n'a pas encore payé le prix notifie sa décision à son cocontractant dans les meilleurs délais (nouvel article 1223 du code civil).

(9) Ainsi, désormais, en l'absence d'une clause contractuelle en ce sens, une partie pourra mettre fin au contrat de manière unilatérale en cas de défaillance de son cocontractant.

### 1.6 Entrée en vigueur

Selon son article 9, la réforme rentrera en vigueur le 1er octobre 2016, elle ne s'appliquera qu'aux contrats conclus à partir de cette date, à l'exception des dispositions concernant les actions déclaratoires des articles 1123, 1158 et 1183.

La loi antérieure survit donc pour les contrats conclus avant cette date et en cours d'exécution à cette même date (ord., art. 9).(10)

## 2. L'évolution du Code de la consommation et son application dans le droit bancaire

Le nouveau Code de la consommation modifié par l'ordonnance n° 2016-301 du 14 mars 2016 pour la partie législative et par le décret n° 2016-884 du 29 juin 2016 pour la partie réglementaire est applicable depuis le 1er juillet 2016.

### 2.1 Pourquoi une refonte du code de la consommation ?

Le code de la consommation a été conçu comme un outil regroupant les textes du droit de la consommation. Mais son architecture était « devenue inadaptée et peu accessible pour ses utilisateurs, du fait des nombreuses réformes intervenues dans le domaine du droit de la consommation et de l'important mouvement de transposition de normes communautaires depuis sa création ».

### 2.2 La nouvelle présentation du code

Afin de faciliter l'accès du droit des consommateurs et des professionnels, le plan du code a été réaménagé (huit livres au lieu de cinq auparavant) pour mieux suivre la chronologie des étapes de l'acte d'achat.

#### *Livre Ier – Information du consommateur et pratiques commerciales*

Il donne une liste très détaillée de toutes les informations que tout professionnel doit mettre à disposition des consommateurs : obligation générale d'information précontractuelle, information sur les prix et conditions de ventes…(11)

Il renvoie à l'article L.312-1-1 du Code monétaire et financier pour les règles de renseignement des consommateurs des banques et autres établissements financiers(12).

#### *Livre II – Formation et exécution des contrats*

Il oblige les professionnels à rédiger des contrats clairs et compréhensibles qui s'interprètent en cas de doute en faveur du consommateur et à donner les informations concernant le médiateur(13).

Le chapitre 2 de ce livre donne la « liste noire » de douze clauses « irrefragables présumées abusives » et une « liste grise » de clauses présumées abusives sauf « si le professionnel rapporte la preuve contraire ».(14)

(10) Par exception, certaines dispositions s'appliquent dès l'entrée en vigueur de l'ordonnance, quelle que soit, donc, la date de conclusion du contrat. Il s'agit des règles relatives aux interpellations interrogatoires créées par les articles 1123 (pacte de préférence), 1158 (représentation) et 1183 (nullité) nouveaux du Code civil.
Enfin, une disposition concerne les litiges en cours au jour de l'entrée en vigueur de l'ordonnance « Lorsqu'une instance a été introduite avant l'entrée en vigueur de la présente ordonnance, l'action est poursuivie et jugée conformément à la loi ancienne. Cette loi s'applique également en appel et en cassation » (ord., art. 9, al. 4).

(11) Art L111-1 du Code de la consommation.

(12) Art L.112-2 du Code de la consommation.

(13) Art L 211-1 et L211-3 du Code de la consommation.

(14) Art R 212-1 et art R212-2 du Code de la consommation.

Par ailleurs, la conservation des contrats par voie électronique doit se faire par le professionnel qui doit pouvoir le produire à tout moment au consommateur. S'il est dans l'impossibilité de le faire, cela ne peut pas être « au détriment du consommateur »(15).

Dans le titre II, on trouve également concernant les services financiers une liste des informations pré-contractuelles que le consommateur doit recevoir(16). Le consommateur doit recevoir son contrat par écrit ou toute forme durable avant tout engagement. Il peut se rétracter sans justification dans un délai de 14 jours(17).

Si le contrat a été souscrit à distance, il est régi par le Code de la consommation et pour tous les autres contrats par le Code monétaire et financier.(18)

### *Livre III – Crédit*

Il couvre l'ensemble des opérations de crédit : crédit à la consommation, crédit immobilier, activité d'intermédiaire de crédit, cautionnement.

Il traite de l'information à fournir et notamment celles nécessaires à la comparaison entre différentes offres ; les explications permettant au consommateur de vérifier si le crédit proposé correspond à ses besoins ; l'évaluation de la solvabilité de l'emprunteur ; l'obligation de remettre au client une « fiche de présentation et de renseignement du crédit à la consommation » comportant 21 mentions règlementaires(19).

