



POUR UN DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE DU CRÉDIT RENOUVELABLE EN FRANCE

**Rapport réalisé par Athling Management
pour le Comité Consultatif du Secteur Financier
(CCSF)**

DÉCEMBRE 2008

Les résultats, les appréciations et les conclusions du rapport n'engagent que ses auteurs.

Cet avant-projet du rapport final a été mis en forme par le cabinet Athling Management. Les parties relatives au panorama européen et à l'étude macro-économique ont été établies en collaboration avec le cabinet Asterès.

SOMMAIRE

INTRODUCTION	7
PARTIE I : LE MARCHÉ DU CRÉDIT RENOUELE EN FRANCE	9
1. L'HISTOIRE DU CRÉDIT RENOUELE ET SON DÉVELOPPEMENT RÉCENT EN EUROPE	9
1.1. Les origines du crédit renouvelable	9
1.2. Des définitions pour un même produit	10
1.3. Le marché du crédit renouvelable en Europe	11
1.3.1. Le marché du crédit à la consommation en Europe	11
1.3.2. Le marché du crédit renouvelable en Europe	12
2. LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ FRANÇAIS DU CRÉDIT RENOUELE	15
2.1. Le marché du crédit renouvelable en France	15
2.1.1. Le crédit à la consommation en France	15
2.1.2. Le crédit renouvelable en France	16
2.1.3. Le crédit renouvelable : un substitut à la baisse de pouvoir d'achat ?	17
2.2. Les chiffres-clés de l'activité de crédit renouvelable en 2007	18
2.2.1. Les comptes de crédit renouvelable à fin 2007	18
2.2.2. Les ouvertures de comptes de crédit renouvelable en 2007	19
2.3. Les acteurs en France	20
2.3.1. Les deux grandes familles d'acteurs sur le marché du crédit renouvelable	20
2.3.2. Le rôle du commerce et de la distribution	22
2.3.3. Un zoom sur les établissements de crédit spécialisés français	22
2.4. La structure de la nouvelle production et des encours en 2007 par type de clientèle	23
2.4.1. La structure de la nouvelle production 2007	23
2.4.2. La structure de l'encours à fin 2007	24
2.5. Recommandations	25
3. LES DISPOSITIONS JURIDIQUES ENCADRANT LE CRÉDIT RENOUELE	27
3.1. Le cadre juridique du crédit à la consommation	27
3.2. Les règles spécifiques applicables au contrat de crédit renouvelable	28
3.3. La directive européenne sur le crédit aux consommateurs	29

3.4.	Recommandations	31
4.	LES OFFRES DES ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT	33
4.1.	Les offres proposées par les établissements de crédit	33
4.1.1.	Les offres des banques	33
4.1.2.	Les offres des établissements de crédit spécialisés	33
4.1.3.	Les offres des distributeurs partenaires	34
4.1.4.	La souscription des assurances et autres garanties	36
4.2.	Les taux d'intérêt	36
4.2.1.	Les mécanismes de taux d'intérêt appliqués	36
4.2.2.	Les taux d'intérêt contractuels annoncés lors de la souscription	36
4.2.3.	Les taux d'intérêt moyens facturés sur l'année 2007	36
4.3.	Le fonctionnement du compte de crédit renouvelable	37
4.4.	Les niveaux des marges	39
4.5.	Recommandations	40
5.	LA PUBLICITÉ	41
5.1.	Les moyens et les vecteurs publicitaires utilisés	41
5.1.1.	Zoom sur la presse de télévision	42
5.1.2.	L'action de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)	43
5.2.	Les termes employés dans les supports publicitaires pour désigner le crédit renouvelable	44
5.3.	Recommandations	45
6.	LES CONDITIONS DE LA DISTRIBUTION DU CRÉDIT RENOUELABLE	47
6.1.	La distribution sur le lieu de vente ou en direct	47
6.1.1.	Le rôle des vendeurs et des conseillers financiers	47
6.1.2.	La rémunération et l'animation des vendeurs et des conseillers financiers	48
6.1.3.	La formation des vendeurs ou des conseillers commerciaux	48
6.1.4.	La distinction entre prêt personnel, crédit affecté et crédit renouvelable	49
6.2.	L'information communiquée aux emprunteurs et aux cautions	50
6.2.1.	L'information sur les conditions des crédits	50
6.2.2.	L'information après un changement de taux d'intérêt	53
6.2.3.	L'information des cautions	53
6.3.	Le processus d'octroi	53
6.3.1.	L'étude des informations provenant du consommateur	53
6.3.2.	La consultation des fichiers publics (FICP, FCC, autres)	54
6.3.3.	Les méthodes de scores	55
6.4.	Recommandations	55

7.	LA VIE DU CONTRAT, LE TRAITEMENT DES INCIDENTS ET LE SURENDETTEMENT	59
7.1.	La gestion des plafonds	59
7.1.1.	Le suivi des utilisations	59
7.1.2.	Les procédures de modification du montant autorisé (ou plafond)	59
7.2.	Les remboursements et les relevés mensuels	60
7.3.	La procédure de recouvrement des impayés	62
7.4.	L'application de la loi Chatel	62
7.4.1.	Le cas de reconduction annuelle	62
7.4.2.	Le cas de la non-utilisation du compte pendant trois ans	63
7.5.	Le crédit renouvelable et le surendettement	64
7.5.1.	Des chiffres-clés des prêteurs et de la Banque de France sur le surendettement	64
7.5.2.	Des pistes de réflexion sur le surendettement	66
7.6.	Recommandations	67
	PARTIE II : CONCLUSION ET PERSPECTIVES	69
8.	CONCLUSION	69
9.	PERSPECTIVES	73
	ANNEXES	75
10.	AVERTISSEMENT SUR LES STATISTIQUES ET CONVENTIONS	75
11.	ÉCHANTILLON ÉTUDIÉ	77
11.1.	Les vingt-trois établissements de crédit ayant répondu aux questionnaires de l'étude	77
11.2.	Les établissements rencontrés	78
11.2.1.	Les établissements de crédit	78
11.2.2.	Les associations de consommateurs, associations humanitaires et syndicats	79
11.2.3.	Les entreprises du commerce et de la distribution	79
11.2.4.	Les organismes représentant les pouvoirs publics, des clientèles de professionnels et d'entreprises des établissements de crédit, les syndicats des établissements de crédit, des élus	80
12.	ILLUSTRATIONS.....	81
12.1.	La part du crédit renouvelable dans l'encours total des établissements de crédit spécialisés	81
12.2.	L'ancienneté des comptes ouverts à fin 2007	81

12.3.	Les taux d'ouverture en 2007 par type d'établissement de crédit	82
12.4.	Les demandes d'ouvertures de compte de crédit renouvelable et ouvertures effectives de comptes de crédit renouvelable en 2007	83
12.5.	Les taux d'ouverture de comptes de crédit renouvelable en 2007 par canal d'entrée en contact	84
12.6.	L'importance du crédit pour quatre secteurs d'activité de la distribution	85
12.7.	Les liens capitalistiques des établissements de crédit spécialisés (1/2)	86
12.8.	Les liens capitalistiques des établissements de crédit spécialisés (2/2)	87
12.9.	Le poids des demandes d'ouvertures et des ouvertures par décile de revenu	88
12.10.	Les plafonds accordés en 2007 par tranche de montant	89
12.11.	Les plafonds accordés en 2007 par tranche de montant et par décile de revenu	90
12.12.	Les plafonds moyens accordés en 2007 par décile de revenu disponible et par type d'établissement	91
12.13.	L'ensemble des tirages par tranche de montant en 2007	92
12.14.	Les premiers tirages en 2007 par tranche de montant	93
12.15.	Les taux d'usure	93
12.16.	Les comptes de crédit renouvelable par tranche de taux contractuels	94
12.17.	Les taux d'intérêt moyens facturés en 2007	95
13.	FICHE PAYS	97
13.1.	L'encours de crédit à la consommation en Europe à fin 2007	97
13.2.	La France	98
13.3.	L'Allemagne	98
13.4.	La Belgique	100
13.5.	L'Espagne	101
13.6.	L'Italie	102
13.7.	Les Pays-Bas	103
13.8.	La Pologne	104
13.9.	Le Royaume-Uni.....	105
13.10.	La Suède	106
14.	DÉFINITION ET FONCTIONNEMENT D'UN COMPTE DE CRÉDIT RENOUELABLE.....	107

INTRODUCTION

Lors de la réunion du Comité consultatif du secteur financier (CCSF) du 31 janvier 2008, Madame Christine Lagarde, ministre de l'Économie, des Finances et de l'Emploi, et Monsieur Luc Chatel, secrétaire d'État à la Consommation et au Tourisme, ont demandé au CCSF de réaliser une étude sur le crédit renouvelable et de formuler des propositions pour favoriser le développement responsable de ce type de crédit, notamment en matière de publicité. La mission de cette étude a été ainsi précisée par le Secrétariat général du CCSF :

« Dans cette perspective, après une description de l'état des lieux du marché du crédit à la consommation (statistiques du crédit à la consommation en France, part du crédit renouvelable dans cet ensemble et part du crédit renouvelable souscrit sur le lieu de vente ; statistiques du marché européen du crédit à la consommation et du crédit renouvelable), l'étude devra apporter des éléments d'information et d'analyse permettant de répondre aux questions qui se posent dans les huit domaines suivants¹ :

1. Les dispositions juridiques encadrant le crédit renouvelable
2. Le marché du crédit renouvelable en France et en Europe
3. Les conditions de distribution du crédit renouvelable
4. La publicité
5. Les conditions de la contractualisation des offres : l'information précontractuelle
6. L'appréciation de la capacité des emprunteurs à rembourser : le caractère responsable de la distribution de crédit
7. Le remboursement et les procédures de recouvrement
8. Le crédit renouvelable et la procédure de surendettement.

Sur la base de ce constat, l'étude devait identifier les lacunes existantes en matière de crédit renouvelable en s'appuyant sur des contacts avec les parties concernées (établissements de crédit, entreprises du commerce et de la distribution, associations de consommateurs), et notamment en matière d'information pour éviter le surendettement des emprunteurs. »

Pour répondre à ces différentes questions, Athling Management, en dehors de la recherche documentaire, a été amené, au cours des mois d'avril, mai et juin 2008, à rencontrer des professionnels du crédit à la consommation, des représentants d'associations de consommateurs, de syndicats des établissements de crédit, des associations humanitaires, des représentants d'entreprises du commerce et de la distribution, des élus et plusieurs interlocuteurs du secteur public. Les conclusions et orientations retenues dans ce rapport sont présentées sous la seule responsabilité d'Athling Management.

Les recommandations ont été insérées dans chaque chapitre du rapport. Elles doivent s'appréhender dans leur globalité. Le chapitre 9 sur les perspectives reprend les principales d'entre elles et donne une vision d'ensemble cohérente.

¹ Les domaines 7 et 8 ont été regroupés compte tenu de la proximité des sujets abordés, ainsi que les domaines 3, 5 et 6. Un chapitre spécifique dédié à l'offre des établissements de crédit en matière de crédit renouvelable a été créé compte tenu de l'importance de ce thème dans cette étude.

Les vingt-trois établissements de crédit qui ont fait l'objet d'une étude détaillée sont précisés dans le chapitre 11. Ils ont représenté 97 % du marché français du crédit renouvelable en 2007.

Pour faciliter la lecture et la compréhension des parties techniques de ce rapport, nous avons consacré le chapitre 14 à la description du fonctionnement d'un compte de crédit renouvelable.

PARTIE I : LE MARCHÉ DU CRÉDIT RENOUVELABLE EN FRANCE

1. L'HISTOIRE DU CRÉDIT RENOUVELABLE ET SON DÉVELOPPEMENT RÉCENT EN EUROPE

1.1. Les origines du crédit renouvelable

Ce chapitre reprend des extraits des deux documents suivants :

- l'ouvrage intitulé « *Histoire du crédit à la consommation* » de Madame Rosa-Maria Gelpi et Monsieur François Julien-Labruyère publié aux Editions la découverte en 1994 (pages 185 et 186) ;
- le rapport intitulé « *L'évolution du crédit renouvelable : La consolidation du régime de protection de l'emprunteur* » de Madame Marie-Emilie Morel rédigé dans le cadre d'un Master professionnel *Consommation et Concurrence* en 2006 avec le concours de l'Association des sociétés financières (ASF) (cf. pages 8 et 9).

Le crédit à la consommation fait son apparition à la fin du XIX^{ème} siècle

Les premiers instruments de crédit à la consommation ont été conçus outre-Atlantique, dès la fin du XIX^e siècle. Le « *hire-purchase* », créé en 1850, s'apparente à la fois à la vente à tempérament et à la location-vente. Le bien financé appartient au propriétaire jusqu'au paiement total du prix, et tient lieu de garantie au crédit. Le « *home equity* » est un crédit à la consommation garanti par une hypothèque prise sur la résidence de l'emprunteur.

La création du crédit renouvelable aux États-Unis date de 1945. Les premières formes modernes de crédit à la consommation apparaissent en France à la fin du XIX^e siècle et sont liées au développement des grands magasins parisiens. En 1865, Crépin, fondateur d'un magasin de meubles, systématisa la vente de meubles par « abonnement ». Par la suite, d'autres commerçants acceptent les bons de Crépin. Dufayel, associé de Crépin et constructeur du palais de la Nouveauté à Paris, grand magasin tourné vers le meuble et l'équipement ménager, développe lui aussi les ventes à crédit. La Semeuse de Paris, filiale de la Samaritaine, a aussi été créée au XIX^e siècle. Ancêtre d'établissements de crédit à la consommation (« bons de la Semeuse »), elle a poursuivi ses activités jusque dans les années quatre-vingt.

C'est [...] au lendemain de la Première Guerre mondiale que le crédit à la consommation fait une première percée encore timide, en liaison avec la diffusion de l'automobile. C'est aussi à cette époque qu'apparaissent les premières financières spécialisées. La SOVAC (Société pour la vente à crédit d'automobiles), créée par Citroën en 1919, en association avec la banque Lazard, est rachetée

rapidement par cette dernière. Ses activités sont alors élargies aux secteurs de l'électroménager et de l'immobilier. La DIAC (Diffusion industrielle automobile par le crédit) est établie en 1924 à l'initiative de Renault. La constitution de la DIN (Diffusion industrielle nationale) par Peugeot date de 1928. Le nom même de « diffusion » chez DIAC et chez DIN indique parfaitement leur vocation de soutien à l'industrie. En 1939, le quart des véhicules est ainsi financé à crédit. En 1927, quelques grands producteurs, dont Thomson, et leurs banquiers, fondent le CREG (Crédit électrique et gazier) destiné à faciliter l'équipement ménager des familles.

Dans la foulée de Cofica (Compagnie pour le financement de l'industrie, du commerce et de l'agriculture) fondée symboliquement le 8 mai 1945, les deux créations les plus marquantes sont Sofinco (Société financière industrielle et commerciale) qui date de 1950 autour de la Fédération de l'ameublement, à l'initiative de ce qui allait devenir le groupe Suez, et Cetelem (Crédit à l'électroménager), dans l'orbite de ce qui allait devenir la Compagnie bancaire. En 1953, ses pères fondateurs s'inspirent de l'exemple américain. Un voyage d'étude sous le parrainage de la Fédération des industries électriques (qui demeure encore au capital de la société) les décide à innover radicalement : suppression des traites, gestion de masse, étroite collaboration avec le commerce, mise en place d'un recouvrement d'intégration du client, et non de rejet.

Dans l'essor du crédit à la consommation, les banques généralistes ont eu un rôle plus minime. En revanche, elles ont pris part à l'expansion des établissements de crédit spécialisés en prêtant le capital nécessaire.

Dans les années quatre-vingt, du fait de la levée de l'encadrement bancaire, les banques généralistes deviennent concurrentes avec les établissements de crédit spécialisés. Dans les années 90, certaines banques réinvestissent le marché sous une autre forme. Les établissements de crédit spécialisés deviennent des filiales de ces banques.

Le crédit renouvelable apparaît dans les années soixante

Le crédit renouvelable est introduit à partir des années soixante, dans un contexte de prospérité économique, les « Trente glorieuses ». Cette période est caractérisée par un essor économique et démographique, illustré par un chômage quasi-absent et l'émergence de l'État-Providence. La demande de biens de consommation durables explose en raison du besoin important de consommation domestique et donc de crédit pour les ménages à moyens ou faibles revenus.

Le crédit renouvelable, en tant que nouvelle forme de crédit, se développe dans les grands magasins, puis auprès de sociétés de vente par correspondance et même d'unions de commerçants. Puis, quelques établissements de crédit spécialisés se mettent à proposer le crédit renouvelable directement aux particuliers, avec des perfectionnements successifs. Enfin, l'apparition de la technologie de la carte bancaire permet de lui associer une carte de crédit. La carte Galeries Lafayette est créée en 1967.

1.2. Des définitions pour un même produit

Le crédit renouvelable est également appelé crédit *revolving*, crédit permanent, prêt permanent, ouverture de crédit permanent, compte permanent, utilisation d'ouvertures de crédits permanents dans les documents publics ou les statistiques publiés par des organismes tels que de la Banque de France ou le Conseil économique et social. Le qualificatif de permanent prête à confusion et va à l'encontre de l'intérêt principal de ce produit (sa réutilisation en limitant les démarches administratives). Il donne l'idée que le crédit ne s'arrête jamais, voire ne s'amortit pas. Il s'agit d'un compte permanent qui donne droit à un crédit renouvelable. Aussi, le terme de crédit renouvelable devrait être retenu dans toutes les communications en langue française. Le qualificatif de renouvelable est plus approprié pour ce produit puisqu'il combine deux caractéristiques fondamentales, à savoir la possibilité de le réutiliser et la reconstitution du montant disponible.

Le crédit renouvelable n'est défini dans aucun texte de loi comme c'est le cas pour le crédit-bail. Plusieurs définitions cohabitent. À titre d'exemple :

- dans l'article L.311-9 du Code de la consommation, il est fait mention « d'une ouverture de crédit qui, assortie ou non à l'usage d'une carte, offre à son bénéficiaire de disposer de façon fractionnée, aux dates de son choix, du montant consenti... » ;
- « opération par laquelle un établissement met ou promet de mettre à disposition d'un client une somme d'argent moyennant intérêt et frais sur la partie utilisée. Cette somme d'argent est réutilisable au fur et à mesure des remboursements en capital. Elle peut être remboursée à tout moment, en totalité ou en partie. » (cf. Glossaire des opérations bancaires courantes de la Fédération bancaire française (décembre 2005) ;
- « le crédit renouvelable est une réserve de crédit mise à disposition de l'emprunteur. Il se renouvelle, dans la limite du plafond fixé, au fil des remboursements. Il est souvent associé à une carte dont les fonctions varient (carte de fidélité, de retrait, de paiement, etc.). » (cf. Définition de l'Association des sociétés financières) ;
- « le crédit renouvelable ou crédit *revolving* est une forme de crédit consistant à mettre à disposition d'un emprunteur une somme d'argent sur un compte particulier ouvert auprès de l'établissement dispensateur de ce crédit, de façon permanente et avec laquelle il peut financer les achats de son choix. Il constitue une formule particulière de crédit à la consommation et relève par conséquent de la réglementation y afférente. » (cf. Définition extrait d'un comparateur Internet d'offres de crédit).

1.3. Le marché du crédit renouvelable en Europe

1.3.1. Le marché du crédit à la consommation en Europe

L'encours de crédit à la consommation en Europe² s'élevait à plus de 1 140 milliards d'euros fin 2007. Le Royaume-Uni est le premier marché de l'Union européenne avec un encours de crédit à la consommation de plus de 327 milliards d'euros.

À la même période dans la zone euro, il s'élevait à 717 milliards d'euros, en progression de 4,9 % par rapport à 2006. Près d'un tiers de l'encours émane de l'Allemagne (223,7 milliards d'euros). Viennent ensuite la France (20 % de la zone euro) et l'Espagne (14 %).

Les quatre principaux marchés de la zone euro concentrent 79 % de l'encours total (93 % pour les cinq premiers marchés et 98 % pour les dix premiers). Ce niveau de concentration correspond à celui de la population des quatre pays considérés, et à celui de leur consommation. Le niveau de concentration a tendance à décroître, surtout dans l'Union européenne, en raison de la forte croissance de l'encours dans les pays les moins peuplés (essentiellement les nouveaux entrants de l'UE 27).

Les chiffres d'encours totaux traduisent des différences en terme de population, mais également des degrés de pénétration du crédit à la consommation très différents. Ainsi, le ratio de l'encours de crédit à la consommation sur la consommation des ménages s'élevait, fin 2007, à 25,6 % au Royaume-Uni et à 23,3 % en Irlande. À l'autre bout du spectre, ce ratio s'établissait à 9 % aux Pays-Bas et à 10,4 % en Belgique. La France se situait en retrait également (13,1 %). On peut considérer que ces différences en termes de pénétration émanent essentiellement de facteurs institutionnels. Les pays à faible pénétration sont en effet ceux où la réglementation du marché est plus stricte (France, Belgique...), notamment quand il existe des taux d'usure légaux (France, Belgique, Italie...) ou des distorsions fiscales favorables aux crédits à long terme (Pays-Bas).

² Pour plus de détails par pays, se reporter au chapitre 13.1 dans les annexes du rapport.

1.3.2. Le marché du crédit renouvelable en Europe

Les statistiques sur les encours de crédit à la consommation par type de crédit sont peu développées en Europe. La France apparaît, de ce point de vue, relativement en avance, même par rapport à des pays où le crédit à la consommation représente pourtant une part plus élevée de la consommation des ménages (le Royaume-Uni par exemple). Le tableau de synthèse ci-dessous sur la part des crédits renouvelables dans l'encours total de crédit à la consommation a pu être reconstitué pour neuf pays européens sur la base des données disponibles au sein des banques centrales nationales, des associations bancaires nationales et d'Eurofinas. Des fiches plus détaillées sur ces neuf pays sont présentées dans le chapitre 13.