En matière de crédit, le code de la consommation vient se substituer au Code monétaire et financier.

### *Livre IV – Conformité, sécurité des produits et services*

Il traite des obligations et leurs mesures d'applications, de la valorisation des produits, des fraudes et des sanctions en matière de non-conformité des produits et services.

### *Livre V – Pouvoirs d'enquête et suites données aux contrôles*

Il désigne les agents habilités à enquêter sur les non conformités des produits et services et décrit les pouvoirs d'enquête et les sanctions encourus

### *Livre VI – Règlement des litiges*

Le titre 1er est consacré à la médiation de la consommation et reprend les textes de l'ordonnance du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation(20) largement décrits dans mon rapport précédent.

Le titre II est consacré aux actions en justice des associations de consommateurs : action civile, action en cessation d'agissements illicites, actions en réparation, actions en représentation conjointe et actions de groupe(21).

### *Livre VII – Traitement des situations de surendettement*

La procédure de surendettement est très cadrée et relève de la commission de surendettement et du juge d'instance. Le médiateur n'interviendra que dans le cadre des modalités d'éxécution.

### *Livre VIII – Associations agréées de défense des consommateurs et institutions de la consommation*

Il traite des modalités d'agrément des associations de consommateurs agréées et donne la liste des institutions de consommation.

(15) Art. L.213-1 du Code de la consommation.

(16) Art. L.222-5 du Code de la consommation.

(17) Art. L.222-5, L.222-6 et L.222-7 d du Code de la consommation.

(18) Cf art. L.314-7 à L.314-16 et du Code monétaire et financier.

(19) Art. L.312-12, L.312-14 et L.312-16 du Code de la consommation.

(20) Ordonnance n° 2015-1033 du 20/08/2015 et décret n° 2015-1382 du 30/10/2015 relatifs à la médiation des litiges de consommation.

(21) Art. L.621-1 à L.621-9.

### 2.3 Quelques points essentiels de la refonte

***Le code de la consommation nouveau clarifie le champ d'application quant aux personnes.***

Il précise la notion de consommateur « s'entend de toute personne qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ».

Il insère une définition du professionnel, qui, jusqu'alors avait été précisé uniquement dans le domaine de la médiation de consommation. Le professionnel est ainsi défini comme « toute personne physique ou toute personne morale, qu'elle soit publique ou privée, qui agit, y compris par l'intermédiaire d'une personne agissant en son nom ou pour son compte, aux fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale ».

Il insère également la notion de non-professionnel, méconnue du droit communautaire. Il s'agit de «toute personne morale qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole ».

Le droit de la consommation présuppose l'existence d'un déséquilibre (économique, juridique, matériel, intellectuel, ...) entre le professionnel et le consommateur. Il impose au professionnel des obligations particulières qui s'ajoutent à celles qui existent déjà pour son activité commerciale (information renforcée, désignation d'un médiateur de la consommation, ...). Il accorde au consommateur des droits particuliers (possibilité de rompre un contrat, de se retracter..., de bénéficier gratuitement d'une médiation de la consommation,....

***L'organisation interne des livres a été modifiée*** pour regrouper les sanctions civiles, administratives et pénales à la fin de chaque livre dans un titre ad hoc « Sanctions », jusqu'alors dispersées dans le code.

***Le code de la consommation confirme l'existence d'un droit procédural de la consommation.*** Ce dernier est composé des pouvoirs de police administrative de l'administration, des modalités spécifiques de traitement des litiges, à savoir la médiation de la consommation, les actions collectives et l'action de groupe.

***Les pouvoirs d'enquête et les suites données aux contrôles de l'administration sont désormais contenus dans un même livre, le livre V*** intitulé « Pouvoirs d'enqûete et suites données aux contrôles ».

## 3. La loi de modernisation de la justice du XXIe siècle

Les mesures relatives à la justice du 21e siècle visant notamment à favoriser le règlement amiable ont pour objectif de rendre la justice plus proche. En effet, la conciliation et la médiation sont de nature à contribuer à la mission première de la justice qui est « d'apaiser les relations sociales ».

### 3.1 Les principales mesures de la loi de modernisation de la justice du XXIe siècle(22)

Afin de prendre en compte les évolutions technologiques, économiques et sociétales, la loi de modernisation de la justice du XXIe siècle vise trois grands objectifs :

- rapprocher la justice du justiciable, faciliter l'accès à la justice et la rendre plus efficace ;
- favoriser les modes amiables de règlement des litiges ;
- assurer l'indépendance et l'impartialité de la justice, notamment en évitant les conflits d'intérêts.

Cela se traduit par des modifications dans l'organisation des juridictions et par des aménagements procéduraux. La loi est également l'occasion de faire des ajustements de fond dans de nombreux domaines.

Le titre II de la loi est intitulé « Favoriser les MARD ». C'est tout à fait symbolique et important. L'objectif est très clairement de les mettre en avant et en ce sens le texte est un prolongement du précédent décret n° 2015-282 du 11 mars 2015 qui avait modifié les articles 56 et 58 du Code de procédure civile relatifs à la demande en justice en matière contentieuse. Depuis ce décret, il n'était plus possible d'introduire une instance que ce soit par requête, déclaration ou assignation, sans justifier dans l'acte d'une tentative de résolution amiable du différend. Par conséquent, tout avocat devait proposer à son client de recourir à une solution amiable et lui rappeler que cette tentative est obligatoire. La sanction de ce manquement prévoyait que le juge pouvait proposer aux parties une mesure de conciliation ou de médiation judiciaire (article 127 Code de procédure civile). Par conséquent, et même si la sanction ne paraissait pas très sévère, il était déjà difficile de faire fi des modes amiables de règlement des différends.

La loi « Justice 21 » vient renforcer cette orientation de 2015 en rendant obligatoire la conciliation de justice, sauf à ce que le juge déclare la saisine du tribunal irrecevable.

Parmi les principales mesures de la loi, je relève :

- la mise en place d'une relation numérique proposée à leur clientèle par les professions du droit et du chiffre, la possibilité pour ces professions de recourir à la sollicitation personnalisée et de proposer des services en ligne ;
- diverses dispositions dans les différents titres de la loi visent à favoriser le règlement amiable des différends mais un titre entier du texte (titre II) est spécifiquement consacré à cet objectif.

On peut en retenir notamment de ce Titre II :

- l'obligation de tenter une conciliation préalable à la saisine du tribunal d'instance à peine d'irrecevabilité de la saisine du tribunal, sauf si l'une des parties au moins sollicite l'homologation d'un accord ou si des diligences ont été entreprises en vue de parvenir à une résolution amiable du litige, ou encore s'il existe un motif légitime(23) ;
- la volonté de favoriser la médiation :
  - l'ordonnance n° 2011-1540 du 16 novembre 2011 portant transposition de la directive 2008/52/CE du Parlement européen et du Conseil du 21 mai 2008 sur certains aspects de la médiation en matière civile et commerciale est ratifiée,

(22) L. n° 2016-1547, 18 nov. 2016.
(23) L. n° 2016-1547, art. 4.

- dans le cadre de la médiation judiciaire, le juge peut désormais désigner, avec l'accord des parties, un mediateur qui n'est plus forcément judiciaire[24],
- pour une période expérimentale de 4 ans, certains recours contentieux pourront faire l'objet d'une médiation préalable obligatoire,
- l'établissement d'une liste de médiateurs dressée par chaque cour d'appel[25],
- la possibilité de conclure une convention de procédure participative même si un juge a déjà été saisi du litige[26],
- L'impossibilité d'introduire ou de poursuivre une action en justice ayant le même objet lorsqu'une transaction a été conclue[27],
- la possibilité d'insérer une clause compromissoire dans les contrats entre professionnels et particuliers ou entre particuliers[28].

**L'une des nouveautés les plus emblématiques de la Loi du 18 novembre 2016 est la création de la médiation administrative qui, jusqu'alors, ne concernait que des litiges très spécifiques devant le juge administratif. Désormais, le recours à la médiation est possible pour tous les litiges administratifs (régi par les articles L.213-1 et suivants du Code de Justice Administrative), et ce, dans l'objectif de faire gagner la procédure administrative en rapidité et en souplesse.**

Cette médiation peut être mise en place soit en dehors de toute procédure juridictionnelle par les parties, soit au cours d'une procédure juridictionnelle à l'initiative des parties ou du juge.

En tout état de cause, la médiation ne peut jamais être imposée aux parties qui sont libres de l'accepter ou non.

Le tiers médiateur peut être choisi conjointement par les parties au litige ou désigné par la juridiction.

Le juge homologue l'accord trouvé entre les parties le cas échéant, ce qui met fin au litige.

Le Conseil d'État saisi d'un litige en premier et dernier ressort peut, après avoir obtenu l'accord des parties, ordonner une médiation pour tenter de parvenir à un accord entre celles-ci selon les modalités d'un nouveau chapitre créé dans le Code de justice administrative relatif à la médiation (CJA, art. L.213-1 à L.213-10 nouveaux) favoriser les modes amiables de règlement des litiges.