La place du crédit renouvelable dans neuf pays européens

(chiffres à fin 2007)

Pays	Encours de crédit renouvelable	Part du crédit renouvelable dans le crédit à la consommation	Encours de crédit renouvelable par ménage ⁽²⁾	Encours de crédit renouvelable / consommation	Consommation par ménage
Allemagne	15,7 Md€	7,0 %	401 €	1,1 %	35 081 €
Belgique	1,4 Md€	8,0 %	315 €	0,8 %	39 086 €
Espagne	12,5 Md€ ⁽¹⁾	12,1 %	776 €	2,1 %	37 055 €
France	28,9 Md€	20,3 %	1 105 €	2,7 %	41 545 €
Italie	12,5 Md€ ⁽¹⁾	12,8 %	523 €	1,4 %	37 813 €
Pays-Bas	13,4 Md€	56,3 %	1 915 €	5,1 %	37 600 €
Pologne	2,2 Md€	6,0 %	160 €	1,2 %	13 606 €
Royaume-Uni	90,0 Md€	27,5 %	3 570 €	7,0 %	50 754 €
Suède	1,0 Md€ <	6,8 %	110 €	0,64 %	16 997 €
TOTAL	177,6 Md€	18,3 %	1 079 €	2,96 %	36 500 €

(1) Le montant d'encours de crédit renouvelable est compris entre 10 et 15 milliards d'euros

(2) L'encours de crédit renouvelable est ramené à l'ensemble des ménages du pays concerné

Sources : Banques centrales, Asterès

Notre échantillon laisse apparaître une importante hétérogénéité entre les pays. Ainsi, aux Pays-Bas, plus de 50 % de l'encours de crédit à la consommation sont liés au seul crédit renouvelable. Ce chiffre est de 7 % seulement en Allemagne et de 8 % en Belgique. Pour la France, plus de 20 % des crédits à la consommation sont réalisés sous forme de crédits renouvelables.

L'encours de crédit renouvelable pour l'ensemble des ménages va de 160 euros en Pologne à plus de 3 570 euros au Royaume-Uni. Une analyse plus approfondie montre que le taux de pénétration du crédit renouvelable (mesuré par le ratio de l'encours à la consommation des ménages) diffère également fortement d'un pays à l'autre : de 0,8 % en Belgique à 7 % au Royaume-Uni. Ainsi, les différences d'encours par tête s'expliquent en partie par le niveau de développement économique (mesuré par la consommation par ménage), mais pas seulement. Par exemple, la Pologne affiche un ratio encours de crédit renouvelable / consommation supérieur à la Belgique et à l'Allemagne.

La pénétration du crédit renouvelable peut être liée au degré de maturité atteint par le marché du crédit à la consommation. L'analyse des modèles de développement du crédit à la consommation dans ces pays suggérerait que ce marché se développe :

- d'abord en s'appuyant sur le crédit sur lieu de vente (crédits affectés) ;
- puis sur les prêts personnels ;

- et enfin seulement sur le crédit renouvelable (carte ou non-carte), produit à plus forte valeur ajoutée dont la conception et la gestion sont plus coûteuses, et dont l'utilisation par les ménages demande un niveau avancé d'éducation financière ;
- les produits de rachat de crédits n'apparaissant qu'en fin de cycle de vie, au moment où le marché est mature et où les prêteurs « se battent » pour des parts de marché.

L'exemple polonais nuance toutefois l'universalité de ce schéma théorique. On pourrait également citer le cas de la Turquie, où le crédit renouvelable représente déjà plus de 40 % de l'encours total de crédit à la consommation. En réalité, le recours au crédit renouvelable dépend essentiellement de la structure de la distribution du secteur financier et de l'environnement institutionnel du marché du crédit à la consommation. En effet, les pays dans lesquels le marché du crédit renouvelable est développé présentent au moins une des trois caractéristiques suivantes :

- la part de marché des établissements de crédit spécialisés est élevée (53 % en France, 44 % aux Pays-Bas, (cf. chiffres 2006),
- les réseaux de courtiers sont étendus (Pays-Bas, Royaume-Uni),
- la réglementation est moins contraignante pour les établissements de crédit (Royaume-Uni).

Dans le même ordre d'idée, le marché allemand se singularise par la faiblesse de la part de marché des établissements de crédit spécialisés (23 %), et le marché belge par une réglementation, de l'avis des opérateurs interrogés, plus contraignante que dans les autres pays européens. Chaque étape, de la publicité à l'octroi final du crédit, fait l'objet d'un encadrement extrêmement détaillé, ce qui a réduit la rentabilité de l'offre de crédit renouvelable en Belgique.

2. LES CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ FRANÇAIS DU CRÉDIT RENOUVELABLE

2.1. Le marché du crédit renouvelable en France

2.1.1. Le crédit à la consommation en France

En ce qui concerne la composition de l'encours de crédit à la consommation en France, et avec les limites décrites dans le chapitre 10 sur l'existence de sources de données différentes, les crédits non affectés (prêts personnels et crédits renouvelables) représentent 80,8 % de l'encours total à fin 2007, et 82,5 % de la production nouvelle 2007 pour l'ensemble des établissements de crédit. Selon les données de la Commission bancaire les crédits renouvelables représentent respectivement 23,9 % de l'encours et 21,1 % de la nouvelle production de crédit à la consommation (cf. annexe 10 qui précise les périmètres respectifs de recensement des statistiques de la Banque de France, de la Commission bancaire et de l'Association des Sociétés Financières).

Encours et production de crédit à la consommation en France à fin 2007

(montants exprimés en milliards d'euros)

Type de financement aux particuliers	Encours		Nouvelle production	
	Montant	Poids	Montant	Poids
Crédits à la consommation non affectés	110,2	80,8 %	78,7	82,5 %
dont crédits renouvelables	32,7	23,9 %	20,1	21,1 %
Crédits affectés	26,2	19,2 %	16,7	17,5 %
TOTAL	136,4	100 %	95,4	100 %

NB 1 : Encours hors agios, y compris créances douteuses et litigieuses, provisions non déduites

NB 2 : Les chiffres issus de la Commission bancaire diffèrent de ceux de la Banque de France (cf. chapitre 10)

Source : Commission bancaire, Calculs Athling Management

À fin 2007, les établissements de crédit spécialisés représentaient 44 % de l'encours total de crédit à la consommation en France.

Le crédit à la consommation permet aux ménages de planifier leur besoin de financement, c'est-à-dire de financer des achats autrement qu'en prélevant sur leurs ressources propres. Il a en outre deux rôles macroéconomiques. Il permet :

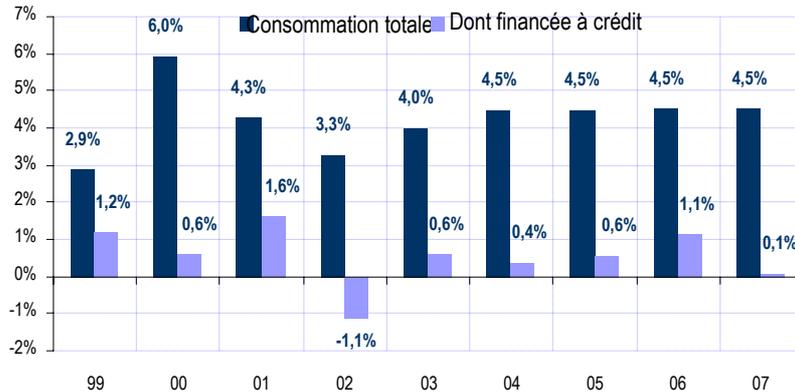
- de lisser les fluctuations de la consommation, et donc de la conjoncture. Les ménages essaient en général de maintenir un rythme de consommation à peu près constant. Mais les évolutions de pouvoir d'achat, elles, peuvent être heurtées, au gré des variations des salaires ou des prix de détail. Les ménages ont alors deux possibilités pour maintenir leurs dépenses : diminuer leurs flux de placement en épargne, ou recourir au crédit à la consommation. Statistiquement, le résultat revient au même, à savoir une baisse du taux d'épargne. Ainsi, les fluctuations de la demande de crédit à la consommation servent à stabiliser la conjoncture économique globale ;
- d'augmenter le niveau de la consommation. À partir du moment où les ménages ont la possibilité de s'endetter au titre du crédit à la consommation, ils peuvent avoir un niveau de dépenses plus élevé que dans une situation où ils n'auraient pas accès au crédit.

La part de la consommation financée à crédit est passée de 7,4 % en 1998 à 9,1 % en 2007, avec un pic à 9,7 % en 2001. Il est possible de calculer la contribution du crédit à la consommation à

la progression annuelle de la consommation en France (cf. graphique ci-dessous). Certaines années (1999, 2001, 2006), plus d'un quart de la croissance des dépenses des ménages peut être expliquée par le crédit à la consommation.

Croissance de la consommation des ménages et contribution du crédit à la consommation

(en pourcentage du total de la croissance annuelle de la consommation)



Sources : INSEE, Commission bancaire, Asterès

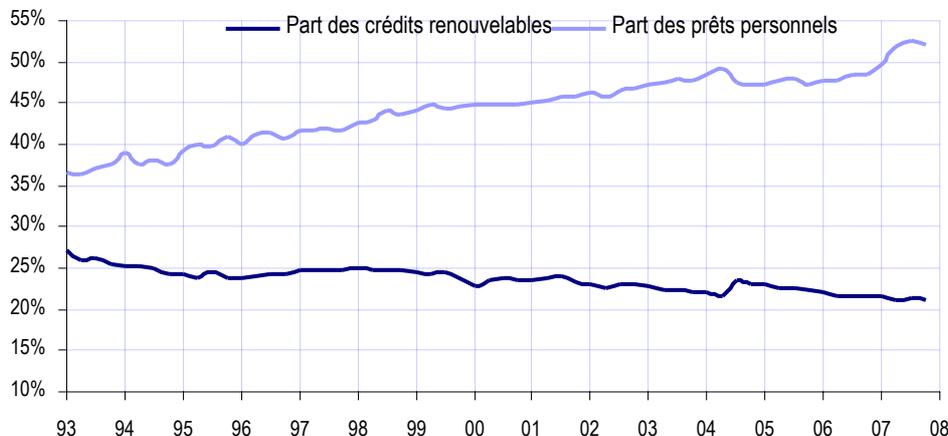
En 2007, la consommation des ménages en valeur s'est accrue de 4,5 %. Sur ces 4,5 %, 0,1 point émanait de la consommation financée par le recours au crédit à la consommation.

2.1.2. Le crédit renouvelable en France

Selon les données de la Banque de France, la part de l'encours de crédit renouvelable dans le total du crédit à la consommation a perdu 6 points entre 1998 et 2007, passant de 27 % à 21 %. Cette baisse s'est faite en grande partie au profit du prêt personnel.

Part du crédit renouvelable et du prêt personnel dans l'encours total de crédit à la consommation

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



Sources : Banque de France, calculs Asterès

Ce constat s'applique notamment aux établissements de crédit spécialisés (cf. chapitre 12.1). Après une période de forte montée en puissance du produit (du milieu des années quatre-vingt au milieu des années quatre-vingt dix, la part du crédit renouvelable dans le total de l'encours géré par les établissements membres de l'Association des sociétés financières a décliné (plus de 5 points de baisse entre 1997 et 2007).

Ainsi, contrairement à un sentiment assez largement répandu chez les consommateurs, le crédit renouvelable est un mode de financement en perte de vitesse au bénéfice de produits souvent moins sophistiqués et affichant un TEG plus faible (mais réservé à des crédits d'encours plus importants), comme les prêts personnels, y compris les rachats de crédits.

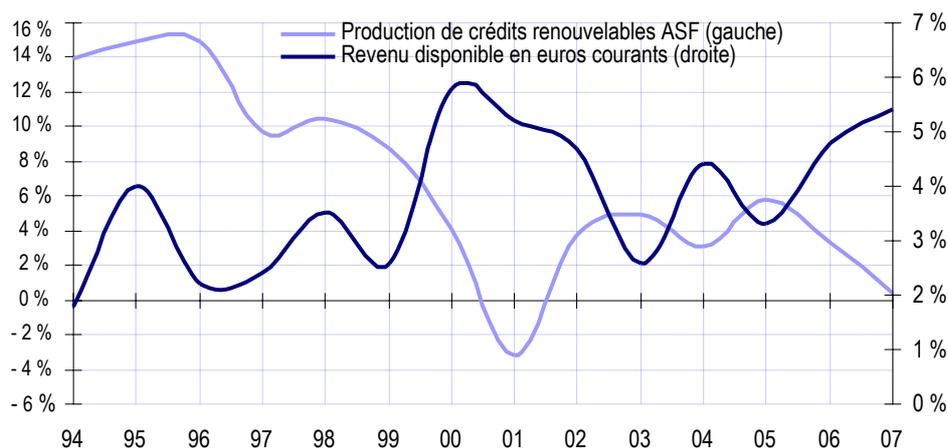
Les statistiques de la Commission bancaire, qui englobent la totalité du marché, sont disponibles depuis seulement 1998. Elles permettent de faire les observations suivantes : d'une part, la part de la consommation des ménages financée par du crédit renouvelable est faible (1,9 % en 2007 avec un pic à 2,2 % en 2000 et 2004). D'autre part, celle-ci recule depuis 2005. Au-delà des fluctuations conjoncturelles, deux évolutions tendancielle sont observées. En considérant le seul périmètre des établissements de crédit spécialisés, entre 1985 et la fin des années quatre-vingt dix, la part des dépenses financées par du crédit renouvelable a progressé, passant de 0,4 % à 1,9 %. Cette hausse tendancielle s'explique par l'émergence d'une offre de la part des établissements de crédit spécialisés, puis de sa diffusion. Depuis, cette part s'est effritée pour tomber à 1,6 % en 2007.

2.1.3. Le crédit renouvelable : un substitut à la baisse de pouvoir d'achat ?

Nous avons testé la corrélation entre la production de crédits renouvelables des établissements de crédit spécialisés (cf. données ASF, les seules disponibles sur une période de temps suffisamment longue) et le revenu disponible des ménages en euros courants, le pouvoir d'achat du revenu disponible, le salaire de base en euros courants et le pouvoir d'achat du salaire de base. Il apparaît qu'une corrélation inverse très nette existe entre, d'un côté la production de crédits renouvelables par les établissements de crédit spécialisés, et, de l'autre, les variations annuelles du revenu disponible en euros courants. Ce point est illustré par le graphique suivant.

Production de crédits renouvelables des établissements de crédit spécialisés et revenu disponible des ménages

(taux de croissance annuels en pourcentage)



Sources : INSEE, ASF

On distingue essentiellement trois périodes. La période 1996-2001 fait ressortir une décélération forte de la croissance de la production de crédits renouvelables (et même une baisse en 2001). Cette période correspond à des gains annuels de revenus très importants culminant en 2001 avec une croissance de 5,2 %. La deuxième période couvre les années 2002-2005. La croissance

annuelle du revenu disponible est moins forte (comprise entre 2,6 % et 4,7 %). La production de crédits renouvelables accélère de nouveau, atteignant un sommet de croissance en 2005 (+5,8 %). Dernière période : 2006-2007. Le revenu disponible connaît une grande progression sous l'effet du dynamisme du marché du travail. La production de crédits renouvelables décélère et ne progresse même quasiment pas en 2007.

Le rôle contracyclique du crédit renouvelable sur la conjoncture économique globale apparaît donc nettement. Même si ce rôle n'est quantitativement pas très important du fait de la modicité des montants en jeu, il n'en est pas moins réel. En se substituant au revenu des ménages quand celui-ci décélère, le crédit renouvelable lisse les fluctuations de la consommation. Sans son apport, les mouvements conjoncturels de l'économie française seraient plus heurtés. À l'inverse, sa plus grande diffusion accroîtrait son rôle de stabilisateur, même si une analyse rigoureuse doit également prendre en compte les coûts éventuels pour la société d'un recours accru au crédit renouvelable, et pas seulement ses avantages.

2.2. Les chiffres-clés de l'activité de crédit renouvelable en 2007

2.2.1. Les comptes de crédit renouvelable à fin 2007

Le nombre de comptes de crédit renouvelable actifs à fin 2007

Le nombre total de comptes de crédit renouvelable ouverts et déclarés³ à fin 2007 par les prêteurs était de 43,2 millions d'unités. Le taux de comptes actifs⁴ est de 46 %⁵, soit un nombre de comptes de crédit renouvelable actifs de 20 millions d'unités.

Plus des trois quarts des comptes ouverts sont utilisés avec une carte privative (prédominance des distributeurs au sens large), 13,8 % sans carte et 10,4 % avec une carte bancaire. Ce dernier chiffre pourrait connaître une croissance significative dans les prochaines années compte tenu des projets aboutis ou en cours d'étude de grands groupes bancaires visant à généraliser des cartes débit / crédit (paiement au comptant, paiement à débit différé, paiement à crédit) à leur clientèle.

L'ancienneté du portefeuille de comptes de crédit renouvelable à fin 2007 (cf. chapitre 12.2)

Le portefeuille de comptes de crédit renouvelable est globalement ancien. Plus de 50 % des comptes encore ouverts à fin 2007 étaient ouverts depuis plus de 5 ans, et près des deux tiers depuis plus de 3 ans. Ces chiffres tiennent compte des fermetures liées à l'application de la loi Chatel.

Le nombre de comptes de crédit renouvelable actifs par ménage à fin 2007

Il n'existe pas à ce jour en France de statistiques officielles donnant le nombre de comptes actifs de crédit renouvelable par ménage détenteur d'un compte de crédit renouvelable en cours de remboursement, ni de bases de données consolidées recensant l'ensemble de ces crédits. Pour ce faire, nous avons exploité les réponses des prêteurs à nos deux questionnaires, utilisé des études disponibles (ex. enquête TNS Sofres de l'ASF sur les français et le crédit à la consommation en 2007) et procédé à des estimations qui donnent une fourchette haute :

- Une étude réalisée par LaSer Cofinoga précise que le nombre de ménages qui déclarent rembourser un crédit renouvelable est de 9 %⁶ (soit 2,3 millions de foyers au total). Le nombre moyen de comptes actifs de crédit renouvelable serait alors de 8 pour ces foyers français.

³ Ce chiffre couvre 99,7 % du marché français du crédit renouvelable.

⁴ Par comptes actifs, on entend les comptes de crédit renouvelable qui génèrent le paiement d'intérêts (ou agios).

⁵ L'indice de représentativité est égal à 81 %.

⁶ Source : LaSer Cofinoga

- Ce chiffre est cohérent avec ceux publiés par l’ASF qui précisent que 8 % des Français de plus de 18 ans possèdent un compte de crédit renouvelable.

Après comparaison avec ceux communiqués par la Banque de France sur le surendettement ⁷, ces chiffres doivent être interprétés avec prudence. Quoiqu’il en soit, ces chiffres sont significatifs. Ils montrent que le crédit renouvelable est un phénomène de masse sur un nombre réduit de ménages. Les mesures qui toucheraient le crédit renouvelable impacteraient une partie plus importante des ménages français (ceux qui utilisent la fonction paiement ou les services proposés).

2.2.2. Les ouvertures de comptes de crédit renouvelable en 2007

En 2007, il y a eu 10 millions de demandes d’ouverture de comptes de crédit renouvelable et 5,5 millions d’ouvertures. Les taux d’ouverture moyen en 2007 (ratio entre le nombre d’ouvertures effectives et le nombre de demandes d’ouvertures de compte de crédit renouvelable) est donc de 55 % pour notre échantillon. Ce taux est de 64 % pour les banques, soit un taux supérieur de 10 points à celui des établissements de crédit spécialisés (cf. chapitre 12.3). Cet écart peut s’expliquer par le fait que les banques détiennent les comptes bancaires et ont une meilleure connaissance du comportement bancaire des emprunteurs.

Les taux d’ouverture augmentent avec les déciles de revenu disponible (cf. tableau ci-dessous) : de 51 % pour le décile 1 à 70 % pour le centile 95 pour les banques, et de 27 % pour le décile 1 à 69 % pour le centile 95 pour les établissements de crédit spécialisés. Ils progressent de manière plus marquée pour les établissements de crédit spécialisés, alors qu’ils varient peu pour les banques à partir du décile 3.

Décomposition des revenus disponibles annuels	
Catégorie	Tranche de revenu disponible annuel
Décile 1	Inférieur ou égal à 11 477 €
Décile 2	Entre 11 478 € et 14 408 €
Décile 3	Entre 14 409 € et 17 581 €
Décile 4	Entre 17 582 € et 20 942 €
Décile 5	Entre 20 943 € et 24 599 €
Décile 6	Entre 24 600 € et 28 623 €
Décile 7	Entre 28 624 € et 33 171 €
Décile 8	Entre 33 172 € et 39 356 €
Décile 9	Entre 39 357 € et 49 554 €
Centile 95	Entre 49 555 € et 62 095 €
Dernière catégorie	À partir de 62 096 €

Source pour les déciles de revenu disponible annuel : INSEE à partir de données 2004

Les taux de refus ⁸ et de demandes sans suite ⁹ sont, dans le même temps, pour notre échantillon, respectivement de 20 % et 25 %. Les dérogations (ou refus repris) représentent 2 % des ouvertures en 2007.

⁷ 85,5 % des dossiers en surendettement en 2007 comportent au moins un compte de crédit renouvelable. La moyenne de comptes de crédit renouvelable pour ces dossiers est de 5 unités.

⁸ Les refus correspondent à des demandes d’ouverture de compte de crédit renouvelable non acceptées par le prêteur.

2.3. Les acteurs en France

2.3.1. Les deux grandes familles d'acteurs sur le marché du crédit renouvelable

Nous distinguons deux grandes familles d'acteurs : les établissements de crédit (banques, établissements de crédit spécialisés) et les entreprises du commerce et de la distribution.

Les entreprises du commerce et de la distribution qui ont une activité significative ont créé une société commune avec un établissement de crédit spécialisé (voir le tableau ci-dessous). Les autres ont passé des accords commerciaux de distribution avec ces mêmes acteurs.

Société commune entre des entreprises du commerce et de la distribution, et les établissements de crédits spécialisés			
Entreprises du commerce et de la distribution	Raison sociale de la société commune	Capital détenu	Établissements de crédit spécialisés
Distributeurs à dominante alimentaire			
Auchan	Banque Accord	100 %	
Carrefour	S2P Carrefour	60 %	Cetelem (40 %)
Casino	Banque Casino	60 %	LaSer Cofinoga (40 %)
Distributeurs spécialisés			
But	Fidem	49 %	Cetelem (51 %)
Castorama	Crealfi	49 %	Sofinco (51 %)
Conforama	Facet	0,3 %	Cetelem (99,7 %)
Darty	Menafinance	50 %	Sofinco (50 %)
Décathlon	Alsolia	64 %	Sofinco (36 %)
Ikea	Norrskan	49 %	Cetelem (51 %)
Vente par correspondance			
3 Suisses International	Cofidis S.A.	85 %	Cetelem (15 %)
Camif	C2C	34 %	Cofidis S.A. (66 %)
Quelle	Compagnie De Gestion des Prêts	50 %	LaSer Cofinoga (50 %)
Constructeurs automobile			
PSA	Crédipar	100 %	
Renault	Diac	100 %	

Source : Rapports annuels des entreprises du commerce et de la distribution

Le poids des établissements de crédit spécialisés dans l'activité de crédit renouvelable était de 82 % pour l'encours, et de 86 % pour la production nouvelle sur cette même année. Ces pourcentages avoisineraient les 100 % si l'on prenait comme référence les encours gérés de l'ensemble des établissements de crédit.

⁹ Les « sans suite » correspondent à des demandes d'ouverture de compte de crédit renouvelable acceptées par le prêteur pour lesquels le consommateur n'a pas donné de suite positive.

Encours et production de crédit renouvelable en France à fin 2007

(montants exprimés en milliards d'euros)

Type d'établissement de crédit	Encours		Nouvelle production	
	Montant	Poids	Montant	Poids
Banques	5,9	18,0 %	2,8	14,0 %
Etablissements de crédit spécialisés	14,8	45,4 %	7,9	39,4 %
Etablissements de crédit spécialisés liés à un distributeur	12,0	36,6 %	9,4	46,6 %
TOTAL	32,7	100 %	20,1	100 %

NB1 : Encours hors agios, y compris créances douteuses et litigieuses, provisions non déduites.

NB2 : Les poids des établissements de crédit spécialisés ont été calculés à partir des données issues de l'ASF.

NB3 : Compte tenu de son activité, Cofidis a été regroupé avec les établissements de crédit spécialisés, et non ceux liés à un distributeur.

Sources : Association des sociétés financières (ASF), Commission bancaire, Calculs Athling Management

Les relations entre les banques et les établissements de crédit spécialisés pour cette activité

Notons que les encours de crédit renouvelable de trois groupes bancaires français, à savoir les Banque populaires, les Caisses d'Épargne, la Société générale, sont portés et gérés par des établissements de crédit spécialisés, respectivement Natixis Financement pour les deux premiers établissements et Sogéfinancement pour le troisième. En d'autres termes, les encours sont inscrits dans les bilans des établissements de crédit spécialisés et la banque assure la distribution des crédits renouvelables *via* son réseau commercial.

Les autres groupes bancaires portent leurs encours de crédit renouvelable même s'ils en ont confié la gestion à un établissement de crédit spécialisé : BNP Paribas à Cetelem, le Crédit agricole et LCL à Sofinco. Il reste une exception, à savoir le groupe Crédit mutuel pour lequel les encours sont portés et gérés au sein de chaque fédération.

Relations entre les banques et les établissements de crédit spécialisés concernant le crédit renouvelable

Banques	Qui porte les encours ?	Qui gère les encours ?	Type de partenariat
Banques Populaires	Natixis Financement	Natixis Financement	Co-entreprise avec Cetelem
BNP Paribas	BNP Paribas	Cetelem + BNP Paribas	Sous-traitance
Caisse d'Épargne	Natixis Financement	Natixis Financement	Co-entreprise avec Cetelem
Crédit Agricole	Caisses Régionales	Sofinco + Caisses Régionales	Sous-traitance
Crédit Mutuel	Fédérations Régionales	Fédérations Régionales	
LCL	LCL	Sofinco + LCL	Sous-traitance
Société Générale	Sogefinancement	Sogefinancement + Franfinance	Co-entreprise avec Franfinance

Source : Rapports annuels des entreprises du commerce et de la distribution, Analyses Athling Management

2.3.2. Le rôle du commerce et de la distribution

Les entreprises du commerce et de la distribution (distribution sur le lieu de vente) constituent les canaux principaux d'ouverture de comptes de crédit renouvelable avec près de 54 % des comptes ouverts en 2007 (cf. chapitres 12.4 et 12.5). Elles recouvrent la distribution sur le lieu de vente, qu'il s'agisse des grands magasins, des magasins spécialisés (amélioration de l'habitat, équipement des ménages) ou des hypermarchés. Viennent ensuite le courrier et le téléphone avec 23 % des ouvertures en 2007, puis l'agence bancaire avec 14 % et Internet avec 4 %.

Après exploitation des données transmises par les prêteurs et entretiens avec les distributeurs, il s'avère que le crédit renouvelable est indispensable au développement de ces secteurs d'activité (cf. chapitre 12.6). La vente par correspondance (VPC) est le secteur le plus dépendant puisque près de 40 % de son chiffre d'affaires sont réalisés à partir d'un achat financé par un crédit renouvelable. À l'opposé, la contribution du crédit renouvelable dans le chiffre d'affaires des hypermarchés est inférieure à 5 %. En plus de la fonction de crédit, tous les distributeurs et les prêteurs insistent sur les avantages pour les clients finals *via* des programmes de fidélité très élaborés et sur la fonction de paiement simple des cartes associées aux comptes de crédit renouvelable. En règle générale, la clientèle qui recourt au crédit renouvelable est plus fidèle, et moins risquée. C'est aussi celle dont le « panier » moyen est le plus élevé. Concernant la distribution spécialisée ou les grands magasins, le recours au crédit affecté est plus élevé, mais la contribution du crédit renouvelable au chiffre d'affaires se situe entre 10 % et 12 %.

2.3.3. Un zoom sur les établissements de crédit spécialisés français

L'ASF recense 44 établissements de crédit spécialisés ayant eu une activité en 2007 en matière de crédit renouvelable. Les effectifs de ces établissements vont de plusieurs centaines de collaborateurs à plusieurs milliers. La cartographie des participations (cf. chapitres 12.7 et 12.8) montre l'existence de 4 grands pôles, regroupant 35 sociétés financières ou participations (soit 80 % des établissements de crédit spécialisés en nombre) :

- BNP Paribas avec Cetelem et LaSer Cofinoga, soit 20 sociétés financières ou participations (en incluant S2P, filiale commune entre Cetelem et le groupe Carrefour, et Banque Casino, filiale commune entre LaSer Cofinoga et le groupe Casino, mais hors Cofidis et ses filiales) ;
- Le Crédit agricole avec Sofinco et Finaref, soit 7 sociétés financières ;
- La Société générale avec Franfinance et Sogefinancement, soit 4 sociétés financières ;
- Le groupe 3 Suisses International (3SI) avec Cofidis et Monabanq., soit 4 sociétés financières.

La concentration par groupe d'appartenance

Si l'on ajoute la banque Accord aux quatre pôles identifiés précédemment, la part du nouvel ensemble en termes d'encours gérés en 2007 chez les établissements de crédit spécialisés est égale à 95,9 %. Les deux tiers des encours gérés le sont par une filiale de BNP Paribas ou du Crédit Agricole.

Poids des établissements de crédit spécialisés par groupe d'appartenance économique en 2007

(en millions d'euros)

Groupes d'appartenance	Encours		Nouvelle production	
	Montant	Poids	Montant	Poids
BNP Paribas + Crédit Agricole	18 976	66,5 %	12 082	69,8 %
BNP Paribas + Crédit Agricole + Société Générale + Auchan + 3SI	27 342	95,9 %	16 619	96,0 %
TOTAL des établissements de crédit spécialisés	28 524	100 %	17 303	100 %

NB : L'encours et la production nouvelle de BNP Paribas et du Crédit Agricole ne sont pas pris en compte dans ces tableaux. Le cas de la Société Générale est différent, les encours étant portés par Sogefinancement.

Source : Association des sociétés financières (ASF)

La concentration des établissements de crédit spécialisés sur le crédit renouvelable

Les cinq établissements de crédit spécialisés qui détiennent les plus gros encours (Cetelem, Cofidis, Finaref, LaSer Cofinoga, Sofinco) représentent 50,8 % de l'encours total des adhérents de l'ASF, et les dix premiers établissements de crédit spécialisés les trois-quarts. Les pourcentages sont comparables pour la production de nouveaux crédits renouvelables en 2007.

Concentration de l'activité de crédit renouvelable chez les établissements de crédit spécialisés en 2007

(en millions d'euros)

Niveau de concentration	Encours		Nouvelle production	
	Montant	Poids	Montant	Poids
Les cinq premiers établissements de crédit spécialisés	14 495	50,8 %	8 093	46,8 %
Les dix premiers établissements de crédit spécialisés	21 250	74,5 %	12 763	73,8 %
TOTAL des établissements de crédit spécialisés	28 524	100 %	17 303	100 %

Source : Association des sociétés financières (ASF)

2.4. La structure de la nouvelle production et des encours en 2007 par type de clientèle

2.4.1. La structure de la nouvelle production 2007

Les types de clientèle

La typologie de clientèle varie selon le positionnement du prêteur et/ou de l'enseigne partenaire dans le cas de la distribution sur le lieu de vente. Le crédit renouvelable est souscrit par toutes les catégories de revenus, mais il s'adresse en particulier aux classes populaires (déciles 2, 3 et 4). Le graphique du chapitre 12.9 montre une sur-représentation des emprunteurs appartenant aux classes populaires (déciles 2, 3 et 4) pour les ouvertures, et une sous-représentation pour le décile 1 et à partir du décile 5. Ce constat est encore plus marqué pour les demandes d'ouverture.

Les emprunteurs dans les déciles de 2, 3 et 4 ont représenté 41,5 % des ouvertures de compte de crédit renouvelable en 2007.

Les montants accordés (ou plafonds) en 2007

Les montants moyens accordés sont relativement faibles. Plus de 50 % de ces montants sont inférieurs à 1 524 euros, et plus de 28 % supérieurs ou égaux à 3 000 euros (cf. chapitre 12.10). Cette répartition par tranche de montant est plus équilibrée pour les banques qui ont tendance à accorder des sommes plus importantes à leur clientèle (cf. chapitre 12.11).

Les établissements de crédit spécialisés ont une approche plus industrielle et plus prudente en termes de plafonds accordés à l'ouverture car ils ont un niveau d'information plus faible sur l'emprunteur que les banquiers détenteurs du compte bancaire où sont domiciliés les salaires. Ils ont tendance à accorder un premier montant « d'entrée » plus faible, quitte à ce qu'il augmente selon le comportement de l'emprunteur. Certains établissements de crédit spécialisés se sont adaptés à la loi Chatel en attribuant une ligne de crédit dont l'utilisation est restreinte pendant les dix premiers mois et en l'ajustant à son niveau contractuel initial ensuite, sous réserve qu'il n'y ait aucun incident de paiement.

Il est à noter que lors de demandes que nous avons formulées *via* Internet, les plafonds accordés étaient supérieurs à la demande de financement initiale.

Si les montants accordés par les banques et les établissements de crédit spécialisés sont identiques pour le premier décile, l'écart se creuse nettement pour les tranches supérieures de décile pour atteindre un facteur multiplicateur de 2,5 pour les revenus les plus hauts (9 697 euros pour les banques contre 3 818 euros pour les établissements de crédit spécialisés, cf. chapitre 12.12). De fait, l'amplitude de l'écart entre le premier décile et les revenus les plus élevés est plus importante pour les banques (x 4,1) que pour les établissements de crédit spécialisés (x 1,6).

L'analyse des tirages en 2007

L'analyse des tirages effectués en 2007 distingue les premiers tirages de la masse totale des tirages. En règle générale, le montant du premier tirage est très nettement supérieur à celui des tirages moyens. Les montants de tirages sont relativement faibles en 2007. Notons que 80,6 % des tirages en 2007 sont inférieurs à 250 euros (cf. chapitre 12.13).

Si un premier tirage sur deux est inférieur à 500 euros (cf. chapitre 12.14), ce chiffre passe à près de 89 % pour l'ensemble des tirages en 2007. Le pourcentage de premiers tirages supérieurs ou égaux à 3 000 euros n'est que de 7,5 %, contre 0,9 % pour l'ensemble des tirages. Les premiers tirages sont souvent liés à des besoins de trésorerie ou à un achat conséquent lors de l'ouverture du compte. Les distributeurs constatent que les montants des tirages suivants sont moins élevés :

- dans la vente par correspondance, les montants moyens d'achat se situent entre 60 euros et 80 euros avec trois à quatre achats par an pour les clients les plus fidèles ;
- dans la distribution spécialisée, les achats autres que les premiers concernent du « petit » mobilier ou du petit matériel blanc / brun à renouveler. Les gros achats ont une durée de vie supérieure à cinq ans, voire plus (ex. cuisine, écran plat, canapé).

2.4.2. La structure de l'encours à fin 2007

L'encours moyen à fin 2007 est de 2 200 euros pour les clients d'une banque et de 1 500 euros pour les clients d'un établissement de crédit spécialisé. Il est, pour les quatre premiers déciles, de l'ordre de 1 500 euros, et passe à 2 000 euros pour les déciles de 5 à 9. L'encours moyen des deux dernières catégories (centile 95 et au-delà) est de 2 500 euros.

L'analyse de la profession du chef de famille est la suivante pour un établissement de crédit spécialisé :

Analyse d'un portefeuille de comptes de crédit renouvelable par catégorie socioprofessionnelle (CSP) en 2007 pour un établissement de crédit spécialisé

(en pourcentage)

Catégories socioprofessionnelles	Répartition de la population française	Répartition des détenteurs d'un compte de crédit renouvelable
Agriculteurs	1,7 %	0,5 %
Artisans / commerçants	4,3 %	4,4 %
Professions intermédiaires	12,9 %	13,6 %
Cadres / professions libérales	10,5 %	8,8 %
Employés	11 %	15 %
Ouvriers	18,8 %	26,7 %
Retraités	36,4 %	26,7 %
Inactifs	4,4 %	4,3 %
TOTAL	100 %	100 %

Source : LaSer Cofinoga

Notons que, pour cet établissement de crédit spécialisé, la part d'employés et d'ouvriers détenteurs d'un compte de crédit renouvelable est nettement supérieure à celle dans la population française. Ce phénomène est inversé pour les agriculteurs et les retraités, et, dans une moindre mesure, pour les cadres et les professions libérales. Toutefois, il apparaît que la catégorie socioprofessionnelle est un critère moins discriminant que le revenu. En outre, selon plusieurs établissements de crédit spécialisés, plus de 60 % des utilisateurs seraient des femmes.

2.5. Recommandations

Proposition N° 01 : Disposer de statistiques cohérentes sur le crédit renouvelable

- Mettre en cohérence les statistiques du marché du crédit renouvelable collectées par des organismes de référence, comme notamment la Banque de France la Commission bancaire, la Fédération des banques françaises et l'Association des sociétés financières.
 - Les missions de ces organismes sont fondamentalement différentes. Ce qui explique que les besoins en matière de statistiques et les sources de données puissent diverger.
 - Le préalable à ces travaux serait de s'accorder sur les périmètres de collecte, les définitions des données à collecter, les sources de données et les contrôles de cohérence à mettre en place.
- Proposer une harmonisation des statistiques du marché du crédit renouvelable au niveau européen.

3. LES DISPOSITIONS JURIDIQUES ENCADRANT LE CRÉDIT RENOUVELABLE

Selon le Code de la consommation, le crédit à la consommation couvre toute opération de crédit, ainsi que son cautionnement éventuel, consentie à titre habituel, que ce soit à titre gratuit ou onéreux, par toute personne, même non-établissement de crédit, pour financer les besoins d'une activité non professionnelle jusqu'à un montant de 21 500 euros.

Ce chapitre reprend les mesures qui s'appliquent spécifiquement au crédit renouvelable. Les chapitres suivants reprendront en détail chacune de ces dispositions juridiques et préciseront, dans la mesure du possible, leur efficacité dans un souci d'information et de protection du consommateur.

3.1. Le cadre juridique du crédit à la consommation

Considéré comme un crédit à la consommation, le crédit renouvelable s'inscrit dans la réglementation y afférente qui vise une meilleure information et une meilleure protection du consommateur. En particulier,

- la loi du 28 décembre 1966 relative à l'usure, aux prêts d'argent et à certaines opérations de démarchage et de publicité ;
- la loi Scrivener n° 78-22 du 10 janvier 1978 relative à l'information et à la protection des consommateurs, aujourd'hui intégrée sous les articles L.311-1 à L.311-37 du Code de la consommation. Cette loi qui assure un régime protecteur a été renforcée par la loi de mesures urgentes à caractère économique et financier (loi Murcef de 2001) et la loi sur la sécurité financière de 2003 (LSF) ;
- la loi du 5 janvier 1988 interdisant la publicité en faveur d'opérations promotionnelles ;
- la première loi Neiertz du 23 juin 1989 sur la possibilité de remboursement anticipé, sur la définition du régime de publicité pour le crédit (interdiction de la publicité pour le crédit gratuit) et sur les délais de forclusion ;
- la deuxième loi Neiertz du 31 décembre 1989 qui a mis en place une procédure de traitement des situations de surendettement, un volet de prévention régissant notamment la publicité, l'usure (définition d'un nouveau mode de fixation des taux plafonds) et rendant le remboursement anticipé gratuit ;
- la loi Aubry du 29 juillet 1998 relative à la lutte contre les exclusions (modification de la deuxième loi Neiertz permettant dans certains cas l'effacement des dettes) ;
- la loi Murcef du 11 décembre 2001 sur les mesures urgentes à caractère économique et financier visant à renforcer les obligations de transparence à la charge des intermédiaires en opérations de banque lorsqu'ils émettent des offres publicitaires ;
- les décrets n° 2002-927 et n° 2002-928 du 10 juin 2002 transposant la directive 98/7/CE du 16 février 1998 qui modifient le mode de calcul du taux effectif global des crédits à la consommation. Le taux annuel effectif global (TAEG) constitue désormais un taux annuel, à terme échu, exprimé pour cent unités monétaires et selon la méthode d'équivalence ;
- la loi LSF n° 2003-706 de sécurité financière du 1^{er} août 2003 a prévu des dispositions avec pour objectif de prévenir le surendettement (meilleur encadrement de l'information sur le crédit renouvelable par un accroissement des mentions obligatoires) ;
- la loi Chatel n° 2005-67 adoptée le 28 janvier 2005 qui s'intègre au Code de la consommation et

comporte des mesures visant à permettre au consommateur de faire jouer la concurrence lors du renouvellement des contrats de services, à réduire le surendettement en renforçant l'information sur les conditions de souscription à un crédit renouvelable, à informer régulièrement les clients par la mise en place de relevés périodiques et à stimuler la consommation en autorisant la publicité hors des lieux de vente pour les crédits gratuits. Elle soumet le maintien d'un compte de crédit renouvelable devenu inactif depuis plus de trois ans à une démarche volontaire de l'emprunteur pour ne pas le clôturer.

Le crédit à la consommation a fait l'objet de onze lois¹⁰ en moins de vingt ans dont cinq au cours des sept dernières années avec un objectif de protection du consommateur de la part du législateur. Ainsi, du point de vue des prêteurs, s'ajoutent aussi aux freins culturels, les aléas et les nouvelles contraintes réglementaires.

3.2. Les règles spécifiques applicables au contrat de crédit renouvelable

Si le crédit à la consommation apparaît en France comme fortement réglementé comparativement à d'autres pays européens, le législateur a porté une attention toute particulière au crédit renouvelable. Citons, pour les plus récents, les articles suivants du Code de la consommation revus dans le cadre de la loi Chatel :

- l'article L.311-09 sur les conditions d'exécution d'un contrat de crédit renouvelable (conditions de renouvellement du contrat de crédit, information durant l'exécution du contrat)
 - La loi Chatel a renforcé le dispositif protecteur de la loi Neiertz en prévoyant que **la durée du contrat est limitée à un an renouvelable** et que le prêteur **devra informer l'emprunteur, trois mois avant l'échéance de sa date anniversaire, des conditions de reconduction du contrat**, qu'il y ait modification ou non. L'emprunteur a désormais la possibilité de s'opposer au renouvellement de son contrat en retournant un bordereau-réponse annexé aux informations modificatives communiquées par le prêteur, vingt jours avant la date où ces modifications entrent en vigueur.
 - De plus, « **si pendant trois années consécutives**, le contrat d'ouverture de crédit ou tout autre moyen n'ont fait l'objet **d'aucune utilisation**, le prêteur doit adresser à l'emprunteur, à l'échéance de la troisième année, un document annexé aux conditions de cette reconduction. (...) À défaut pour l'emprunteur de retourner ce document, signé et daté, au plus tard vingt jours avant la date d'échéance du contrat, ce dernier est résilié de plein droit. »
- l'article L.311-09-1 **sur l'état actualisé de l'exécution du contrat de crédit délivré mensuellement** par le prêteur à l'emprunteur (relevé de comptes) et sur les informations devant figurer sur cet état.

Notons aussi, que dans le cadre de ses travaux, le CCSF a simplifié et complètement revu en 2006 les modèles types d'offres préalables de crédit qui fixent les mentions devant figurer sur les différentes offres de crédit, et qui s'appuient notamment sur les dispositions législatives codifiées à l'article L.311-10 du Code de la consommation. Le modèle type N° 4 concerne spécifiquement le crédit renouvelable (offre préalable d'ouverture de crédit renouvelable sur un compte spécialement ouvert à cet effet, utilisable par fractions et assortie de moyens d'utilisation du compte).