## 4. La réforme du crédit immobilier aux particuliers

L'ordonnance 2016-351 du 25 mars 2016 et des décrets des 13 et 19 mai 2016 clôturent le cycle de réformes du crédit aux particuliers de la directive du 23 avril 2008 transposée par la loi Lagarde de 2010.

(24) L. n° 2016-1547, art. 5, II ; L. n° 1995-125, 8 févr. 1995, art. 22 modifié.
(25) L. n° 2016-1547, art. 8 ; L. n° 1995-125, 8 févr. 1995, art. 22-1.
(26) C. civ., art. 2062, al. 1, modifié.
(27) C. civ., art. 2052.
(28) C. civ., art. 2061.

## 4.1 champs d'application

Sont concernés tous les crédits qui ont pour objet de financer l'acquisition d'un immeuble à usage d'habitation ou à usage professionnel, la construction ou l'achat d'un terrain mais ils ne concernent que les personnes physiques.

Toutefois, une nouveauté pour le droit français : quel que soit leur objet, les crédits qui sont garantis par une hypothèque ou une sûreté comparable sont soumis à la règlementation du Crédit immobilier mais les crédits travaux ne peuvent être régis par celle-ci que s'ils sont garantis par une hypothèque. Dans le cas contraire, ils sont soumis au code de la consommation.

## 4.2 Information des emprunteurs

### *Avant contrat*

- **Information générale**

  La publicité, déjà réglementée en droit français doit contenir des mentions obligatoires (TEG, taux débiteur, montant total dû, échéance...) et donner un exemple représentatif.

  Les banques doivent en permanence mettre à disposition des clients des informations sur l'ensemble des crédits qu'elles proposent avec des exemples représentatifs...

- **Information personnalisée**

  En amont de l'offre de prêt, les banques doivent remettre une fiche d'information standardisée européenne (FISE) qui permet aux emprunteurs de comparer les offres.

  Dans cette fiche, pour les prêt à taux variable, une information spéciale doit être donnée sur les conséquences de la variation du taux sur le TAEG suivant que le taux variable est plafonné ou non.

  De même pour les prêts en devises, la FISE doit fournir une simulation en cas de baisse de 10 % et 20 % du taux de change de la devise nationale par rapport à la devise du prêt.

  Les informations relatives au TAEG sont alignées sur celles du Crédit à la consommation :

  - Le calcul du taux doit se faire à partir de la méthode actuarielle.
  - Tous les coûts supportés par l'emprunteur sont inclus dans le TAEG si et seulement si ceux-ci font partie des conditions d'octroi du crédit.(29)
  - Les frais d'actes notariés n'entrent pas dans le TAEG.

- **Information par les intermédiaires**

  Renforcée, elle aussi, les liens économiques que les intermédiaires peuvent avoir avec les établissements de crédit, en plus des liens financiers, doivent être déclarés, de même que le montant et les modalités de leur rémunération par l'établissement de crédit.

(29) Les coûts liés à l'exécution du contrat de crédit ont été supprimés du texte et n'entrent donc plus dans le TAEG. En revanche, les frais d'ouverture e et les frais d'utilisation des moyens de paiements et de tenue de compte sont inclus dans le TAEG si l'ouverture d'un compte est obligatoire.

- **Devoir d'explication**

  Introduite dans le cadre du crédit à la consommation, l'obligation de fournir des explications[30] permettant au consommateur de déterminer si le contrat est adapté à ses besoins et à sa situation financière devient obligatoire. De même que le devoir d'explication sur les rubriques de la FISE et sur les effets spécifiques du crédit y compris les conséquences d'un défaut de crédit.

- **Devoir de mise en garde**

  Le prêteur doit mettre en garde l'emprunteur lorsque compte tenu de sa situation financière, un contrat de crédit peut comporter des risques spécifiques.

- **Service de conseil**

  Les textes précisent que le service de conseil est une activité distincte de l'octroi d'un crédit et de l'intermédiation (rémunéré s'il est indépendant, gratuit s'il ne l'est pas).

## 4.3 Le contrat de prêt : contenu et exécution

Les prêteurs sont obligés d'évaluer la solvabilité de l'emprunteur et tenir compte si possible, des évènements susceptibles de survenir pendant la durée du crédit (évolution du taux, taux de change des devises…). Il est tenu de consulter le FICP. En revanche, rien n'oblige le prêteur à accepter un prêt même si l'évaluation est positive.