¹⁰ En comptant la loi du 18 janvier 1992 renforçant la protection des consommateurs, la loi du 8 février 1995, première réforme de la procédure de traitement des situations de surendettement, la procédure de rétablissement personnel intégrée à la loi Borloo (1^{er} août 2003) et la loi de cohésion sociale du 18 janvier 2005 qui modifie les procédures de traitement du surendettement.

3.3. La directive européenne sur le crédit aux consommateurs

Ce chapitre énumère les principaux points à harmoniser et ne peut être considéré comme exhaustif à ce stade. À ce jour, les modalités de la transposition de cette directive ne sont pas tranchées.

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

L'harmonisation est en partie maximale, c'est-à-dire qu'elle s'impose à tous les États membres, notamment pour permettre la comparabilité des offres d'un État à l'autre. Il existe toutefois des domaines où chaque État membre garde la possibilité de fixer des règles plus contraignantes. La transposition de cette directive doit intervenir d'ici mai 2010. Les principaux points harmonisés recouvrent les huit domaines ci-après. Leur transposition soulève un certain nombre de questions s'agissant du crédit renouvelable :

- Les montants des crédits concernés (Article 2)
 - Les montants des crédits concernés sont compris entre 200 euros et 75 000 euros. Les crédits immobiliers, les crédits hypothécaires¹¹, les découverts de moins d'un mois et les crédits gratuits sont exclus de cette directive. La directive ne comporte pas de disposition spécifique au crédit renouvelable. Le crédit lié est défini dans la directive plus largement que le crédit affecté en droit français, ce qui soulève la question de savoir si, et dans quelle mesure, il pourrait recouvrir également le crédit renouvelable. En revanche, le crédit renouvelable ne semble pas pouvoir être considéré comme un crédit à durée indéterminée puisqu'il s'agit d'un contrat d'un an, éventuellement renouvelable.
- La publicité (Article 4)
 - Les informations de base doivent être claires, concises et visibles à l'aide d'un exemple représentatif. Elles concernent, entre autres, le taux annuel effectif global (TAEG), le montant total du crédit, la durée du contrat de crédit et le montant total dû par le consommateur.
- L'information précontractuelle (Articles 5 à 7)
 - Cette directive s'accompagne de la création d'une fiche européenne d'information standardisée afin que le consommateur puisse comparer les offres européennes et effectuer son choix en connaissance de cause. Cette fiche est remise en temps utile et avant que le consommateur ne soit lié par son contrat. Les mentions obligatoires devant figurer sur cette fiche portent, entre autres, sur les caractéristiques du crédit (type, montant total, durée), sur les caractéristiques du taux d'intérêt (type, TAEG, échancier), sur les services associés (souscription éventuelle d'une assurance, ouverture obligatoire ou non d'un compte), sur l'existence ou non d'un délai de rétractation, sur les conséquences d'un retard ou d'un défaut de paiement, et sur les conditions de remboursement anticipé.
 - Le prêteur et, le cas échéant, l'intermédiaire doivent fournir au consommateur les informations adéquates afin que celui-ci soit en mesure de déterminer si le contrat proposé est adapté à ses besoins et à sa situation financière. La transposition de cette disposition devra prendre en compte la jurisprudence de la Cour de Cassation sur le devoir de mise en garde. Son application sur le lieu de vente devra, en outre, être étudiée.

¹¹ Il s'agit de crédits garantis par une hypothèque.

- L'évaluation de la solvabilité du consommateur (Articles 8 et 9)
 - Les États membres doivent veiller à ce que « le prêteur évalue la solvabilité du consommateur à partir d'un nombre suffisant d'informations, fournies, le cas échéant, par ce dernier et, si nécessaire, en consultant la base de données appropriée ». La directive indique, par ailleurs, dans ses considérants, que les prêteurs » devraient être autorisés à utiliser les informations fournies par le consommateur non seulement pendant la préparation du contrat de crédit en question, mais également pendant une relation commerciale de longue date ». Ce qui soulève la question, dans le cadre de la transposition, d'une éventuelle évaluation de la solvabilité de l'emprunteur en cours d'exécution du contrat de crédit renouvelable.
- Le contrat de crédit (Articles 10 à 13)
 - « Les contrats de crédit sont établis sur un support papier ou sur un autre support durable. » . Les mentions obligatoires devant figurer sur les contrats de crédit portent sur les caractéristiques du crédit (type, montant total, durée, bien ou service financé dans le cas d'un crédit lié, le cas échéant conditions de tirage), sur les caractéristiques du taux d'intérêt (type, TAEG, index de référence si nécessaire, échéancier de remboursement, tableau d'amortissement), sur les services éventuels associés (souscription d'une assurance, compte réceptacle des paiements ou des tirages), sur les sûretés éventuellement requises, sur l'existence d'un éventuel délai de rétractation et conditions d'exercice, sur les conséquences d'un retard ou d'un défaut de paiement, et sur les conditions d'exercice d'un éventuel remboursement anticipé. Ces informations devront être articulées avec les modèles types existant d'offres préalables de crédit.
- Les délais de rétractation (Articles 14 et 15)
 - Le délai de rétractation est porté à 14 jours calendaires, contre sept jours actuellement. La directive prévoit toutefois une exception en matière de crédit lié selon laquelle, » si la législation nationale au moment de l'entrée en vigueur de la présente directive dispose déjà qu'aucun fonds ne peut être mis à disposition du consommateur avant l'expiration d'un délai spécifique, les États membres peuvent prévoir, exceptionnellement, que le délai de (quatorze jours) peut être réduit à ce délai spécifique, à la demande expresse du consommateur » . Cette disposition devrait permettre de maintenir le régime français en matière de crédits affectés, qui permet de réduire le délai de rétractation de sept jours à trois jours minimum, lorsque l'emprunteur demande la livraison ou la fourniture immédiate du bien ou de la prestation de service financée par le crédit.
- Les remboursements anticipés (Article 16)
 - Le champ des indemnités de remboursement anticipé évolue sensiblement avec l'augmentation du périmètre de la DCC (montant du crédit passant de 21 500 euros à 75 000 euros). Une indemnité (soit 0,5 %, soit 1 % du crédit faisant l'objet du remboursement) est introduite et pourra être limitée par le États membres aux remboursements anticipés d'un montant supérieurs à un seuil au maximum égal à 10 000 euros. Aucune indemnité n'est due si le remboursement anticipé intervient dans une période pour laquelle le taux débiteur n'est pas fixe. Aucune indemnité de remboursement anticipé n'est actuellement prévue en France pour les crédits à la consommation. Les modalités d'application de ces dispositions au crédit renouvelable devront être étudiées, au regard du fait que ces crédits sont généralement à taux révisables.
- Les intermédiaires de crédit (Article 20)
 - Selon les termes de la directive, un intermédiaire de crédit est une personne physique ou morale qui agit à titre professionnel et rémunéré, et qui présente, prépare la conclusion ou conclut un contrat de crédit avec un consommateur (dans ce dernier cas au nom du prêteur).

À ce titre, il doit mentionner s'il travaille comme mandataire exclusif ou non d'un ou plusieurs prêteurs, ou en qualité de courtier indépendant et, le cas échéant, le montant de la commission payée par le consommateur au titre de la rémunération de ses services, et ce, avant la conclusion du contrat de crédit.

En conclusion, il est à noter que la nouvelle directive européenne sur le crédit à la consommation (et donc sur le crédit renouvelable), dont la gestation a été particulièrement longue et difficile, réalise une harmonisation qui reprend très largement les règles en vigueur en la matière en France. Elle en modifie cependant des règles telles que celles liées à l'information précontractuelle, au délai de rétractation et aux remboursements anticipés. Le champ d'application de cette protection est considérablement étendu, les crédits à la consommation étant désormais couverts jusqu'à 75 000 euros au lieu de 21 500 euros jusqu'à présent.

3.4. Recommandations

Proposition N° 02 : Revoir le dispositif juridique relatif au crédit à la consommation à l'occasion de la transposition de la DCC dans un objectif d'allègement et de simplification

- L'ensemble du dispositif réglementaire sur le crédit à la consommation devra être revu dans le cadre de la transposition de la DCC. Cette directive doit entrer en vigueur en France au plus tard en mai 2010. Si des propositions concernant le crédit renouvelable étaient retenues dans le cadre de cette étude, il serait opportun de les inscrire dans le cadre des travaux législatifs et réglementaires de transposition de cette directive.

4. LES OFFRES DES ÉTABLISSEMENTS DE CRÉDIT

4.1. Les offres proposées par les établissements de crédit

La comparaison des offres des établissements de crédit en matière de crédit renouvelable est délicate, même si les principes généraux de fonctionnement des comptes sont proches. Les tranches d'encours retenues, les montants minimaux des mensualités et les règles de calcul des mensualités diffèrent d'un prêteur à l'autre.

4.1.1. Les offres des banques

En règle générale, les banques proposent des crédits renouvelables jusqu'à 21 500 euros avec une carte bancaire.

Offres de crédit renouvelable des banques étudiées				
<i>(données 2008)</i>				
Banques	Nom du produit	Plafond	TEG contractuel	Cotisation annuelle carte
BNP Paribas	Provisio	jusqu'à 21 500 €	12,90 % - 18,90 %	24 €
LCL	Solution Réserve	de 1 000 à 21 500 €	10,90 % - 16,80 %	16 €
Société Générale	Alterna	jusqu'à 21 500 €	13,65 % - 17,60 %	16 €
Banques Populaires	Créodis	jusqu'à 21 500 €	11,50 % - 17,95 %	17 €
Caisses d'Épargne	Téoz	jusqu'à 10 000 €	16,88 % - 19,24 %	17 €
Crédit Agricole	Open	de 500 à 16 000 €	15,50 %	10 €
Crédit Mutuel	Préférence	de 1 000 à 21 500 €	12,63 % - 18,53 %	10 €

*NB : Le montant de la cotisation annuelle correspond à celui indiqué pour la deuxième année.
Conventions utilisées : Si le montant d'encours maximum n'est pas précisé dans les supports publicitaires, nous avons retenu par défaut 21 500 €.*

Sources : Documents transmis par les prêteurs, sites Internet, contacts ou visites d'agences bancaires

Dans leurs supports commerciaux, les banques insistent sur la souplesse du produit et sur le caractère non obligatoire des utilisations. La possibilité de remboursement à son rythme est peu mise en avant. Les reports de mensualités sont souvent proposés dans la limite d'un à trois par an. Enfin, les modalités de calcul des mensualités d'une banque sont identiques à celle de l'établissement de crédit spécialisé qui gère son encours.

4.1.2. Les offres des établissements de crédit spécialisés

L'offre est plus diversifiée pour les établissements de crédit spécialisés. La tarification diffère peu pour un même établissement selon le canal de distribution retenu. Notons :

- que les plages de montants accordés sont souvent plus faibles et atteignent rarement 21 500 euros (plutôt entre 4 000 euros et 6 000 euros) ;
- que les taux d'intérêt contractuels proposés sont plus élevés.
 - Les montants accordés et les montants des tirages sont plus faibles chez les établissements de crédit spécialisés. Afin de garantir un niveau de rentabilité minimum, les taux d'intérêt contractuels doivent être plus élevés (cf. chapitre 4.2).

- L'analyse des offres du marché montre que la séparation des taux d'usure à 1 524 euros n'a pas de sens pour le crédit renouvelable. Les changements de taux sont significatifs pour des montants à partir de 5 000 euros (cf. chapitre 12.15).

Offres de crédit renouvelable des établissements de crédit spécialisés étudiées				
<i>(données 2008)</i>				
Établissements de crédit spécialisés	Nom du produit	Plafond	TEG contractuel	Cotisation annuelle carte
Banque Accord	Accord Libre	de 100 à 8 000 €	14,10 % - 19,70 %	-
Banque Casino	Gestion Libre	de 500 à 6 000 €	20,15 %	24 €
CDGP	ExtensiO	jusqu'à 4 000 €	20,46 %	24 €
	Carte Privilège	-	20,46 % - 20,58 %	-
Cetelem	Réserve Instant T	de 500 à 3 000 €	14,10 % - 19,70 %	-
	Réserve Live	de 500 à 10 000 €	20,04 % - 20,59 %	9 € / 19 € / 49 €
Cofidis	Libravou	de 500 à 5 000 €	20,45 %	-
	Flexibilis	de 6 000 à 10 000 €	13,90 %	-
	Projelia	de 11 000 à 20 000 €	10,90 %	-
Crédipar	Compte carte Peugeot	jusqu'à 3 000 €	17,93 % - 18,93 %	Gratuite
C2C	Carte Véronèse	jusqu'à 900 €	20,30 %	-
	Carte Vénécia	de 1 500 à 4 500 €	18,50 % - 19,90 %	28 €
DIAC	Carte bleue Visa Renault	de 1 500 à 5 500 €	15,95 %	15 €
Disponis	Réserve d'argent Disponis	jusqu'à 4 500 €	16,95 % - 19,79 %	24 €
Finaref	Mistral	de 500 à 4 000 €	20,42 % - 20,57 %	-
Franfinance	Réserve Projet	jusqu'à 21 500 €	20,44 % - 20,58 %	-
GE Money Bank	Compte Disponible	de 600 à 6 000 €	17,90 % - 19,60 %	-
Laser Cofinoga	Compte confiance	de 500 à 6 000 €	20,47 %	24 €
Médiatis	Réserve de crédit	de 500 à 10 000 €	18,95 %	-
Monabanq.	Coup Double	de 500 à 5 000 €	15,99 %	22 €
Sofinco	Réserve couleurs	de 500 à 21 500 €	20,20 %	19 € / 49 €
S2P	Crédit Pass	de 300 à 10 000 €	10,99 % - 19,89 %	25 €

*NB : Le montant de la cotisation annuelle correspond à celui indiqué pour la deuxième année.
Conventions utilisées : Si le montant d'encours maximum n'est pas précisé dans les supports publicitaires, nous avons retenu par défaut 21 500 €.*

Source : Documents transmis par les prêteurs, sites Internet, demandes en ligne, supports publicitaires (presse TV), contacts par téléphone

Enfin, les établissements de crédit spécialisés proposent des cartes comme support de paiement, mais aussi pour bénéficier de services complémentaires (ex. places de parking gratuites, points de fidélité donnant droit à des réductions, etc). Elles peuvent être gratuites ou payantes la première année (jusqu'à 49 euros pour des cartes Visa Premier).

4.1.3. Les offres des distributeurs partenaires

Les constats d'ensemble pour les offres des distributeurs partenaires sont similaires à ceux formulés précédemment pour les établissements de crédit spécialisés, mais des différences de

tarification et de plafonds maximums accordés peuvent exister. Le client Internet d'une enseigne partenaire est redirigé très souvent vers le site de l'établissement de crédit spécialisé qui gère le compte de crédit renouvelable.

Offres de crédit renouvelable des enseignes distributrices partenaires étudiées

(données 2008)

Enseignes distributrices (établissement de crédit spécialisé partenaire)	Nom du produit	Plafond	TEG contractuel	Cotisation annuelle carte
But (Cetelem)	BUT	de 800 à 4 500 €	20,47 % - 20,59 %	10 €
Camif (Cofidis)	Carte Véronèse	-	20,30 %	-
Castorama (Sofinco)	L'Atout	de 1 500 à 21 500 €	13,72 % - 18,90 %	9,9 €
Conforama (Cetelem)	Confo3	de 150 à 4 500 €	-	-
Darty (Sofinco)	Réserve de crédit	jusqu'à 21 500 €	17,53 % - 19,95 %	10 €
Décathlon (Sofinco)	Décathlon Alsolia	de 100 à 5 500 €	13,64 % - 18,99 %	6 €
Galerias Lafayette (LaSer Cofinoga)	Galerias Lafayette	jusqu'à 21 500 €	14,50 % - 20,59 %	7 € / 24 €
Ikea (Cetelem)	Crédit IKEA	de 500 à 4 500 €	19,79 %	-
La Redoute (Finaref)	Kangourou	-	-	Gratuite
Les 3 Suisses (Cofidis)	4 Étoiles	de 40 à 2 200 €	20,45 % - 20,55 %	-
Le Printemps (Finaref)	Carte Printemps	jusqu'à 21 500 €	18,79 % - 20,29 %	Gratuite
Quelle (LaSer Cofinoga)	Extensio	de 100 à 6 000 €	20,46 % - 20,58 %	24 €
	Carte Privilège	-	-	Gratuite

NB1 : Le montant de la cotisation annuelle correspond à celui indiqué pour la deuxième année.

NB2 : A noter que l'étude des offres s'est limitée aux sociétés communes entre une entreprise du Commerce et de la Distribution et un établissement de crédit spécialisé.

Conventions utilisées : Si le montant d'encours maximum n'est pas précisé dans les supports publicitaires, nous avons retenu par défaut 21 500 €.

Source : Documents transmis par les prêteurs partenaires, sites Internet, contacts par téléphone

Du fait d'une concurrence accrue et d'un contexte économique peu favorable pour ces enseignes distributrices partenaires, les établissements de crédit spécialisés ont développé des offres incluant la possibilité de recourir à des lignes de crédit avec des caractéristiques financières différentes les unes des autres. Il est fait mention dans ce cadre d'utilisations spéciales (par opposition aux utilisations courantes). Ces utilisations peuvent supporter les opérations promotionnelles des enseignes partenaires de type N fois sans frais ou crédit gratuit. Ces modalités sont indiquées dans le contrat d'origine qui doit distinguer nettement :

- les tirages appelés « utilisations courantes » avec un taux d'intérêt révisable appliqué sur le montant utilisé par client conformément aux conditions générales du compte,
- et les tirages appelés « utilisations spéciales » qui sont soumis à un mode d'amortissement spécifique (souvent amortissable). Le taux d'intérêt est fixe et plus faible que celui du contrat d'origine.

La mensualité globale de l'emprunteur est la somme des mensualités de ses utilisations. Les utilisations spéciales peuvent représenter 25 % de la production annuelle d'un établissement de crédit spécialisé. Les banques n'ont pas recours à ce jour à ce type d'utilisations spéciales.

4.1.4. La souscription des assurances et autres garanties

Le taux de pénétration de l'assurance emprunteur (décès, invalidité, perte d'emploi) est significatif : 77 % pour les banques et 61 % pour les établissements de crédit spécialisés. Au total, deux emprunteurs sur trois ont ouvert un compte de crédit renouvelable avec une assurance emprunteur. Rappelons que cette assurance est facultative pour tous les crédits à la consommation.

Le contenu des garanties varie d'un prêteur à l'autre. Les taux mensuels contractuels sont compris entre 0,22 % et 0,6 % du capital restant dû pour l'emprunteur. Il faut prévoir parfois jusqu'à 0,35 % en supplément pour le co-emprunteur (soit un total de 0,95 % du capital restant dû par mois). Selon nos estimations, le coût annuel de cette assurance est de 110 euros pour les emprunteurs chez un établissement de crédit spécialisé et de 78 euros chez une banque. Ce coût ramené à un équivalent TEG pour les comptes avec assurance représente 7,33 % chez les établissements de crédit spécialisés et 3,59 % chez les banques.

Au-delà des assurances emprunteur classiques, l'emprunteur se voit aussi proposer une assurance des moyens de paiement (lorsqu'il y en a) et, dans le cas d'achat de biens de consommation, des garanties Achats (vol et dommages) ou une extension de garantie.

4.2. Les taux d'intérêt

4.2.1. Les mécanismes de taux d'intérêt appliqués

Les taux d'intérêt contractuels sont révisables pour un crédit renouvelable. Il n'existe pas de taux indexés. Ils sont révisés à l'initiative du prêteur. Les prêteurs mentionnent dans les offres préalables de crédit les conditions de révision. Celles-ci reprennent les dispositions réglementaires qui imposent au prêteur d'informer expressément (par écrit) l'emprunteur de la révision du TEG applicable au contrat en cours moyennant un préavis de 30 jours. Cette information est donnée par le moyen du relevé mensuel imposé par l'article L.311-9 du Code de la consommation. L'emprunteur est libre de la refuser par voie d'écrit adressé en retour au prêteur dans un délai de 30 jours. Dans ce cas, le droit à tirage et l'utilisation du contrat de crédit sont bloqués jusqu'au remboursement intégral du solde débiteur aux conditions, de taux notamment, en vigueur avant la proposition de révision.

Si le taux d'usure de référence baisse à un niveau inférieur au TEG du contrat, le prêteur est tenu d'appliquer cette baisse immédiatement sans obligation de solliciter préalablement l'accord de l'emprunteur.

4.2.2. Les taux d'intérêt contractuels annoncés lors de la souscription

Les taux d'intérêt contractuels sont fonction des montants utilisés. Ils diminuent d'autant plus que le montant demandé est élevé. Les banques pratiquent des taux contractuels en règle générale plus faibles que les établissements de crédit spécialisés. Cet écart est de l'ordre de 2 à 4 points de pourcentage selon les plafonds ou les montants d'encours.

95 % des ouvertures de crédit renouvelable l'ont été avec un taux supérieur à 16 % chez les établissements de crédit spécialisés, contre 58 % chez les banques (cf. chapitre 12.16). Les prêteurs ont confirmé qu'il n'y a pas de tarification différenciée en fonction du niveau de revenu, ou du canal de distribution, comme c'est le cas dans les pays anglo-saxons. Toutefois, dans la mesure où les plafonds accordés par les banques dépendent des revenus de l'emprunteur (cf. chapitre 2.4.1) et que plus le plafond accordé est élevé plus le taux d'intérêt contractuel est faible, il semble que pour ces établissements la tarification soient indirectement fonction du niveau de revenu.