Sur la conclusion du contrat, pas de grandes modifications sur ce qui existait déjà, sauf la possibilité donnée de fournir un contrat par voie électronique et l'acceptation de celui-ci par lettre ou par tout autre moyen convenu entre les parties, de nature à rendre certaine la date de l'acceptation par l'emprunteur.

## 4.4 Encadrement des comportements, rémunération et compétences des prêteurs et intermédiaires

### *Comportements*

Les professionnels doivent agir de manière « honnête, équitable, transparente et professionnelle » au mieux des droits et des intérêts des consommateurs ».

### *Rémunération*

Elle doit éviter les conflits d'intérêts.

### *Compétences*

Elle donne une liste de diplômes, d'heures de formations professionnelles ou d'expérience professionnelle minimale pour exercer les métiers de prêteurs et d'intermédiaires. Elle impose également une formation continue d'une durée minimale de 7 h par an.

**Arrêt du 03/02/20**

- **Civiles :** déchéance des intérêts
- **Pénales :** de 30 000 à 300 000 €.

L'ensemble de ces mesures sont entrées en application en 2016 à l'exception de la nécessite d'une formation continue des personnels qui est entrée en vigueur le 20 mars 2017.

(30) Y compris pour les produits accessoires et notamment en cas de caution.

## 5. La jurisprudence

### 5.1 Crédits

***Arrêt du 03/02/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation***

Une SCI ne peut pas se prévaloir du délai de prescription prévu par le Code de la consommation pour les consommateurs.

***Arrêts du 11/02/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation (4 arrêts)***

En cas de dette payable par mensualité, le délai de prescription n'est pas de 2 ans comme le prévoit le Code de la consommation mais commence à courir échéance par échéance.

***Arrêt du 01/06/ 2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation***

Pas d'obligation d'envoi en recommandé pour une offre de prêt. La banque n'a pas d'obligation de mise en garde s'il n'y avait aucun risque pour l'emprunteur.

***Arrêt du 03/11/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de Cassation***

Problème identique à celui du 03/02/2016.

***Arrêt du 03/11/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation***

Mise en responsabilité d'un notaire par les clients et la banque qui avait signalé dans l'acte de vente une intrinsèque d'achèvement qui n'existait pas. Le prêt n'ayant pu se faire car le promoteur n'a pu le livrer mais pas d'indemnités pour la banque.

### 5.2 Taux et TAEG

***Arrêt du 12/01/2016 de la Chambre commerciale de la Cour de cassation***

La Cour a confirmé que le calcul du TEG devait intégrer le coût de souscription de parts pour une banque mutualiste.

***Arrêt du 25/02/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation***

Il modère dans le cas soumis, l'automaticité de l'application de la sanction en cas de nullité du TEG de l'application du taux légal.

***Arrêt du 01/06/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation***

Il condamne la banque à appliquer le taux légal car la banque n'avait pas indiqué le taux de période et le nombre de périodes dans le contrat de prêt d'une SCI cette obligation s'appliquant à tous les prêts et pas seulement aux consommateurs.

***Arrêt du 12/10/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation***

La Cour de cassation refuse la sanction prévue par le Code de la consommation d'appliquer le taux légal au lieu du taux conventionnel sur une erreur reconnue par la banque, le TEG indiqué dans le contrat étant supérieur au réel, elle a considéré que cette erreur n'était pas au détriment de l'emprunteur.

***Arrêt du 31/01/2017 de la Chambre commerciale de la Cour de cassation***

Il fait partir la date du délai de prescription à la date de signature de l'acte authentique signé pour ce prêt et indiquant un TEG exact, absent de l'offre de prêt présentée.

## 5.3 Cautions

### *Arrêt du 26/01/2016 de la Chambre commerciale de la Cour de cassation*

Application stricte des textes. Il est confirmé que la disproportion entre l'engagement souscrit et le patrimoine et revenus des cautions, s'estime au moment de l'engagement et non au moment de son exécution.

### *Arrêt du 09/02/2016 de la Chambre commerciale de la Cour de cassation*

Application stricte des textes. La Cour de Cassation a estimé que les biens d'un conjoint n'étant pas partie au cautionnement mais l'ayant autorisé pouvait être sollicités en cas de défaillance de l'emprunteur

### *Arrêt du 01/03/2016 de la Chambre commerciale de la Cour de cassation*

À la suite d'une procédure de sauvegarde d'un professionnel emprunteur, la banque s'est retournée vers la caution, l'emprunteur n'ayant pu rembourser le prêt. La Cour de cassation a jugé que la disproportion mise en avant par la caution devait se juger au jour où il y a eu défaillance de l'emprunteur et non pas au jour de l'ouverture de sauvegarde, comme le demandait la banque suite à un retour à meilleure fortune de la caution.