4.2.3. Les taux d'intérêt moyens facturés sur l'année 2007

Le taux d'intérêt moyen sur l'année 2007 effectivement « facturé » à l'emprunteur et hors assurance emprunteur est de l'ordre de 15,64 % (15,92 % pour les établissements de crédit spécialisés contre 14,80 % pour les banques, cf. chapitre 12.17). Ces taux décroissent plus vite en fonction des déciles de revenu pour les banques que pour les établissements de crédit spécialisés.

Taux d'intérêt moyens facturés en 2007 par les établissements de crédit

(en pourcentage)

Type d'établissement de crédit	Taux d'intérêt annuel		
	moyen	le plus faible	le plus élevé
Pour les banques	14,80	12,82	18,51
Pour les établissements de crédit spécialisés	15,92	12,01	19,30

Source : Analyses Athling Management (IR = 71 %)

4.3. Le fonctionnement du compte de crédit renouvelable

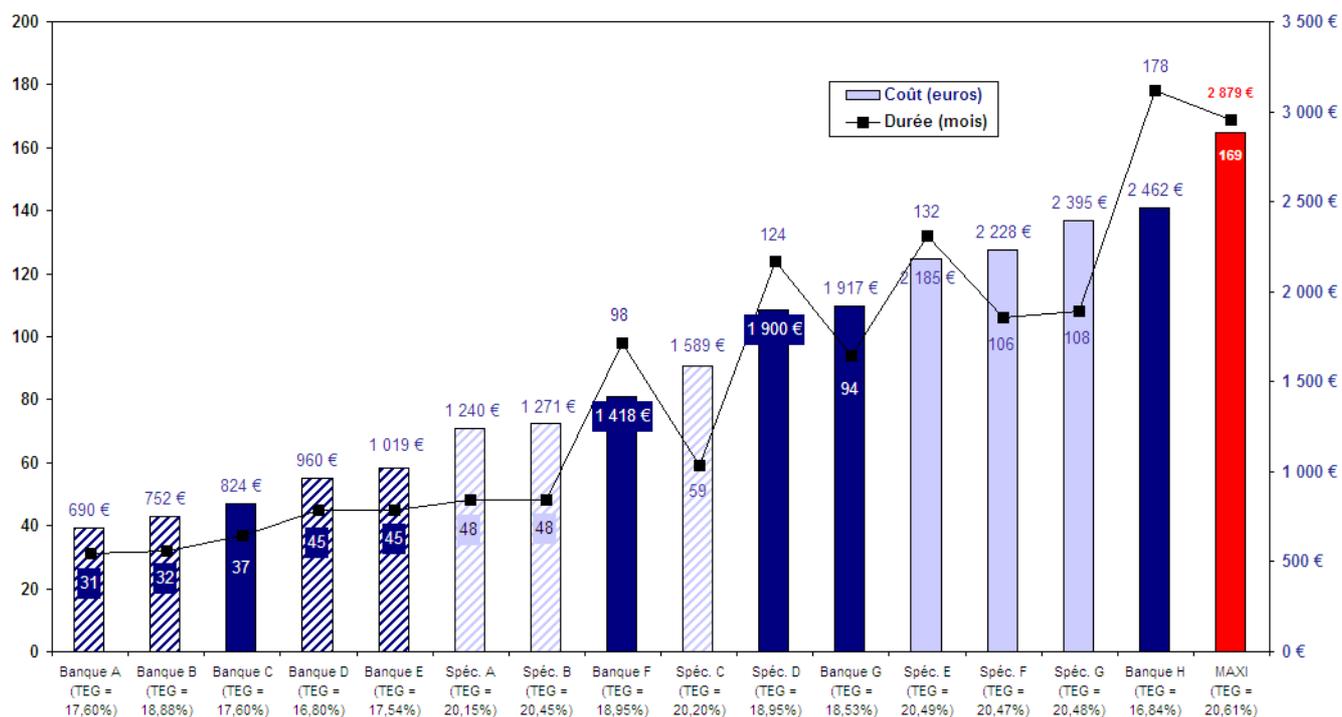
Le taux de rotation de l'encours¹² est plus lent chez les banques que chez les établissements de crédit spécialisés. Exprimé à partir du ratio encours sur production nouvelle, il est de 2 pour les banques (deux ans de production nouvelle pour reconstituer l'encours), et de 1,5 pour les établissements de crédit spécialisés (un an et demi de production nouvelle pour reconstituer l'encours). Ce ratio est de l'ordre de 3,8 pour les prêts à l'habitat. Ce taux montre une plus grande sensibilité des prêteurs sur le marché du crédit renouvelable que sur celui du prêt à l'habitat à la conjoncture ou à des mesures qui auraient un impact direct sur leur activité. Toutefois, cette analyse est trop macroscopique pour émettre une conclusion définitive sur la durée de remboursement d'un crédit renouvelable.

Du fait de la lourdeur d'exploitation exprimée par les prêteurs, nous n'avons pu obtenir les durées effectives de remboursement des comptes actifs. Aussi, afin de donner des éléments objectifs, nous avons réalisé des simulations pour un tirage « pivot » de 3 000 euros à partir des tarifications extraites des sites Internet de quinze prêteurs (hors assurance emprunteur). Nous avons volontairement choisi un montant de tirage élevé afin que nos simulations mettent en évidence l'impact du mode de dégressivité retenu (tranches d'encours, taux de dégressivité indiqué en pourcentage d'encours) sur la durée totale de remboursement et sur le coût total des agios.

La seizième simulation correspond à une dégressivité proposée par des prêteurs anglo-saxons (colonne intitulée MAXI) avec un taux d'intérêt moyen de 20,61 %. Lors de nos entretiens avec les prêteurs, ces derniers nous ont indiqué que ce type de formule de dégressivité (calcul de la mensualité en pourcentage de capital restant dû avec une mensualité minimum) n'était plus appliqué aujourd'hui.

¹² Le taux de rotation de l'encours représente le nombre d'années de production nouvelle en 2007 nécessaires pour reconstituer l'encours à fin 2007.

Simulations réalisées par Athling Management à partir d'un tirage pivot de 3 000 euros



NB : Les barres pleines correspondent à des offres où la mensualité est calculée par tranche d'encours. Les barres hachurées correspondent à des offres où la mensualité est fixe (pourcentage d'encours uniquement).

Source : Sites Internet des prêteurs de l'échantillon retenu

Ces chiffres ont été soumis aux prêteurs concernés. Les écarts constatés sur les montants d'agios sont inférieurs à 2 %, et pour la plupart inférieur à 1 %. Ils sont principalement dus au nombre de jours pris et aux arrondis en compte dans le calcul de la mensualité par les prêteurs. Le TEG indiqué dans le graphique ci-dessus a été recalculé pour tenir compte des dégressivités.

Il ressort de ces simulations les trois points suivants :

- En règle générale, plus les durées de remboursement sont longues, plus les agios sont élevés. Les caractéristiques des tranches d'encours (nombre de tranches d'encours, plage d'encours par tranche, mensualité minimum, taux d'intérêt) jouent un rôle de frein ou d'accélérateur d'amortissement. Les offres avec une mensualité fixe donnent une durée de remboursement et un coût total plus faible que les offres avec des tranches d'encours.
- Les résultats en termes de durée de remboursement et d'agios à régler sont très disparates d'un établissement à l'autre. Les durées de remboursement varient de 2 ans et 6 mois à 14 ans et 10 mois, et les agios à régler par l'emprunteur de 690 euros à près de 2 500 euros.
- Les offres avec un TEG apparemment compétitif ne sont pas toujours celles qui in fine s'avèrent les moins coûteuses pour l'emprunteur. Le mode d'amortissement (dégressivité par tranche d'encours ou montant fixe) et le montant minimum de mensualité sont deux éléments fondamentaux dans le calcul de la mensualité et de ses composantes (capital, intérêt). La comparaison d'offres de crédit renouvelable sur la base du TEG comme seul critère peut conduire à des conclusions erronées.

Ces durées seraient allongées de 25 % à 35 % si l'on prenait en compte une assurance emprunteur mensuelle de 0,5 % du capital restant dû.

4.4. Les niveaux des marges

Nous avons récapitulé dans le tableau ci-dessous deux études de cas fournies par deux établissements de crédit spécialisés. Les approches sont complémentaires.

- **Le cas N° 1** concerne l'acquisition d'un bien d'un montant égal à 600 euros intégralement financés par crédit renouvelable en 12 mensualités (les onze premières de 55,58 euros et la dernière de 49,50 euros) avec un TEG de 20 %.
 - Il ressort que la marge dégagée après impôts sur les sociétés est de 17,27 euros, soit 1,4 euro par mois.

Tableau récapitulatif de la décomposition de la marge dégagée pour le cas N° 1	
<i>(montants exprimés en euros)</i>	
Postes	Montant
+ Montant des intérêts payés par le client	66,96 €
- Frais financiers	13,39 €
- Frais de fonctionnement	21,00 €
- Coût du risque	6,00 €
- Impôts sur les sociétés	9,30 €
Marge dégagée après Impôts sur les sociétés	17,27 €
<i>Source : Étude de cas communiquée par un établissement de crédit spécialisé et reprise telle quelle</i>	

- Les coûts d'acquisition ne sont pas pris en compte dans leur intégralité dans ce cas.
 - Ce montage serait déficitaire si le taux d'intérêt facturés était inférieur à 16 %.
- **Le cas N° 2** a été établi à partir du résultat de gestion d'un établissement de crédit spécialisé dont le portefeuille est composé à 85 % de crédits renouvelables avec un encours moyen de 1 800 euros. Le tableau ci-dessous correspond à la marge dégagée pour 100 euros prêtés pendant un an.
 - Pour 100 euros prêtés, la marge dégagée est de 3 euros, soit pour un compte ayant un encours de 1 800 euros est de 54 euros sur une année ou 4,5 euros par mois.

Tableau récapitulatif de la décomposition de la marge dégagée pour le cas N° 2	
<i>(montants exprimés en euros)</i>	
Postes	Montant
+ Montant des intérêts payés par le client	16 €
- Frais financiers	3 €
- Frais de fonctionnement (yc IS)	7 €
- Coût du risque	3 €
Marge dégagée après Impôts sur les sociétés	3 €
<i>Source : Étude de cas communiquée par un établissement de crédit spécialisé et reprise telle quelle</i>	

Ces chiffres pris unitairement sont faibles. La rentabilité du crédit renouvelable est liée aux réutilisations et à l'adjonction de prestations annexes telles que l'assurance emprunteur.

4.5. Recommandations

Proposition N° 03 : Garantir que le remboursement permette un amortissement minimum du crédit

- Les durées d'amortissement de nos simulations pour un crédit renouvelable de 3 000 euros entièrement débloqué varient de manière significative d'un établissement à l'autre (entre de 2 et 15 ans). Le prêteur responsable doit faire en sorte que le crédit ne devienne pas permanent, ce qui dénaturerait son rôle dans l'économie. Ce point est partagé par les prêteurs avec qui nous en avons discuté.
- L'amortissement du capital est une notion fondamentale. La profession devrait fixer le pourcentage minimal de mensualité affecté au remboursement du capital. Les offres devraient aussi toutes prévoir un montant plancher qui garantisse une durée d'amortissement raisonnable (ou responsable). Ces points ne nous semblent pas devoir faire l'objet d'une réglementation ou d'une loi *ad hoc*, mais plutôt d'une règle de bonne conduite à faire appliquer par les prêteurs. Aucun pays n'a, à notre connaissance, réglementé la tarification de crédit renouvelable de cette manière.

Proposition N° 04 : Revoir les catégories de crédit à la consommation et les règles de calcul du taux d'usure

- Ce point a déjà été abordé dans des études précédentes pilotées par le CCSF. Celui-ci s'est prononcé pour le maintien par la loi du taux d'usure, mais la question de la révision des modalités de calcul avait été posée. Celle de la révision de la définition des catégories de crédit à la consommation pourrait être aussi à nouveau posée. La distinction des taux selon que le montant du crédit est, soit inférieur ou égal, soit supérieur à 1 524 euros, a peu de sens pour les prêteurs. Elle est beaucoup plus marquée pour des montants nettement plus élevés.
- La législation actuelle sur le taux d'usure génère des distorsions importantes dans l'offre de crédit à la consommation. En effet, le coefficient multiplicateur qui fixe le seuil de l'usure par rapport aux taux moyens pratiqués (et qui s'établit en France à 1,33) apparaît relativement faible au regard des standards internationaux. Il empêche souvent certaines catégories de la population, notamment les *near-primes* (par exemple les personnes disposant d'un emploi, mais non salariées), d'accéder à des catégories de crédits comme les prêts personnels. Ces demandes peuvent se trouver redirigées vers des crédits renouvelables, plus onéreux, mais dont les caractéristiques complexes ne correspondent pas forcément à la demande qui s'exprime.
- Il apparaît cependant difficile de remettre en cause l'existence, de par la loi, du taux d'usure en France. Contrairement aux pays anglo-saxons ou scandinaves, la fixation d'un taux maximum n'est pas perçue par le public comme une contrainte au développement de l'offre bancaire, mais plutôt comme un moyen de protéger les consommateurs. Et, à l'inverse de ce que l'on peut observer dans de nombreux pays européens (dont l'Allemagne, principal marché du crédit à la consommation dans l'UE), il n'existe pas de consensus en France entre les établissements de crédit, les associations de consommateurs et les pouvoirs publics pour laisser la jurisprudence estimer à partir de quel seuil un taux d'intérêt est abusif.
- Une orientation possible serait que la loi se réfère à une marge par rapport à un taux de référence sans distinguer les différentes catégories de crédits entre elles. Ainsi, la concurrence pourrait s'exprimer, dans le cadre d'une loi qui préviendrait les abus, mais ne serait pas distorsive par rapport au choix de telle ou telle catégorie de crédit.

5. LA PUBLICITÉ

Les analyses réalisées ci-après s'appuient sur l'examen des supports transmis par les prêteurs, sur des recherches sur les sites Internet de ces établissements, sur l'observation sur des lieux de vente et sur l'étude des publicités présentes dans la presse de TV. Nous n'abordons pas la fréquence de sollicitation des clients via des actions de marketing direct qui sont souvent qualifiées d'agressives par les associations de consommateurs et qui ont fait l'objet de dispositions spécifiques dans la loi de modernisation de l'économie (LME)¹³. Ces travaux n'ont pas été menés dans une logique d'audit ou de contrôles des pratiques actuelles, mais avec pour objectifs de mettre en évidence les améliorations apportées par la réglementation en matière d'information des consommateurs et de préciser les mesures qui iraient dans le sens d'une meilleure lisibilité des publicités sur ce type de produit.

Rappelons que la publicité est strictement encadrée par l'article L.311-4 du Code de la consommation qui impose, quel que soit le type de support de diffusion, une liste précise d'informations obligatoires, ainsi que des contraintes de lisibilité caractérisées notamment par un ordonnancement et une hiérarchisation des informations au regard notamment des polices de caractères utilisées et de leur positionnement dans le message. Ainsi, les informations les plus importantes comme la « nature du crédit » et le « TEG » doivent être indiqués dans le corps principal du texte publicitaire. Doivent aussi être prises en compte les recommandations qui concernent la lisibilité des éventuelles mentions en renvoi par le jeu d'astérisques par exemple. Enfin, signalons que l'ASF mène une réflexion avec des associations de consommateurs sur la définition de règles déontologiques en matière de publicité sur le crédit renouvelable.

5.1. Les moyens et les vecteurs publicitaires utilisés

Les moyens décrits par les prêteurs sont classiques :

- En agence ou sur le lieu de vente : la publicité sur le lieu de vente (PLV) agence ou sur un site Internet, les autres médias des partenaires.
- Pour les autres moyens en marketing direct : les *mailings* sur fichiers internes ou externes, le *e-mailing*, les SMS, la presse (y compris les journaux gratuits) ou l'affichage urbain, les catalogues, la télévision, la radio, les encarts dans les relevés de compte, les dépliants, les appels sortants (plus rare).
- *Via Internet* : achat de mots-clés sur les moteurs de recherches sur Internet, bannières publicitaires sur les sites Internet des partenaires distributeurs...

Il a été fait mention à plusieurs reprises par les associations de consommateurs d'actions commerciales insistantes par téléphone. Les prêteurs soulignent à ce propos que les campagnes d'appels sortants sur fichiers externes sont très peu utilisées du fait d'un rendement très faible. Les relances dont il est question interviennent à la suite d'un premier contact à l'initiative du consommateur et à partir des coordonnées transmises lors d'une simulation ou d'une demande de prêt.

De même, le recours aux imprimés sans adresse (ISA), c'est-à-dire à la distribution dans les boîtes aux lettres de supports publicitaires relatifs au crédit renouvelable ou de demandes de prêt anonymes, a fait l'objet de tests qui se sont révélés non concluants. Cette pratique a été abandonnée par les prêteurs interrogés.

¹³ Modification de l'article L.122-11 du Code de la consommation sur les pratiques commerciales agressives.

5.1.1. Zoom sur la presse de télévision

L'étude de la presse de TV s'est déroulée sur 9 semaines (du 28 avril au 20 juin 2008). Elle a porté sur 7 grands titres (Télé 2 semaines, Télé Poche, TéléZ, TéléStar, TéléCableSat, Télé Loisirs, Télé 7 Jours), 62 magazines de télévision pour un total de 344 publicités sur le crédit. Il y a, en moyenne, entre 5 et 7 publicités sur le crédit par magazine, et entre 2 et 3 publicités sur le crédit renouvelable (près d'une publicité sur deux). Nous avons retenu 28 publicités sur les 167 relatives au crédit renouvelable, les autres faisant doublon avec celles retenues. À noter que 8 prêteurs ont recours à ce type de publicité. Il s'agit uniquement d'établissements de crédit spécialisés.

Les caractéristiques mises en avant sont, par nombre de citations, décroissant : la liberté d'utilisation sans justificatif (75 % des cas), la rapidité de mise à disposition des fonds (68 % des cas), la souplesse de remboursement (29 % des cas) et la simplicité (14 % des cas).

Si l'objectif de cette étude n'est pas de vérifier la conformité des publicités au regard de la réglementation en vigueur, les cinq points suivants ont attiré notre attention :

- Les mentions obligatoires sont présentes. La réglementation française est jugée contraignante par les prêteurs en matière de mentions obligatoires dans les supports publicitaires. Les questionnements portent sur la taille des caractères.

Revue des mentions figurant sur les supports publicitaires		
<i>(documents diffusés en 2007 ou en 2008)</i>		
Items	Critères étudiés	Commentaires
Données générales	Identification du prêteur	<ul style="list-style-type: none"> • Systématiquement renseigné.
	Forme de crédit	<ul style="list-style-type: none"> • Le terme de « réserve » est mis en avant par rapport aux termes de « reconstituable » et « renouvelable ».
	Coût total du crédit	<ul style="list-style-type: none"> • La plupart des établissements ne précisent pas le coût global et mentionnent que le « coût total du crédit dépend de la durée et du montant utilisé ». Cette formulation obligatoire dans les modèles types d'offre préalable de crédit est ambiguë dans ce contexte.
	TEG Annuel	<ul style="list-style-type: none"> • Le TEG annuel est toujours indiqué.
	Mensualité	<ul style="list-style-type: none"> • Le montant des mensualités est toujours indiqué, mais pas sa composition (répartition capital / intérêts).
	Nombre d'échéances	<ul style="list-style-type: none"> • Le nombre d'échéances n'est pas toujours précisé lorsqu'un exemple représentatif est indiqué.
Produits avec report d'échéance	Coût du crédit	<ul style="list-style-type: none"> • La réintégration des intérêts à la suite du report des premières échéances n'est pas toujours précisée.
Produits avec taux promotionnel	Différencier les produits à partir de deux offres distinctes	<ul style="list-style-type: none"> • Dans certains cas, la nécessité de souscrire à deux offres de crédit n'est pas toujours précisée.
Messages véhiculés	Ne pas suggérer que la proposition accorde un crédit immédiatement disponible (...)	<ul style="list-style-type: none"> • La rapidité et la simplicité sont des caractéristiques du produit véhiculées dans les messages publicitaires.
Présentation des informations	Lisibilité et compréhension des informations	<ul style="list-style-type: none"> • Les polices de caractères et les couleurs rendent illisibles les informations réglementaires. Les termes employés sont « complexes » pour les non-initiés au crédit.
<p><i>Source : Étude Athling Management réalisée sur un échantillon de 28 publicités presse de TV différentes entre avril et juin 2008</i></p>		

- Des termes différents sont utilisés pour désigner des notions identiques (lire chapitre 5.2).
- Il y a peu d'informations générales sur le fonctionnement du crédit renouvelable.
 - Seuls deux prêteurs donnent des indications sur la mécanique d'un crédit renouvelable en indiquant au travers des mentions légales que « plus les mensualités sont faibles, plus la durée est longue et le coût du crédit élevé ». Seul un prêteur responsabilise le consommateur en indiquant que le crédit est « un acte réfléchi » et qu'il faut vérifier si le consommateur est « prêt pour un prêt ».
 - Des offres « spéciales » se multiplient dans un contexte fortement concurrentiel pour attirer le consommateur. Quatre publicités sur cinq font mention d'offres spéciales. Il s'agit, le plus souvent, d'un report du règlement des premières mensualités ou d'un taux préférentiel (fixe) sur une période de 3 à 6 mois. La réintégration des intérêts de la période de différé ou le fait qu'il faille signer, dans certains cas, deux offres distinctes en application de l'article L.311.7.1 du Code de la consommation et conformément à l'avis de la DGCCRF ne sont pas toujours précisés. Les interprétations de la réglementation sont parfois différentes d'un prêteur à l'autre pour les offres promotionnelles.
- Il n'est pas possible sur un même média de comparer immédiatement les offres financières de prêteurs différents, sauf à procéder à des simulations financières qui ne sont pas à la portée de tous les consommateurs.
- Des publicités sont parfois illisibles. Les conditions tarifaires sont parfois au même niveau que les mentions légales du prêteur. Les caractères blancs sur fond orange ou vert pâle, ou noir sur fond marron rendent difficiles la lecture de ces informations.

5.1.2. L'action de la direction générale de la Concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)

Ce chapitre reprend le contenu des rapports rédigés par la DGCCRF en 2005 et 2006 à la suite de deux enquêtes réalisées par ses inspecteurs. Ces rapports ne concernent pas uniquement le crédit renouvelable et retracent l'unique point de vue de la DGCCRF. Nous avons souhaité les mentionner pour préciser le résultat des contrôles existants en matière de publicité sur le crédit à la consommation.

Les contrôles de la DGCCRF portent principalement sur quatre points¹⁴. Les publicités :

- « Doivent comporter un certain nombre de mentions obligatoires : identité du prêteur, nature, objet et durée de l'opération de crédit, coût total, taux effectif global annuel (sauf pour les opérations de location avec option d'achat) à l'exclusion de tout autre taux, perceptions forfaitaires, montant en euros des mensualités par échéance (ou moyen de les déterminer), nombre d'échéances pour les opérations à durée déterminée.
- Doivent présenter les informations relatives à la nature de l'opération, à sa durée, au taux effectif global, à la période durant laquelle ce taux s'applique s'il s'agit d'un taux promotionnel, au montant des remboursements par échéance, dans une taille de caractères supérieure ou égale à celle utilisée pour toute autre information relative au financement, et faire figurer ces informations dans le corps principal du texte publicitaire.
- Ne doivent pas comporter d'allégations indiquant que le prêt peut être octroyé sans éléments d'information permettant d'apprécier la situation financière de l'emprunteur ou suggérant que le prêt entraîne une augmentation de ressources ou accorde une réserve automatique d'argent immédiatement disponible sans contrepartie financière identifiable.

¹⁴ Source : Extraits du rapport produit en 2006 par la DGCCRF à la suite d'une enquête nationale relative au contrôle des publicités sur le crédit à la consommation (note du 20 septembre 2006).

- Doivent être présentées sur un support ou document distinct de l'offre préalable de crédit. »

Lors des entretiens avec les prêteurs, nous avons noté qu'il pouvait y avoir plusieurs interprétations de la législation, et notamment que des mentions évidentes pour un crédit amortissable telles que le coût total du crédit le sont moins pour le crédit renouvelable. Par ailleurs, les prêteurs ont souligné que l'appréciation d'un contrôle réalisé par les inspecteurs de la DGCCRF pouvait varier d'un département à l'autre. Précisons toutefois que la DGCCRF a émis une note de service à destination de ses inspecteurs qui décrit clairement les lignes directrices pour l'application des dispositions sur les publicités relatives au crédit.

Ces contrôles sur le crédit à la consommation ont mis en évidence des manquements relatifs à l'accroche des publicités (taux effectif global attractif en très gros caractères avec des conditions très restrictives, taux effectif global attractif qui masquait une autre proposition de crédit renouvelable avec un taux largement supérieur) ou à l'assiette du TEG (coût des cartes associées non pris en compte). » Une très large majorité des infractions relevées constitue des manquements à l'article L.311-4 du Code de la consommation parmi lesquels sont cités :

- le défaut de mentions obligatoires (et notamment le défaut de mention du coût du crédit) ;
- les manquements relatifs à la taille des caractères (très petits caractères parfois illisibles) ou à leur présentation (une procédure a été établie pour une publicité télévisuelle dont le bandeau déroulant ne respectait pas les termes de l'article L.311-4) ;
- l'annonce d'un TAEG erroné ;
- l'annonce d'un taux autre que le TAEG (taux journalier) ;
- l'annonce d'un taux promotionnel sur une période limitée qui, dans les faits, n'est pas pratiqué ;
- le défaut de mention des critères restrictifs du crédit.

(...)

Enfin, à l'occasion du contrôle des publicités ont été relevées les autres infractions suivantes :

(...)

- Infractions à l'article L.311-7-1 pour absence d'offre préalable distincte pour un crédit à taux promotionnel ;
- Infractions à l'article L.311-10 pour défaut de mentions obligatoires sur les offres préalables de crédit. »¹⁵

Ces infractions ne concernent pas exclusivement le crédit renouvelable, mais plus globalement toutes les formes de crédit à la consommation.

5.2. Les termes employés dans les supports publicitaires pour désigner le crédit renouvelable

Différentes expressions sont utilisées pour communiquer sur le crédit renouvelable. Celles qui reviennent le plus souvent sont : solution réserve, réserve de crédit renouvelable, crédit d'un an renouvelable, réserve d'argent, réserve plus, réserve de crédit, compte disponible, crédit reconstituable d'un an renouvelable, etc. Le terme de réserve (d'argent ou de crédit) est préféré au terme de crédit renouvelable dans plus d'une publicité sur deux. On peut comprendre le sentiment de confusion des

¹⁵ Source : Extraits du rapport produit en 2006 par la DGCCRF à la suite d'une enquête nationale relative au contrôle des publicités sur le crédit à la consommation (note du 20 septembre 2006).

consommateurs devant la multiplicité des termes pour désigner une même notion. Ce constat peut être étendu sur les autres termes qualifiant le fonctionnement du compte de crédit renouvelable.

D'autres expressions dans les publicités peuvent aussi prêter à confusion. Celles listées ci-après sont « sorties » de leur contexte et doivent être lues en imaginant le support publicitaire :

- « Vous avez à portée de main une réserve d'argent »,
- « Disposez d'un chèque ou d'un virement sous 48 heures sur simple coup de fil ou d'un simple clic »,
- « Sur simple appel, votre argent est viré sur votre compte en 48 H »,
- « À tout moment, il est possible de retirer de l'argent avec votre carte »,
- « Jusqu'à 5000 euros virés sous 48 H »,
- « Obtention facile et rapide »,
- « Virement express sans avoir à se justifier ».

Soulignons les initiatives d'établissements de crédit spécialisés pour communiquer de manière responsable sur le crédit renouvelable :

- Cetelem a lancé en mai 2008 un site sur le crédit responsable : www.moncreditresponsable.com,
- Cofidis souligne que « souscrire un crédit est un acte réfléchi... ».

5.3. Recommandations

Proposition N° 05 : Élaborer un guide de bonnes pratiques en matière de publicité relative au crédit renouvelable

- Les personnes interrogées (associations de consommateurs, organismes professionnels, pouvoirs publics) ont mis en évidence des dérives en matière de publicité sur le crédit renouvelable. Les messages véhiculés, la présentation des caractéristiques financières des produits, la lisibilité des messages ou l'explication du fonctionnement du compte et du coût du crédit sont critiqués régulièrement. Il est indispensable :
 - qu'un guide de bonnes pratiques soit élaboré sous la responsabilité de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), anciennement le Bureau de vérification de la publicité (BVP)¹⁶ ;
 - que soient précisés par la même occasion ce qui relève de la vérification du respect de ce guide de bonnes pratiques et ce qui relève du contrôle de manquements sanctionnés pénalement.
- Ce guide de bonnes pratiques comporterait des engagements concrets élaborés par les prêteurs et les associations de consommateurs et allant au-delà des dispositions légales en vigueur dans le même esprit que ce qui a été fait par le CCSF en matière de publicité sur les placements. Ces engagements favoriseraient une publicité « responsable » notamment sur les points suivants : les termes employés pour désigner le crédit renouvelable et son mode de fonctionnement, les différentes composantes du coût pour le consommateur dont l'assurance emprunteur, la fréquence des actions marketing...

¹⁶ Cette autorité a vu le jour le 24 juin 2008, pour une mise en place effective au 1^{er} octobre 2008.

Proposition N° 06 : Harmoniser le vocabulaire utilisé en lien avec le crédit renouvelable

- Le sentiment de confusion autour de ce produit de financement est entretenu par la multiplicité des termes employés pour désigner des notions identiques. Ce point est aussi développé dans les chapitres 6 et 7 sur la distribution et la vie du contrat de crédit. Il s'agit d'utiliser un seul et même terme pour une même notion dans toutes les communications, qu'elles émanent des prêteurs ou d'organismes tels que la Banque de France ou la Commission bancaire ou encore des associations de consommateurs. Cela limitera les interprétations erronées ou les mauvaises compréhensions du consommateur.
- Le qualificatif de permanent doit être supprimé au profit de renouvelable lorsqu'il s'agit du crédit. La notion de permanence perd de sa pertinence avec les mesures prises pour la non-reconduction systématique du contrat. De même, le terme de réserve doit être supprimé. La définition à retenir pour le crédit renouvelable pourrait être celle-ci : « Le crédit renouvelable est un crédit à la consommation mis à la disposition de l'emprunteur et qui se renouvelle, dans la limite du plafond fixé, au fil des remboursements. » .

Proposition N° 07 : Donner des éléments factuels de comparaison

- Nous avons vu dans ce chapitre qu'il n'est pas possible de comparer simplement deux offres commerciales de crédit renouvelable sur le seul critère du TEG, ni sans se lancer dans des calculs financiers complexes, et ce malgré les mentions obligatoires. Les prêteurs indiquent parfois un coût total du crédit calculé à partir de montants qui varient de l'un à l'autre. Aussi, nous paraît-il pertinent :
 - de fixer à 1 000 euros¹⁷ le montant du crédit donné comme exemple représentatif dans les publicités (notion de prêt témoin), et d'exprimer le coût du crédit avec assurance emprunteur en plus du coût total sans assurance,
 - d'exprimer le taux de l'assurance emprunteur annualisé et non, comme à l'heure actuelle, comme un taux mensuel. Idem pour les autres accessoires (autres garanties prises comme l'extension de garantie sur des produits électroménagers),
 - d'exprimer la durée totale plus clairement en remplaçant « ... en N mensualités » par « Durée totale : X années et Y mois ».

¹⁷ Un montant plus faible ne permettrait pas d'appréhender l'effet des taux par tranche d'encours et reviendrait à comparer des crédits amortissables entre eux (prééminence du TEG uniquement).

6. LES CONDITIONS DE LA DISTRIBUTION DU CRÉDIT RENEUVELABLE

6.1. La distribution sur le lieu de vente ou en direct

6.1.1. Le rôle des vendeurs et des conseillers financiers

Plus d'une ouverture de compte de crédit renouvelable sur deux est réalisée sur le lieu de vente, c'est-à-dire en dehors des locaux du prêteur ou sans contact direct avec le prêteur, à quelques exceptions près que nous reprendrons ci-après (grands magasins, hypermarchés).

Le processus de vente d'un crédit renouvelable fait l'objet de tensions entre les prêteurs et les associations de consommateurs du fait de l'imbrication forte entre le prêteur et le vendeur, et des interrogations sur l'exercice du devoir de conseil.

Nous avons procédé à des visites sur site dans dix-sept enseignes afin de savoir précisément qui intervient dans le processus de vente et de mesurer le niveau d'expertise des interlocuteurs en magasin ou au téléphone. À la suite de nos visites en magasin et des entretiens avec les prêteurs et les distributeurs partenaires, il ressort les cinq points suivants :

- Si le consommateur est orienté par le vendeur ou le conseiller financier vers tel ou tel produit de financement, il s'agit en général de la formule la plus avantageuse financièrement et la plus simple à expliquer, à savoir les N fois sans frais ou les différés de paiement. Le consommateur est informé dans le même temps des pièces justificatives nécessaires pour constituer le dossier de financement. Les vendeurs ou le personnel à la caisse sont moins à l'aise concernant les crédits renouvelables, leur fonctionnement et leur tarification.
- Il y a une différence très nette en matière de maîtrise du fonctionnement du crédit renouvelable entre les enseignes dont les conseillers financiers sont salariés d'un prêteur (exemple Carrefour, Galeries Lafayette, Printemps) et celles qui ont recours à des vendeurs en magasin ou du personnel en caisse. Dans le premier cas, les consommateurs sont systématiquement reçus dans des espaces dédiés. Le crédit renouvelable nécessite une formation continue. Les formules proposées sont de plus en plus complexes sur le plan financier. À cette complexité, viennent s'ajouter des règles de fonctionnement (ex. remboursement anticipé, révision, clôture de comptes) et une réglementation (ex. loi Chatel) denses qui ne sont jamais abordées. Les conseillers financiers ont été en mesure de répondre à nos questions ou de trouver les réponses lors de l'entretien. Ce ne fut pas le cas pour les vendeurs ou le personnel en caisse.
- Quel que soit le contexte, les forces de vente des partenaires sont « encadrées » par les logiciels informatiques mis à leur disposition par les prêteurs, que ce soit les outils de simulation, les outils de saisie des informations client ou d'impressions des documents tels que les demandes de crédit ou les offres préalables de crédit.
- La décision d'octroi est prise par le prêteur sur la base des informations collectées en magasin, ou à réception des pièces demandées au consommateur et transmises par le magasin ou par le consommateur lui-même. La qualité de la décision dépend de celle des informations obtenues du consommateur. Les résultats de notre étude sur les pièces justificatives sont présentés dans le chapitre 6.3.1.
- Les distributeurs partenaires considèrent que le devoir de conseil n'est pas de leur ressort. Il arrive que le vendeur mette en garde le consommateur sur une utilisation excessive du crédit renouvelable.

6.1.2. La rémunération et l'animation des vendeurs et des conseillers financiers

Les pratiques sont différentes entre les banques et les établissements de crédit spécialisés, et, pour les établissements de crédit spécialisés, entre les règles appliquées, d'une part, à leurs propres conseillers financiers et, d'autre part, aux vendeurs ou aux conseillers financiers sur le lieu de vente. Quasiment aucun établissement n'a communiqué sa grille de commissionnement.

Pour les conseillers financiers ou commerciaux des établissements de crédit

En règle générale, il n'y a aucun commissionnement direct. Toutefois, les deux pratiques suivantes existent :

- un commissionnement sur la vente de crédit renouvelable (ouverture de comptes, vente de cartes) au même titre que celle d'autres produits financiers.
 - Le montant de la commission peut être fixe et unitaire en fonction du nombre de ventes. Il peut représenter jusqu'à 20 % de la rémunération annuelle dans certains cas. Il peut aussi dépendre de la réalisation d'objectifs fixés. Cette pratique est plus développée chez les banques que chez les établissements de crédit spécialisés.
- l'attribution de points qui donnent droit à des « cadeaux ».

Pour les vendeurs sur le lieu de vente

Le commissionnement par l'établissement de crédit spécialisé est à destination uniquement d'une personne morale (enseigne commerciale, magasin). Sa vocation est de rétribuer l'apport de clientèle de l'enseigne et la constitution du dossier de crédit. Il est calculé sous forme de pourcentage du chiffre d'affaires de crédit généré (ou production financée) ou d'une somme forfaitaire par dossier réalisé ou financé. Ces deux variables peuvent aussi être combinées en fonction des volumes d'activité du partenaire. D'autres assiettes de calcul de commission sont pratiquées comme, par exemple, le montant de la première utilisation. Les commissions en matière de compte de crédit renouvelable sont significativement inférieures à celles pratiquées dans le financement automobile.

Les vendeurs peuvent être parfois animés par des challenges ponctuels. Ces challenges sont limités dans le temps (par exemple, un mois) et en montant. Ils valorisent le crédit pendant la période et se traduisent en points. Les bénéficiaires élus ont accès à un catalogue d'objets et choisissent leurs cadeaux en fonction des points obtenus. Ce type d'animation s'inscrit dans un cadre plus global et vient compléter un dispositif où la formation des vendeurs est un des piliers de la relation commerciale. Cette formation concerne principalement les produits de financement (caractéristiques techniques, argumentaires...) et les procédures administratives et réglementaires (questionnement, pièces administratives à fournir, formalisme des contrats).

Par ailleurs, au niveau des entités sociales, certains accords majeurs bénéficient d'une structure visant à partager la rentabilité de l'activité sous la forme, soit d'une coentreprise, soit d'un compte d'exploitation partagé au sein d'une société en participation (SEP) par exemple.

6.1.3. La formation des vendeurs ou des conseillers commerciaux

Les conseillers commerciaux « internes » des établissements de crédit

Les équipes commerciales internes tiennent des réunions périodiques (journalière, hebdomadaire, mensuelle) permettant d'affiner leurs connaissances sur tous les sujets. Les budgets formation sont très majoritairement à destination des équipes terrain en contact avec les prospects ou les clients. En outre, des parcours de formation sont régulièrement organisés pour tous les collaborateurs (nouveaux ou anciens). Le volume de formation en 2007 a été valorisé à 100 000 heures par un établissement de crédit spécialisé.

Les forces de vente des partenaires

Des établissements de crédit spécialisés ont mis en place, lors de l'agrément d'un apporteur d'affaires, une convention de collaboration qui intègre une annexe sur les règles du prêteur responsable. À chaque nouvel agrément, les vendeurs reçoivent une formation sur le crédit intégrant les règles du prêteur responsable et signent un questionnaire d'évaluation en fin de formation.

Notons l'existence d'inspecteurs commerciaux qui ont pour mission d'assurer la formation et le conseil dans les équipes des magasins partenaires (vendeurs et responsables crédit). Cela représente environ 20 % de leur temps passé. Des outils permettent aux collaborateurs des points de vente de se familiariser avec les techniques et les réglementations liées au crédit renouvelable.

Les points de vente sont suivis par un commercial dédié dont la mission, outre la formation, l'animation des équipes de vente et le développement du chiffre d'affaires crédit, est de surveiller la qualité de la production transmise. À ce titre, une batterie d'indicateurs sur la production réalisée est à sa disposition : taux d'impayés par génération, production compromise, contentieux, etc. Le suivi est centralisé au siège qui déclenche des alertes en cas de dépassement des normes. Un département « fraude » complète souvent le dispositif. Cela permet de revoir la collaboration avec le point de vente ou d'enquêter sur des « irrégularités » de certains vendeurs au sein du point de vente.

6.1.4. La distinction entre prêt personnel, crédit affecté et crédit renouvelable

Pour les établissements de crédit distribuant les trois formes de crédit (crédit renouvelable, crédit affecté, prêt personnel), il se dégage un consensus sur les règles retenues pour proposer un type de crédit. Les « critères d'aiguillage » sont, le plus souvent, le montant demandé, la nature du besoin (trésorerie, achat), son caractère plus ou moins abouti, d'éventuels besoins futurs en matière de trésorerie, et le montant de la mensualité (souhaitée par le client) possible. Il ressort des entretiens et des pratiques observées les points suivants :

- pour des besoins de trésorerie :
 - Le crédit renouvelable est proposé pour des montants limités (moins de 6 000 euros). Il s'agit de faire face aux dépenses imprévues ou de s'offrir des coups de cœur, à tout moment, dans la limite d'un plafond autorisé. Le crédit renouvelable est conseillé lorsque le client souhaite disposer d'une ligne de crédit destinée à financer des décalages budgétaires ou un financement de trésorerie en attendant une rentrée d'argent. Pour les banques, il peut être activé dans le cas de dépassement du découvert autorisé sur le compte courant.
 - Le prêt personnel est proposé pour des montants supérieurs et à certains profils de clients. Il correspond à un projet clairement identifié.
 - Pour les besoins de montants intermédiaires, le client choisit en fonction de sa capacité de remboursement mensuelle.
- pour le financement d'un achat :
 - Lorsque le client souhaite une durée courte, il lui sera proposé soit un prêt affecté, soit une utilisation spéciale sur la carte (sur 5, 10 ou 20 mois) à un taux promotionnel ou non. Pour des montants importants (supérieurs à 3 000 euros), un prêt affecté est plus adapté à la protection du consommateur (lien entre le contrat d'achat du bien et le contrat de crédit).
 - En magasin, le choix entre la carte (support de l'utilisation du crédit renouvelable) et le crédit affecté dépend du montant des achats concernés. La carte est plus utilisée pour des petits montants et des achats fréquents de par sa commodité et par le fait que la plupart des établissements offrent l'option de paiement comptant, des points de fidélité et des services comme l'accès gratuit à un parking. À noter que cette option est choisie à 95 % par les clients. Le crédit classique est inadapté à des achats successifs de petits montants parce qu'économiquement non rentable¹⁸.
 - Les points de vente automobiles proposent des crédits affectés pour financer un véhicule. Les clients peuvent se voir proposer, *via* des actions de marketing direct ou en concession, une carte privative de paiement ou bancaire associée à un crédit renouvelable pour financer l'entretien automobile, les réparations, les travaux de carrosserie.

¹⁸ L'économie globale d'un crédit renouvelable est abordée dans le chapitre 4.4.

Le taux n'est pas un critère déterminant pour le choix de telle ou telle formule de crédit pour les établissements de crédit. À l'inverse, le montant demandé et la nature du besoin le sont.

Le crédit renouvelable trouve sa place pour des dépenses ou des besoins de trésorerie d'un montant au plus de 3.000 euros avec une fréquence d'utilisation. Dans ce cadre, et compte tenu de la structure des taux d'usure actuels, la substitution du crédit renouvelable par un prêt personnel amortissable n'est pas une solution viable économiquement pour les prêteurs. Il n'existe pas aujourd'hui d'offres de crédit amortissables de faibles montants. De plus, l'obligation de signer à chaque demande de l'emprunteur, quel que soit le montant, un nouveau contrat alourdirait les démarches administratives et pourrait rebuter les consommateurs. Toutefois, plusieurs prêteurs ont indiqué que si les taux d'usure pour les prêts personnels amortissables pour des montants supérieurs à 1 524 euros étaient relevés, ils seraient en mesure de proposer ce type de formule plutôt qu'un crédit renouvelable.

En tout état de cause, si le crédit renouvelable permet de financer des besoins courants limités et immédiats, il n'est pas adapté pour restructurer l'endettement d'un client ou pour le financement de gros achats. Pour ces deux dernières catégories, le crédit amortissable paraît être la bonne solution. À cet égard, il serait bien de rappeler que, pour financer un bien physique, le crédit affecté offre aux consommateurs une protection nettement supérieure jusqu'à la livraison du bien. Le repositionnement du crédit renouvelable doit aussi s'accompagner de celui des autres formes de crédit à la consommation, en particulier du crédit affecté.