### *Arrêt du 22/03/2016 de la Chambre commerciale de la Cour de cassation*

Il ne suffit pas d'être gérant d'une entreprise pour être une caution avertie. De plus, c'est à la banque de prouver qu'elle avait bien mis en garde la caution et non l'inverse.

### *Arrêt du 16/09/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation*

Bien que la caution soit en France pour un prêt souscrit dans une banque italienne par un français vivant en Italie, la Cour de cassation a considéré que c'était le droit italien qui s'appliquait celui-ci n'obligeant pas aux mêmes exigences qu'en France.

### *Arrêt du 22/09/2016 de la 1re chambre civile de la Cour de cassation*

La Cour de cassation confirme que même si les mentions manuscrites ont été rédigées après la signature de l'acte de caution par la personne se portant caution, la caution reste valide.

### *Arrêt du 13/10/2016 de la Chambre commerciale de la Cour de cassation*

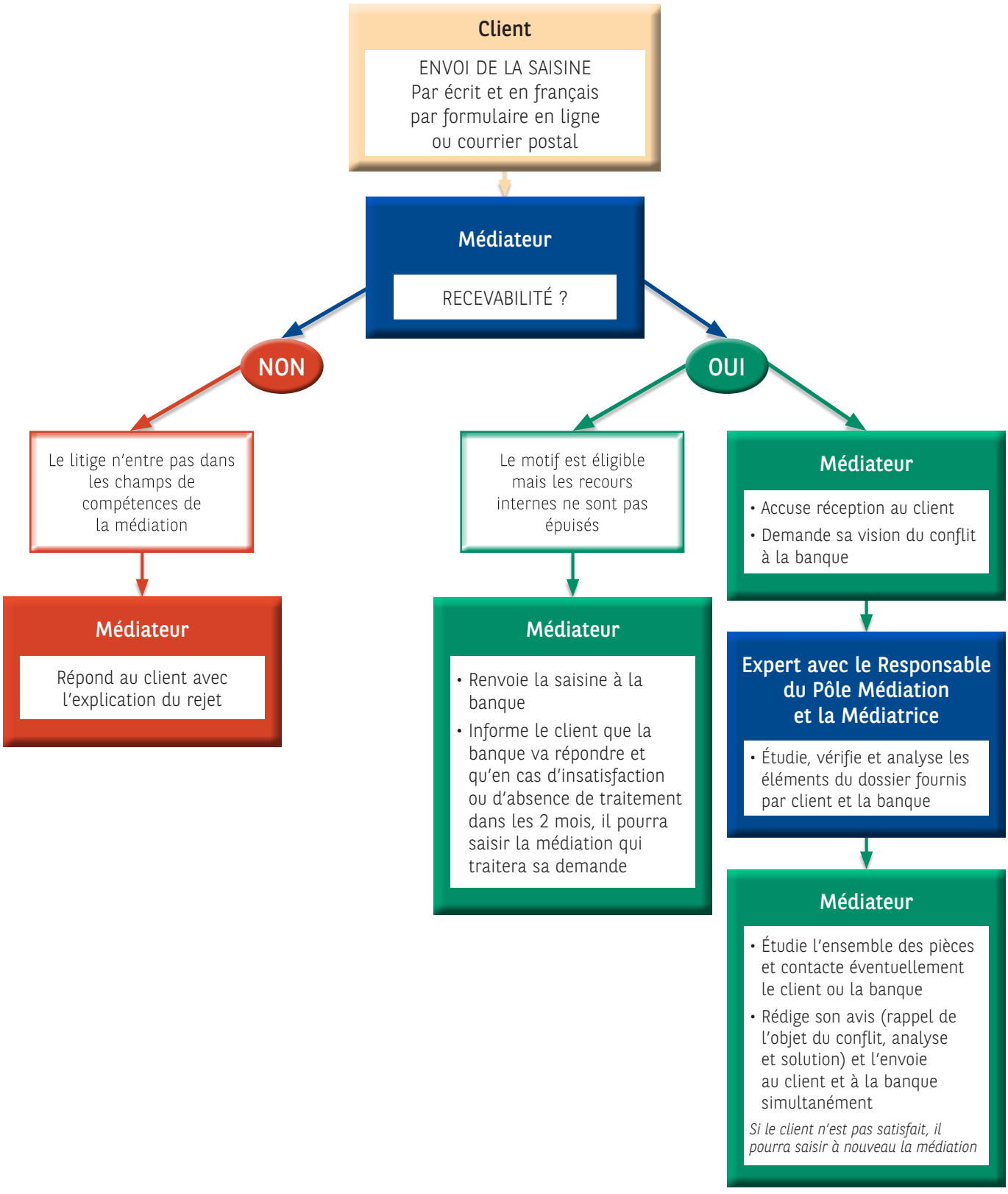
Bien que le contrat entre le prêteur et l'emprunteur prévoit une clause de règlement amiable non respectée par la banque, la Cour a rejeté la demande de la caution refusant de payer car elle ne faisait pas partie du contrat signé qui n'engageait que le prêteur et l'emprunteur.