6.2. L'information communiquée aux emprunteurs et aux cautions

6.2.1. L'information sur les conditions des crédits

Les emprunteurs sont informés des conditions des crédits sur les supports publicitaires et sur l'offre préalable de crédit.

L'offre préalable de crédit

L'offre préalable de crédit est très dense puisqu'elle devient contrat après signature du consommateur. Elle est composée de plusieurs feuillets qui portent à la fois sur les conditions contractuelles du crédit renouvelable, mais aussi sur celles des produits connexes proposés tels que l'assurance emprunteur ou la carte bancaire associée.

Les conditions générales relatives au fonctionnement du compte de crédit renouvelable sont souvent inscrites sur une page A4. Les caractères de très petite taille les rendent illisibles. Les mentions obligatoires figurent sur les vingt-deux offres préalables de crédit que nous avons examinées en détail (cf. tableau ci-après). Le modèle type n° 4 d'offre préalable de crédit est utilisé par les prêteurs. Nous n'avons pas noté d'écart sur ce point entre les prêteurs. La difficulté reste pour l'emprunteur de trouver dans ce document des éléments pour comprendre le fonctionnement de son compte de crédit renouvelable. En tout état de cause, les offres préalables de crédit sont appelées à évoluer dans le cadre de la transposition de la directive européenne sur le crédit aux consommateurs (DCC) compte tenu de la mise en place de la fiche européenne d'information standardisée et de la séparation nette entre l'information précontractuelle et le contrat de crédit.

Revue des mentions figurant sur les offres préalables de crédit renouvelable		
Items	Critères étudiés	Commentaires
Mentions obligatoires	Identité du prêteur et de l'emprunteur	<ul style="list-style-type: none"> Ces informations sont toujours présentes sur l'offre préalable de crédit renouvelable.
	Nature et objet du contrat	<ul style="list-style-type: none"> La nature du contrat est indiquée mais pas de façon explicite (cf. les termes employés).
	Montant du crédit (et fraction de disponibilité)	<ul style="list-style-type: none"> Ces informations sont toujours présentes sur l'offre préalable de crédit renouvelable.
	Modalités du contrat	<ul style="list-style-type: none"> Les conditions et modalités de remboursement sont présentes, mais ne permettent pas de comprendre clairement le mode d'amortissement du crédit et le fonctionnement du compte. Les mentions légales relatives aux modalités d'exécution du contrat, au contentieux, aux conditions de fonctionnement du compte sont toujours présentes.
	Conditions de l'assurance	<ul style="list-style-type: none"> Les conditions de souscription de l'assurance sont décrites. Les conditions tarifaires sont décrites sur une périodicité de taux (mensuelle) différente de celle utilisée pour le taux d'intérêt applicable au crédit (annuelle). Dans l'offre préalable de crédit, l'obligation pour le prêteur de distinguer la souscription ou non de l'emprunteur à l'assurance et l'acceptation de l'ensemble des termes avec ou sans souscription à l'assurance n'est pas toujours respectée.
	Coût total ventilé du crédit	<ul style="list-style-type: none"> Le coût total du crédit n'est pas indiqué. Les établissements précisent que le coût du crédit dépend de son utilisation. Cette formulation obligatoire dans les modèles types d'offre préalable de crédit est ambiguë dans ce contexte. Cette formulation obligatoire dans les modèles types d'offre préalable de crédit est ambiguë dans ce contexte.
	TEG du crédit	<ul style="list-style-type: none"> Le TEG du crédit est précisé à travers les grilles tarifaires.
	Total des perceptions forfaitaires demandées en plus des intérêts	<ul style="list-style-type: none"> Les perceptions forfaitaires portent sur l'utilisation d'une carte de paiement et varient en fonction de l'utilisation du client.
Droit de rétractation	Donner à l'emprunteur la possibilité dans un délai de 7 jours de se rétracter en fournissant un formulaire détachable	<ul style="list-style-type: none"> Le bordereau de rétractation est toujours présent.

Source : Étude Athling Management réalisée sur un échantillon de 22 offres préalables transmises par les prêteurs

Nous constatons à nouveau que des termes différents sont utilisés d'un prêteur à l'autre pour désigner des notions identiques ou des principes de fonctionnement similaires. Seul le TEG n'est pas ambigu. Ce produit gagnerait en compréhension si le consommateur pouvait disposer d'une simulation « visuelle » du fonctionnement de son crédit renouvelable.

Vocabulaire employé sur les offres préalables de crédit renouvelable		
Items	Termes employés	Commentaires
Typologie de financement	Compte Crédit renouvelable Ouverture de compte Réserve	<ul style="list-style-type: none"> La typologie du financement n'est pas clairement identifiable en première lecture.
Plafond autorisé	Montant de capital attribué Montant de crédit consenti Montant de découvert maximum autorisé Montant maximum autorisé Réserve disponible	<ul style="list-style-type: none"> Des termes différents pour désigner des notions identiques.
Tranches d'encours pour le calcul des échéances	Autorisation Découvert après utilisation Encours du compte Montant de la réserve Montant du solde dû Montants d'utilisation Solde débiteur Solde débiteur mensuel du compte Tranche de découvert atteint après utilisation Tranche d'utilisation de la réserve	<ul style="list-style-type: none"> Des termes différents pour désigner des notions identiques. Les termes employés sur les grilles tarifaires peuvent différer des termes utilisés dans le détail des conditions tarifaires reprenant les modalités de calcul des échéances.
Modalités de calcul des échéances	Crédit utilisé Découvert effectif du compte Encours atteint Solde dû Solde du compte Sommes (restantes) dues Tranches de découvert Utilisation du compte	

Source : Étude Athling Management réalisée sur un échantillon de 22 offres préalables transmises par les prêteurs

Le contrat de crédit

Lors de la souscription du contrat, les conditions particulières précisent les conditions financières telles que le taux annuel et mensuel (voire journalier), la mensualité, le coût de l'assurance, la date de l'échéance, etc.

Sur le point spécifique de la révision des taux, les modalités de révision sont indiquées à l'emprunteur dans le corps des clauses contractuelles. Il est précisé que le client en est préalablement informé et qu'il a la faculté de refuser les nouvelles conditions de taux ou de remboursement proposées. À titre d'exemple,

– Nouveaux taux sur votre relevé :

- Jusqu'à 1 524 euros de solde dû : 20,57 % par an, soit un taux journalier de 0,05112 % et dès le mois prochain,

- au delà de 1 524 euros de solde dû : 20,42 % par an soit un taux journalier de 0,05079 %. »

Il n'existe pas de formule d'indexation comme pour le crédit immobilier. Les révisions interviennent à l'initiative du prêteur selon les conditions de marché (taux appliqués par la concurrence et positionnement stratégique) et réglementaires (notamment taux d'usure).

6.2.2. L'information après un changement de taux d'intérêt

En matière de crédit renouvelable, les mensualités sont fixes par tranche d'encours. Elles peuvent être revues à la hausse ou à la baisse sous certaines conditions (exemple, pas d'incidents de paiement) jusqu'à un plancher indiqué dans l'offre préalable.

Compte tenu du mécanisme de révision retenu, les clients actifs sont informés à chaque changement de taux *via* le relevé mensuel en vertu de l'article L.311-9-1 du Code de la consommation. Le changement de taux ne modifie pas le montant de la mensualité, mais a un impact sur le coût total du crédit et sur la durée de remboursement. L'application de la modification de taux est immédiate en cas de baisse du taux. En cas de hausse de taux, le client peut la refuser par voie d'écrit adressé en retour au prêteur dans un délai de 30 jours. Dans ce cas, le droit à découvert et l'utilisation du compte de crédit renouvelable sont bloqués jusqu'au remboursement intégral du solde débiteur aux conditions, de taux notamment, en vigueur avant la proposition de révision.

6.2.3. L'information des cautions

Les prêteurs ne demandent pas de caution personnelle et solidaire dans le cadre de la souscription d'un crédit renouvelable. Les emprunteurs ont recours à la présence d'un co-emprunteur qui se limite au cadre familial (conjoint ou concubin). 14 % des comptes de crédit renouvelable ont été ouverts avec un co-emprunteur en 2007. L'engagement du co-emprunteur est identique à celui de l'emprunteur. Il se voit communiquer les mêmes informations que l'emprunteur et un exemplaire du contrat de prêt lui est destiné pour signature.

6.3. Le processus d'octroi

Les trois phases suivantes du processus d'octroi sont traitées dans ce chapitre : l'étude des documents transmis par le demandeur, la consultation des fichiers publics et l'utilisation de systèmes d'aide à la décision (méthode des scores).

6.3.1. L'étude des informations provenant du consommateur

Les pratiques sont différentes d'un établissement à l'autre. Les documents demandés peuvent être fonction du type de client (existant, prospect), du type de formule proposée (selon les enseignes partenaires) et du montant demandé. Nous avons étudié les pratiques de vingt établissements de crédit et de dix-sept distributeurs.

Les justificatifs qui sont généralement demandés lors de l'octroi concernent l'identité du demandeur (exemple, carte nationale d'identité) et, le cas échéant, celle du co-emprunteur, le domicile (facture téléphone fixe, quittance EDF, quittance eau, loyer), les revenus (bulletin de salaire, justificatif de retraite, avis d'imposition, pension d'invalidité) et la domiciliation bancaire (relevé d'identité bancaire). Le nombre de bulletins de salaire peut varier d'un (celui du dernier mois) à trois (ceux des trois derniers mois) selon les pratiques du prêteur en fonction du montant demandé. Dans tous les cas, ils doivent être datés de moins de trois mois. Ces documents ne sont pas toujours demandés pour des clients déjà connus.

Ces informations sont intégrées dans les systèmes d'aide à la décision pour permettre un calcul de probabilité de bon déroulement ou de risque sur la base d'un score, de l'endettement et de l'inscription ou non de l'emprunteur dans les fichiers publics (cf. chapitre 6.3.2). Lors de la souscription sur le lieu de vente, la vérification des justificatifs d'identité et de domicile est réalisée sur place. La matérialité de ces contrôles est effectuée par les *back-offices* commerciaux. Des contrôles

plus poussés sur les documents les plus complexes sont réalisés chez le prêteur (par exemple les justificatifs de revenus).

Pour les ouvertures de crédits renouvelables assortis de cartes dans les grands magasins, les revenus et les charges sont déclaratifs.

Pièces justificatives demandées pour la souscription d'un crédit renouvelable				
Pièces justificatives demandées	Nombre de demandes formulées		Total	
	Par les établissements de crédit	Sur le lieu de vente	En nombre	En pourcentage
Avis d'imposition	2	2	4	8,9
Bulletin(s) de salaire	22	10	32	71,1
Carte bancaire	0	6	6	13,3
Chèque annulé	9	7	16	35,6
Justificatif(s) de domicile	18	15	33	73,3
Pièce d'identité	23	21	44	97,8
Relevé de compte	3	0	3	6,7
Relevé d'identité bancaire	20	20	40	88,9
<i>Nombre de processus testés</i>	24	21		

NB : 45 processus ont été « testés », 24 concernaient les établissements de crédit et 21 les distributeurs.

Source : Étude Athling Management réalisée sur la base des documents transmis par les 15 prêteurs (2 banques et 13 établissements de crédit spécialisés), des 6 demandes en ligne (5 établissements de crédit spécialisés, 1 distributeur), et des 16 visites sur le lieu de vente (16 distributeurs), soit un échantillon de 20 établissements de crédit et de 17 distributeurs (voir chapitre 11.2.3).

Les justificatifs de revenus sont demandés dans neuf cas sur dix chez les établissements de crédit et dans seulement un cas sur deux pour les distributeurs partenaires.

Seuls deux établissements de crédit spécialisés demandent un relevé de compte bancaire pour réaliser l'étude des charges de l'emprunteur. Sur l'ensemble des 37 établissements de crédit et distributeurs partenaires étudiés, seulement trois sont en capacité de calculer le reste à vivre de l'emprunteur sur la base d'informations fiables. En l'absence du relevé de compte bancaire ou d'informations centralisées sur l'endettement des consommateurs, le calcul du reste à vivre ne peut s'effectuer qu'à partir d'informations déclaratives. Ce qui représenterait 95 % des demandes d'ouvertures sur le lieu de vente.

6.3.2. La consultation des fichiers publics (FICP, FCC, autres)

L'ensemble des établissements indiquent consulter dans 100 % des cas pour l'emprunteur et le co-emprunteur le Fichier des incidents de remboursement des crédits aux particuliers (FICP) et, dans la grande majorité des cas, le Fichier central des chèques (FCC). La consultation de ces fichiers publics est une opération majeure du processus d'octroi. Toutefois, nous n'avons pas vérifié l'effectivité de ces procédures de consultation des fichiers publics.

Pour rappel, le FICP a fait l'objet d'une étude spécifique qui dépasse le seul cadre du crédit renouvelable. Des recommandations ont été formulées dans le rapport final. Aussi, nous n'aborderons pas le FICP dans nos travaux, ni dans nos propositions.

Enfin, pour les artisans, commerçants, dirigeants d'entreprise, professions libérales, agriculteurs et représentants de commerce, le fichier FIBEN (fichier des entreprises de la BDF) est également contrôlé.

6.3.3. Les méthodes de scores

L'analyse de risque repose sur l'utilisation d'un moteur de décision (moteur de règles expertes) qui tient compte de différents critères d'appréciation du risque : présence dans un fichier public, endettement, score s'appuyant sur des données saisies lors de l'instruction du dossier. Ce moteur restitue une préconisation, permettant aux prêteurs de prendre leur décision.

Le processus est sensiblement différent selon qu'il s'agisse d'un client connu ou d'un prospect. Dans le cas où le client est connu, le comportement du client est un élément fondamental dans le calcul du score qui peut l'influencer favorablement ou négativement. Le score est avant tout comportemental et s'appuie sur des données permettant de « prédire » le remboursement des échéances. Le score tient notamment compte des caractéristiques de l'opération financée (durée, montant, objet, etc.) et de l'emprunteur (âge, revenus, ancienneté, etc.). À ce titre, les banques disposent d'un avantage certain sur les établissements de crédit spécialisés puisqu'elles ont la capacité d'analyser les flux financiers sur le compte du demandeur.

Le dossier est soumis à un moteur de règles et de calcul de score(s). Des règles d'endettement maximum ainsi qu'un revenu disponible minimum sont indiqués dans le processus d'acceptation.

Les principaux motifs de refus sont : l'inscription dans des fichiers publics (exemple, FICP), le fichage interne (impayés non régularisés sur d'autres comptes), le chômage, une situation de logement précaire (caravane, foyer, hôtel...), l'âge (mineur notamment), le score, des déclarations erronées de la part de l'emprunteur constatées lors de la vérification des justificatifs...

6.4. Recommandations

Proposition N° 08 : Limiter les sollicitations Prospect / Client

- Nous n'avons pas pu mesurer le nombre de sollicitations (action primaire) par adresse. Cette information n'est pas toujours conservée par les prêteurs. Toutefois, il nous paraît opportun de fixer des règles du jeu afin d'éviter le sentiment général de sollicitation permanente qui est pointée du doigt par les associations de consommateurs. Ces règles pourraient porter sur le nombre de courriers et d'appels par trimestre dans des phases d'entrée en contact.
 - Un établissement de crédit spécialisé a fixé comme règles internes :
 - 1) un appel sortant par semestre en proposition de vente sur un même client,
 - 2) un *mailing* Offre par mois sur un client actif.
 - Pour un autre établissement de crédit spécialisé, pas plus d'un *mailing* Offre par trimestre.
- Cette proposition concerne les phases amont ou commerciales. Elle ne prend pas en compte les phases de recouvrement qui donnent aussi lieu à des relances téléphoniques par les prêteurs ou par des établissements spécialisés dans le recouvrement de dettes.

Proposition N° 09 : Mettre en place un cursus de formation au crédit du vendeur en magasin

- Ce point concerne essentiellement le lieu de vente chez les distributeurs. Il est opportun de définir un plan de formation cadre avec délivrance d'une « carte » garantissant que le vendeur a suivi une formation sur les produits financiers, sur la réglementation bancaire française et sur les procédures internes pour proposer au consommateur une formule de crédit en connaissance de cause.

Proposition N° 10 : Prévoir dans le cursus scolaire des enseignements sur la gestion budgétaire

- Le malendettement vient aussi d'une formation insuffisante des consommateurs sur la gestion d'un budget. La facilité d'accès au crédit renouvelable enlève les barrières

psychologiques vis-à-vis du crédit, et insensibilise le consommateur par rapport aux engagements financiers pris et aux risques financiers encourus en cas d'impayé. Le crédit pourrait être assimilé à un service d'abonnement. Les conséquences du non-paiement des mensualités sont sans commune mesure avec celle d'un abonnement de téléphone. La ligne de crédit ne s'arrête pas : la dette ne s'efface pas, mais elle s'augmente des intérêts de retard. Si, aujourd'hui, des cours d'économie sont dispensés au collège et au lycée, il nous paraît indispensable que des cours de gestion budgétaire le soient aussi à partir de cas pratiques et très opérationnels.

- Notons l'initiative « Gérer son budget sans dérapage » auprès des 16–25 ans de l'Union nationale des associations familiales (UNAF) très largement nourrie par le mouvement familial Familles rurales. Cette démarche réalisée avec trois associations de consommateurs (Conseil national des associations familiales laïques (CNAFAL), Confédération syndicale des familles (CSF), Union féminine civique et sociale (UFCS)) a été lancée fin 2003 et étendue à sept autres pays européens. Elle a bénéficié de l'appui de l'ASF et de la DGCCRF, ainsi que du soutien de la Commission européenne et d'EDF.
- Il pourrait aussi être envisagé de mettre à disposition des consommateurs des outils ou calembrettes financières leur permettant de mieux gérer leur budget, et d'avoir conscience de leur reste à vivre et de leur taux d'endettement.

Proposition N° 11 : Disposer d'une fiche récapitulative des conditions financières et des principes de fonctionnement du crédit

- Le crédit renouvelable offre une grande souplesse en matière de remboursement. Toutefois, le consommateur ne dispose d'aucun élément tangible pour construire son plan de remboursement ou d'amortissement, et connaître la durée de son crédit selon les caractéristiques initiales de son contrat. Lors de la signature du contrat, il ne dispose pas non plus d'informations sur le fonctionnement du compte, ni sur les moments-clés (date anniversaire, révision, troisième année d'inactivité).
- Nous proposons que soient jointes au contrat deux pages (recto-verso) à conserver :
 - La première page donne une simulation d'un plan de remboursement type, mettant en valeur le plan d'amortissement et les règles de calcul de la première mensualité (et la décomposition en capital, intérêts et, le cas échéant, l'assurance emprunteur et les autres frais ou accessoires) ;
 - La seconde reprend les points principaux à connaître pour maîtriser l'exécution du contrat (par exemple la reconduction annuelle, la reconduction d'un compte inactif (avec sa définition), la procédure de clôture du compte, la procédure de remboursement anticipé) et des messages qui insistent sur la nécessité pour l'emprunteur de veiller à amortir le capital emprunté, à informer le prêteur d'événements pouvant impacter la capacité de remboursement...
- Cette proposition doit être étudiée dans le cadre de la transposition de la DCC au niveau de l'information précontractuelle et contractuelle.

Propositions complémentaires envisagées

- Étudier la création d'une centrale d'informations positives (inversée) gérée par la Banque de France et consultable par les emprunteurs, voire par les prêteurs
 - Il s'agit de donner aux emprunteurs une vision complète de leurs crédits *via* l'accès à un fichier central. Les prêteurs interrogés reconnaissent avoir des difficultés pour reconstituer l'état d'endettement des consommateurs sur la base de déclaratifs ou des pièces justificatives transmises. Le relevé de compte bancaire est très rarement demandé. Par ailleurs, il apparaît que les consommateurs n'ont pas toujours une connaissance exacte de leur endettement consolidé. Si chaque relevé mensuel

donne une situation « individuelle » de leurs différents contrats de crédit, et sauf à ce qu'ils mettent à jour régulièrement et manuellement un tableau consolidé, ils n'ont pas à leur disposition d'outils fiables, ni d'accès à leur situation consolidée.

- La mise en place d'une base centralisée récapitulant tous les crédits consentis aux particuliers permettrait aux consommateurs de mieux appréhender et de mieux gérer leur endettement. La consultation de cet outil avant de prendre un nouveau financement permettrait que la démarche soit réalisée en connaissance de cause. Il serait pertinent de rendre obligatoire pour le consommateur la présentation d'une fiche de synthèse lors de la souscription.
- Les principes de fonctionnement et les informations à prendre en compte restent à définir avant d'en étudier la faisabilité.
- En parallèle, la question de la mise en place d'un fichier positif est à nouveau posée. Les personnes favorables au fichier positif souhaitent qu'il soit géré par la Banque de France. Le contenu et les modalités d'utilisation restent à définir. L'étude des centrales d'informations européennes pourrait permettre à l'ensemble des acteurs de partir d'un état des lieux factuel et de s'inspirer des pratiques de nos voisins.
- Faire signer un engagement de bonne foi sur le déclaratif et les pièces justificatives fournies.
- Prévoir un principe d'*opt-out* sur les demandes de prêt à propos des sollicitations commerciales après la souscription du crédit.
 - L'accord du consommateur est considéré comme acquis par défaut. Pour ne pas recevoir de messages commerciaux ultérieurement, le consommateur doit cocher une case prévue à cet effet.
 - Si les prêteurs conviennent de règles de bonne conduite en matière de sollicitations commerciales, le principe d'*opt-in* serait trop limitatif pour ce type de crédit et de nature à pénaliser l'activité des établissements de crédit et celle des sociétés de la distribution.
- Clarifier de manière plus explicite, dans leur définition, les règles de recours à telle ou telle formule de crédit à la consommation en fonction des besoins du consommateur.

7. LA VIE DU CONTRAT, LE TRAITEMENT DES INCIDENTS ET LE SURENDETTEMENT

7.1. La gestion des plafonds

7.1.1. Le suivi des utilisations

Les banques déclarent ne pas avoir de suivi spécifique en dehors de celui réalisé sur les comptes à vue, et plus particulièrement sur les dépassements d'autorisations (état quotidien d'alerte).