## 5.4 Surendettement

### *Arrêt du 16/01/2016 de la 2e chambre civile de la Cour de cassation*

Il déboute un consommateur qui s'était vu refuser son dossier par la Commission de surendettement pour cause de mauvaise foi. Il lui était reproché de n'avoir engagé aucune démarche pour rechercher du travail et d'avoir sciemment indiqué un domicile erroné. La Cour de cassation confirme l'obligation de rechercher un emploi et reconnait la mauvaise foi sur l'adresse du domicile.

# Annexe 2
## Processus de traitement des saisines



# Annexe 3
# Charte de la médiation de BNP Paribas

BNP Paribas a mis en place, en application de l'article L.316-1 du Code Monétaire et Financier et des articles L.611-1 et suivants du Code de la consommation, une procédure de médiation pour les clients organisée et fonctionnant selon les règles et principes ci-dessous. Le Médiateur est une personnalité extérieure à BNP Paribas, reconnue pour ses compétences, son indépendance et son impartialité. Il satisfait aux exigences légales et réglementaires et est désigné par un organe collégial constitué au sein du Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF).

**I)** Le Médiateur peut être saisi de tous les litiges nationaux ou transfrontaliers de nature contractuelle existant entre la Banque et les Clients, personnes physiques agissant pour des besoins non professionnels, portant sur les produits bancaires, et les services proposés par la Banque.

Entrent aussi dans la compétence du Médiateur, les litiges relatifs à la commercialisation des contrats d'assurance et ceux directement liés à un produit ou un service bancaire distribués par la Banque.

Le Médiateur est compétent pour examiner les réclamations présentées par les Clients en procédure de surendettement, à l'exception, toutefois, des demandes portant sur les mesures édictées par le Juge et/ou la Commission de Surendettement.

Sont exclus du champ de compétence du Médiateur :

- les litiges relatifs à la commercialisation des produits financiers, la gestion de portefeuille, la transmission d'ordres de bourse, la tenue de compte de titres ordinaires ou PEA, les organismes de placement collectif et les fonds d'investissement alternatifs, l'épargne salariale et les transactions sur instruments financiers du FOREX.

Ces litiges relèvent du champ de compétence du médiateur de l'AMF. Ce champ de compétence pourra évoluer en cas de signature d'une convention de coopération entre le médiateur de l'AMF et le médiateur de BNP Paribas.

- les litiges relevant de la politique générale de la banque (par exemple : la politique tarifaire, le refus de crédit, la conception des produits…),
- les litiges relatifs aux produits d'assurance ne relevant pas de la commercialisation : dans ce cas, le médiateur communiquera au client les coordonnées du médiateur de l'assurance compétent,
- les litiges concernant les performances des produits liées aux évolutions des marchés.

**II)** La médiation est une procédure gratuite. La saisine du Médiateur ne peut intervenir qu'après que le Réclamant a adressé à la Banque une réclamation écrite à laquelle il ne lui a pas été répondu dans le délai de 2 mois suivant l'accusé réception par la Banque de sa réclamation ou lorsque la réponse qui lui a été faite ne le satisfait pas.

La saisine du Médiateur doit s'effectuer obligatoirement en langue française :

- soit en ligne sur le site : médiateur.bnpparibas.net,
- soit par voie postale : Médiateur auprès de BNP Paribas, Clientèle des Particuliers, TSA 62000 92308 Levallois Perret cedex.

**III)** Le Médiateur statue dans un délai de 90 jours à compter de la date de la notification aux parties de la réception du dossier complet du litige.

En cas de rejet de la demande de médiation, les parties en sont informées par le Médiateur dans un délai de 3 semaines à compter de la réception du dossier.

**IV)** Le Médiateur a pour mission de favoriser la recherche d'une solution amiable aux litiges éligibles à la médiation. Le Médiateur informe par écrit le Réclamant et la Banque de l'introduction de la procédure de médiation et en précise le point de départ. Chaque partie coopère de bonne foi avec le Médiateur et s'engage à lui communiquer sans délai les informations et documents demandés. Les parties peuvent se faire représenter ou assister par un tiers de leur choix à tous les stades de la procédure. Chacune des parties peut se retirer à tout moment de la procédure de médiation.

**V)** Le Médiateur est tenu au secret professionnel en application de l'article 226-13 du Code Pénal. Les parties s'engagent à respecter la confidentialité de toutes informations et de tous documents échangés dans le cadre de la procédure de médiation. Ainsi, sauf accord contraire des parties, les avis rendus ne peuvent être ni produits, ni invoqués à l'occasion de toute autre procédure. La saisine du Médiateur vaut autorisation expresse de levée du secret bancaire à l'égard de la Banque pour ce qui concerne la communication des informations nécessaires à l'instruction de la Médiation.

**VI)** Le Médiateur émet un avis exposant les motifs en droit et/ou en équité sur lesquels la solution qu'il propose est fondée. Cette solution peut être différente de la décision qui aurait pu être rendue par un juge. Cet avis est transmis directement aux parties.

Les Clients sont libres d'accepter ou de refuser les propositions du Médiateur. Ils disposent d'un délai de trente jours pour faire part de leur choix sur la solution proposée par le Médiateur. L'accord amiable des parties peut revêtir la forme d'une transaction au sens de l'article 2044 du code civil. Le litige est alors définitivement clos et les parties renoncent à leur droit d'intenter une action en justice pour ce litige.

BNP Paribas s'engage à suivre les propositions du Médiateur.

La procédure de médiation prend fin : par l'approbation des propositions formulées par le Médiateur ou en l'absence de réponse du Réclamant dans un délai de 3 mois à compter de l'avis rendu par le Médiateur, en cas de demande écrite du Réclamant de renoncer à la procédure de médiation.

**VII)** La participation au processus de médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant un tribunal. Toutefois, l'introduction d'une action en justice par le Réclamant mettra fin à la mission du Médiateur si le litige lui a déjà été soumis.

**VIII)** Le Médiateur 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.

# Annexe 4
# Liste des membres du Club des médiateurs de services au public

## Membres d'honneur

Le Défenseur des droits
Michel ASTRUC
Claire BRISSET
Jocelyne CANETTI
Marc CENSI
Jean-Paul DELEVOYE
Francis FRIZON
Henri D'OYSONVILLE
Ivan ROTH
Monique SASSIER

## Membres

Le Médiateur de l'Autorité des Marchés Financiers
Le Médiateur de l'Association Française des Sociétés Financières
Le médiateur des assurances
Le Médiateur auprès de BNP Paribas pour la clientèle des Particuliers
Le Médiateur du Groupe de la Caisse des Dépôts
Le Médiateur des Communications Electroniques
Le Médiateur de l'Eau
Le Médiateur du Groupe EDF
Le Médiateur de l'Éducation Nationale et de l'Enseignement Supérieur
Le médiateur des entreprises
Le Médiateur national de l'énergie
Le Médiateur d'ENGIE
Le Médiateur de l'information de France 2
Le Médiateur des rédactions de France 3
Le Médiateur des programmes de France Télévisions
Le Médiateur du Groupe La Poste, le Médiateur de la Banque Postale
Le Médiateur des Ministères Économiques et Financiers
Le Médiateur de la Mutualité Sociale Agricole
Le Médiateur de Paris Habitat – OPH
Le Médiateur National de Pôle Emploi
Le Médiateur de la SNCF
Le Médiateur Tourisme et Voyage

# Annexe 5
# Le Cercle des médiateurs bancaires

## Bureau

| | |
|---|---|
| Yves GERARD, Président | Médiateur Société Générale et groupe Crédit du Nord |
| Paul LORIDANT, Vice-Président | Médiateur Fédération bancaire française |
| Jean-Paul MEURICE, Secrétaire | Médiateur Crédit Agricole Mutuel de Paris et d'Ile-de-France |
| Dominique CHEVAILLIER BOISSEAU, Trésorière | Médiateur BNP Paribas, Hellobank ! et B*Capital |

## Administrateurs

| | |
|---|---|
| Jean-Louis GUILLOT | Médiateur HSBC |
| Hervé PICHEVIN | Médiateur Crédit Mutuel ARKEA |
| Armand PUJAL | Médiateur ASF Association des sociétés financières |
| Pierre SEGURA | Médiateur La Poste et Banque Postale |
| Nicolas de SEZE | Médiateur de la Banque de France |

# Notes

09/2017 – Graphisme de couverture Zenchi Zenno, création et éxécution Design Media – Tous droits de reproduction réservés.