Concernant les établissements de crédit spécialisés, des outils de suivi et d'alerte sont mis en place (suivi, code alerte, etc.) afin de pouvoir mesurer et contrôler l'évolution du risque sur le portefeuille Client. Conformément au dispositif contractuel, en fonction de différentes situations objectives, le prêteur peut suspendre l'utilisation du crédit préalablement accordé en cas d'impayés non régularisés, d'inscription dans des fichiers publics, ou dans des cas particuliers (information NPAI¹⁹, décès, etc.). Des systèmes experts de notation ont été élaborés pour prévoir et adapter le processus de recouvrement. Ils tiennent notamment compte de la fréquence d'utilisation, des montants des tirages, des remboursements, y compris ceux par anticipation et des éventuels dépassements d'utilisation.

Un processus spécifique permet d'encadrer les ouvertures multiples de dossiers dans une période donnée. Des états quotidiens permettent de maîtriser les encours du client et d'être attentif au nombre de cartes détenues. Une baisse de plafond peut être opérée selon le formalisme requis dans les manuels de procédures. Le dépassement est « techniquement » impossible compte tenu des systèmes informatiques de gestion actuels. Un blocage des tirages est opéré dans les situations d'impayés avérés.

7.1.2. Les procédures de modification du montant autorisé (ou plafond)

Sur 1 000 comptes en 2007, 103 ont fait l'objet d'une augmentation du montant autorisé pour les établissements de crédit spécialisés, contre 20 pour les banques. Sur la même période, les diminutions de montant autorisé ont concerné 3 comptes pour les établissements de crédit spécialisés et 2 pour les banques.

Il ressort des réponses des banques que les propositions d'augmentation des montants autorisés sont généralement à l'initiative des clients, tandis que les établissements de crédit spécialisés sont généralement à l'origine des propositions d'augmentation des montants autorisés. En effet, dans la mesure où le plafond accordé est généralement faible du fait d'un manque d'informations sur le consommateur lors de la prise de décision, l'intérêt du produit réside dans sa réutilisation fréquente sur un plan économique et, aussi, pour reconstituer un historique du comportement de l'emprunteur. Sur la base de ces nouvelles informations, l'établissement de crédit spécialisé est en mesure de proposer ou non une augmentation du plafond. La procédure d'augmentation du plafond se déroule en trois temps :

- La sélection de clients éligibles à partir d'un score de risque spécifique.
- Une proposition est ensuite adressée au client.
- Au retour de l'offre signée, les informations et la complétude du dossier sont vérifiées par une entité *ad hoc*.

¹⁹ NPAI = N'habite pas à l'adresse indiquée.

7.2. Les remboursements et les relevés mensuels

Les mensualités sont remboursées par prélèvement automatique ou par chèque selon les formules proposées. Pour les établissements de crédit spécialisés²⁰, 19 % des opérations en nombre (respectivement 39 % en montant) sur un compte de crédit renouvelable, donnent lieu à un crédit, 49 % à un paiement au comptant (respectivement 26 % en montant) et 32 % à un débit différé (respectivement 35 % en montant). Les banques ayant répondu à cette question indiquent que quasiment 100 % des transactions donnent lieu à un crédit.

Conformément à la réglementation, un relevé mensuel est adressé chaque mois à l'emprunteur. Le format de ce relevé de compte est spécifique à chaque prêteur. L'examen détaillé des relevés mensuels de dix-huit prêteurs²¹ a mis en évidence les trois points suivants :

- L'étude des mentions obligatoires est délicate à mener du fait des interprétations possibles de la réglementation appliquée au crédit renouvelable. La notion de sommes exigibles fait-elle référence à la seule mensualité ? À l'intégralité de la créance du client ? Au seul capital restant dû ? À quelle date ? De même, qu'entend-on par fraction du capital disponible en cas d'impayé ?

Revue des mentions figurant sur les relevés mensuels		
<i>(documents diffusés en 2007 ou en 2008)</i>		
Items	Critères étudiés	Commentaires
Mentions obligatoires	Date d'arrêt du relevé et date du paiement	<ul style="list-style-type: none"> • L'ensemble des dates des mouvements sont présentes sur les relevés. • La période de calcul des intérêts (date de début/date de fin) et le nombre de jours composant cette période (nombre de jours réels ou nombre fixe de jours) ne sont pas toujours clairement spécifiés sur les relevés.
	Fraction du capital disponible	<ul style="list-style-type: none"> • Le capital restant dû est toujours précisé.
	Montant de l'échéance dont part des intérêts	<ul style="list-style-type: none"> • Le montant de l'échéance dont la part des intérêts est précisé dans l'ensemble des cas.
	Taux de la période et taux effectif global	<ul style="list-style-type: none"> • Le taux de la période est indiqué (taux mensuel et/ou taux journalier). Le TEG est rappelé dans les grilles tarifaires.
	Coût de l'assurance	<ul style="list-style-type: none"> • Le coût de l'assurance est toujours indiqué.
	Totalité des sommes exigibles	<ul style="list-style-type: none"> • La totalité des sommes « exigibles » (dette client) est précisée dans un seul relevé. Le terme « exigible » est ambigu.
Droit de suspension	Montant des remboursements déjà effectués depuis le dernier renouvellement avec distinction du capital, intérêt et frais divers	<ul style="list-style-type: none"> • Les sommes versées depuis la date anniversaire du compte ne sont spécifiées que dans la moitié des cas.
	La possibilité pour l'emprunteur de demander à tout moment la réduction du plafond autorisé, la suspension de son droit à l'utiliser, la possibilité de résilier son contrat et celle de payer comptant tout ou partie du montant restant dû	<ul style="list-style-type: none"> • Le droit à la suspension de l'utilisation du compte ou à son remboursement partiel ou total est précisé dans l'ensemble des relevés, mais avec des polices de caractères de petite taille. Un établissement propose un bordereau dédié à la demande de remboursement.
<i>Source : Étude Athling Management réalisée sur un échantillon de 18 relevés mensuels transmis par les prêteurs</i>		

²⁰ L'indice de représentativité est égal à 80 %.

²¹ Les 18 prêteurs sont composés de 5 banques, 8 établissements de crédit spécialisés et de 5 enseignes distributrices partenaires.

En première lecture, les informations liées aux dates (relevé, paiement), aux montants des remboursements déjà effectués ou aux sommes exigibles ne sont pas toujours renseignées sur les relevés mensuels (cf. tableau ci-dessus).

- La lecture des relevés mensuels n'est pas toujours immédiate et est rendue complexe par le nombre d'informations devant y figurer, et ce, même si plus de la moitié des établissements associent aux relevés des guides de lecture. Les informations qui récapitulent le montant des remboursements déjà effectués (en distinguant capital, intérêts et frais divers) depuis le dernier renouvellement, alourdissent la lecture du relevé mensuel et peuvent être mal comprises. Les informations relatives au capital restant dû ou à la « vitesse d'amortissement » du capital emprunté nous semblent plus pertinentes et de nature à attirer la vigilance de l'emprunteur. De plus, le terme de solde dû prête à confusion parce qu'il revêt des significations différentes d'un prêteur à l'autre.

Compte tenu du nombre de comptes de crédit renouvelable détenus par les ménages, il serait opportun que les prêteurs uniformisent les termes employés afin de faciliter la lecture des relevés pour les emprunteurs dans les cas fréquents de multidétention.

Vocabulaire employé sur les relevés mensuels		
<i>(documents diffusés en 2007 ou en 2008)</i>		
Items	Termes employés	Commentaires
Plafond accordé	Autorisé Capital autorisé Crédit total autorisé Découvert autorisé Montant de votre autorisation totale Plafond de votre crédit Réserve Réserve autorisée Réserve d'argent Réserve de crédit Somme totale à disposition	<ul style="list-style-type: none"> • Des termes différents pour désigner des notions identiques.
Montant non débloqué	Ce qu'il vous reste de disponible Crédit disponible Disponible Montant disponible	
Montant de l'encours	Montant utilisé Réserve utilisée Sommes utilisées Vous avez utilisé	
<i>Source : Étude Athling Management réalisée sur un échantillon de 18 relevés mensuels transmis par les prêteurs</i>		

- L'emprunteur dispose de peu (ou pas) d'éléments d'explication pour comprendre le fonctionnement de son crédit et savoir où il en est. Les informations financières sont rappelées quasi-systématiquement (près de 80 % des cas). Les taux d'intérêt sont parfois présentés en journalier et parfois en mensuel. Les taux d'intérêt contractuels par tranche d'encours ne sont pas clairement spécifiés.

7.3. La procédure de recouvrement des impayés

L'objet de l'étude n'était pas de faire un audit, ni une analyse des méthodes de recouvrement amiable ou contentieuse. Notons que deux chartes ont été signées sur le recouvrement amiable, puis sur le contentieux amiable entre les associations de consommateurs et l'ASF. Nous n'avons pas vérifié l'effectivité des mesures préconisées. Par ailleurs, des prêteurs nous ont transmis des chartes de déontologie interne sur ce processus.

Les premières actions de recouvrement sont sensiblement identiques chez les établissements de crédit spécialisés et chez les banques. Les premiers impayés font l'objet d'une représentation automatique si le motif de rejet n'est pas technique (cas d'un rejet pour une erreur dans la domiciliation bancaire de l'emprunteur).

Les délais de gestion et les modalités de récupération du retard de paiement dépendent d'une segmentation, calculée lors du premier impayé, qui détermine le niveau de risque des clients. Cette segmentation s'appuie sur l'analyse de l'historique du comportement de l'utilisation des crédits et de régularité de paiement du client.

85 % des mensualités en nombre ²² appelées en 2007 n'ont connu aucun retard de paiement. 9 % ont connu un retard n'excédant pas 60 jours. En termes de montants, ces pourcentages sont respectivement de 92 % et 3 %. Ces chiffres correspondent aux informations données par les professionnels qui considèrent récupérer 50 % des échéances impayées sous deux mois.

7.4. L'application de la loi Chatel

Les mesures de la loi Chatel relative au crédit renouvelable ont été précisées dans le chapitre 3.2 de ce document. Nous nous attachons ici à relever les éléments qui montrent leur mise en application effective pour ce qui concerne la reconduction des contrats (Article L.311-09).

La mise en œuvre d'une telle mesure est considérée comme « lourde » par les prêteurs. Le coût total du projet est conséquent chez les établissements de crédit spécialisés et a été valorisé entre 2 et 10 millions d'euros par établissement. Les postes de coût les plus importants sont liés aux développements informatiques nécessaires pour modifier les règles de gestion, puis à l'édition et à la formation des collaborateurs, afin que la nouvelle mesure soit correctement appliquée. Le coût de projet est moindre pour les banques parce qu'elles ne supportent pas directement les coûts de projet informatique puisque leurs encours sont gérés sur l'informatique des établissements de crédit spécialisés (à l'exception du groupe Crédit Mutuel).

D'une manière plus générale, les évolutions réglementaires génèrent des dépenses informatiques significatives et des délais de mise en œuvre souvent supérieurs à 6 mois (éventuellement 12 à 18 mois).

7.4.1. Le cas de reconduction annuelle

La loi Chatel a renforcé le dispositif de protection du consommateur de la loi Neiertz en prévoyant que la durée du contrat soit limitée à un an renouvelable et que le prêteur doive informer l'emprunteur, trois mois avant l'échéance de sa date anniversaire, des conditions de reconduction du contrat, qu'il y ait modification ou non. L'emprunteur aura la possibilité de s'opposer au renouvellement de son contrat en retournant un bordereau-réponse annexé aux informations modificatives communiquées par le prêteur, vingt jours avant la date où ces modifications entrent en vigueur. Ces informations sont portées sur le relevé mensuel ou sur un courrier prévu à cet effet.

²² La représentativité de l'échantillon est de 43 % en nombre et de 20 % en montant.

Près de 3,4 % des fermetures de comptes de crédit renouvelable en 2007 chez les établissements de crédit spécialisés sont liées à l'application de cette loi. Nous n'avons pas calculé ce chiffre pour les banques, l'échantillon n'étant pas suffisamment représentatif.

7.4.2. Le cas de la non-utilisation du compte pendant trois ans

La notion d'inactivité

La définition de la non-utilisation de la carte de crédit peut différer d'un prêteur à l'autre, même si elle recouvre globalement le même périmètre. Les expressions listées ci-dessous sont extraites des réponses des prêteurs et indiquées à titre d'exemple :

- Un compte est considéré comme inactif si les dates de dernière activité carte (achat / retrait), virement et prélèvement sont antérieures à trois ans.
- Un compte sur lequel il n'y a pas de mouvement financier.
- Aucun mouvement sur le compte (ni dette, ni prélèvement).
- La non-utilisation de la réserve ou de la carte dans les 36 mois qui précèdent la date anniversaire de l'ouverture du compte.
- Le montant d'une cotisation (carte, assurance, etc.) n'est pas considérée comme une utilisation.
- Un compte inactif depuis trois ans, c'est-à-dire un compte n'ayant enregistré aucune opération comptable, débitrice ou créditrice au cours de la période.
- C'est un compte sans utilisation depuis 36 mois (pas de demande de virement, pas d'utilisation carte, pas d'utilisation de chèque).

Par ailleurs, des prêteurs interprètent la non-utilisation au capital restant dû en précisant qu'un compte est considéré comme non utilisé dès lors que le capital restant dû (ou l'encours) est nul, autrement dit que le capital disponible est égal au capital autorisé.

Les différences d'interprétations expliquent l'hétérogénéité des définitions de non-utilisation et viennent de l'absence de définition dans le texte de loi. Ensuite, elle est ambiguë pour les prêteurs parce qu'elle est liée à l'utilisation du compte qui peut être comprise comme le seul tirage (ou décaissement) ou bien comme tout autre mouvement sur le compte de crédit renouvelable. Il serait plus précis de parler de mouvement sur le compte. Ce terme comprendrait les paiements au comptant ou à débit différé, mais aussi des opérations telles que le règlement de la cotisation de la carte.

Les procédures mises en œuvre

Les conditions de résiliation des contrats en cas de non-utilisation pendant 36 mois sont stipulées dans les contrats. À titre d'exemple :

- « Si, pendant trois années consécutives, le contrat d'ouverture de crédit n'a fait l'objet d'aucune utilisation, *la société* proposera au client la reconduction de son contrat à l'échéance de la troisième année *via* un document spécifique annexé à la lettre de reconduction annuelle. La reconduction ne sera effective qu'à réception de la demande expresse du client. Dans le cas contraire, le contrat est résilié de plein droit à cette date ».
- « Votre contrat est resté inactif ces 33 derniers mois. S'il le demeure au cours des 3 mois à venir, il sera automatiquement résilié à sa prochaine date d'échéance intervenant au terme de ce délai de 3 mois. Si vous réactivez votre contrat en effectuant notamment une demande de financement d'ici cette date, votre contrat sera alors reconduit pour une nouvelle période de 1 an, ainsi que votre éventuelle carte de crédit annexe, aux conditions contractuelles en vigueur à cette date d'échéance. Votre montant disponible, votre mensualité minimum et le TEG applicable sont indiqués ci-contre et sur chacun de vos relevés mensuels. Nous vous rappelons que vous avez la possibilité de demander à tout moment la suspension de votre droit à découvert, la réduction de votre réserve ou la résiliation de votre contrat. »

Elles sont rappelées dans un courrier spécifique trois mois avant la date anniversaire.

Il existe des cas où si le client est amené à utiliser son compte durant la période comprise entre le traitement de la reconduction et la résiliation effective soit 3 mois, Son compte sera malgré tout résilié et sa créance sera transformée en amortissable. Le délai de retour du bordereau réponse est aussi stipulé (au plus tard vingt jours avant la date anniversaire du contrat).

Nous avons relevé un établissement qui adressait deux courriers au client : le premier à 120 jours, l'autre à 90 jours avant la date anniversaire du contrat.

Ces procédures sont codifiées dans les applications informatiques qui ont dû être adaptées en conséquence pour tenir compte de ces nouvelles règles de gestion et de l'inclusion d'un nouveau bordereau de réponse en terme d' « éditique ». La clôture d'un compte est réalisée automatiquement si aucune action n'a été entamée pour le laisser actif.

Le nombre de fermetures à la suite d'une inactivité de plus de plus de trois ans

L'application de cette mesure a conduit en 2007 à la fermeture de près 2,45 millions de comptes²³, soit l'équivalent du nombre d'ouvertures de comptes de crédit renouvelable sur 5 mois d'activité. S'agissant des demandes de durcissement de la loi Chatel en abaissant la fermeture des comptes inactifs à un an, il ne nous paraît pas utile de réduire ce délai pour trois raisons principales :

- L'ancienneté moyenne des comptes ouverts est élevée (plus de 50 % ont au moins 5 ans) et montre l'intérêt porté à ce produit sur une durée supérieure à douze mois.
- Le taux d'activité des comptes est faible (moins d'un compte sur deux est actif).
- Enfin, le nombre de fermetures liées à la loi Chatel sur les trois années d'inactivité était déjà très significatif.

7.5. Le crédit renouvelable et le surendettement

Les trois questions listées dans les termes de référence de cette étude sont précisées ci-dessous :

- À quel moment le crédit renouvelable intervient-il dans le processus de surendettement ?
- Est-il cause ou conséquence d'un environnement personnel dégradé ?
- Se substitue-t-il à une baisse du pouvoir d'achat (cf. avis du Conseil économique et social) ?

Pour répondre aux deux premières questions, il est indispensable de disposer d'un historique d'ouverture et d'utilisation des comptes de crédit renouvelable dans les dossiers en surendettement (à minima identifier des familles de comportement). Après échange avec la Banque de France, il n'a pas été possible de reconstituer ces deux informations. La Banque de France dispose d'informations sur la situation d'endettement du ménage au moment du dépôt du dossier dans une commission de surendettement, mais pas de données d'historiques.

7.5.1. Des chiffres-clés des prêteurs et de la Banque de France sur le surendettement

Les chiffres indiqués ci-dessous sont issus de l'enquête typologique 2007 de la Banque de France et des réponses aux questionnaires remplis par les prêteurs de notre échantillon.

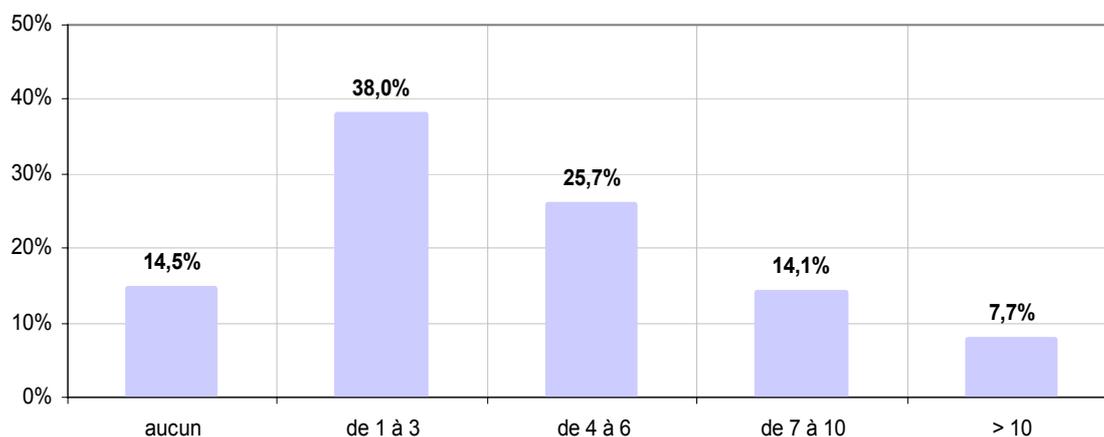
Le nombre de ménages en situation de désendettement était de 705 474 unités à fin 2007. D'après la Banque de France, 85,5 % de ces ménages détiennent au moins un crédit renouvelable, soit 603 180 ménages. Dans la mesure où ces dossiers comportent en moyenne cinq comptes de crédit renouvelable, le nombre total de comptes de crédit renouvelable en surendettement est de 3 015 901 unités. Ce chiffre ne peut être rapporté au nombre de comptes de crédit renouvelable actifs, les plans mis en place ayant une durée de vie souvent supérieure à celle d'un compte de crédit

²³ 17 prêteurs déclarent avoir fermés 2,2 millions de comptes inactifs depuis au moins 3 ans. Le chiffre total de comptes fermés en 2007 a fait l'objet d'une extrapolation qui tient compte du poids des prêteurs n'ayant pas répondu à cette question.

renouvelable sain. Le tableau ci-dessous montre que 63,7 % des dossiers en surendettement ont entre un et six comptes de crédit renouvelable avec un encours.

Répartition du nombre de comptes de crédit renouvelable par dossier de surendettement

(chiffres 2007 en pourcentage)



Source : Banque de France

L'analyse des réponses des prêteurs met en évidence un volume et une proportion de comptes de crédit renouvelable inférieurs à ceux donnés par la Banque de France, que l'on raisonne en stock²⁴ à fin 2007 ou en flux²⁵ sur l'année 2007. À titre d'exemple, deux tiers des dossiers de surendettement déposés et recevables contiendraient au moins un crédit renouvelable. Ce chiffre passe à 80 % pour les dossiers déposés par les établissements de crédit spécialisés, et est ramené à 40 % pour ceux déposés par les banques.

Par ailleurs, l'encours moyen d'un compte de crédit renouvelable en surendettement serait de 3 000 euros. Rappelons que le plafond moyen autorisé est de 3 000 euros pour un crédit renouvelable. Cela signifie que les emprunteurs en difficulté ont une utilisation intensive de leur compte de crédit renouvelable et sont toujours à la limite du plafond autorisé.

Les établissements interrogés considèrent que le crédit renouvelable n'est généralement pas le facteur déclenchant de la présentation d'un dossier au surendettement. L'enquête typologique 2007 a mis en évidence les chiffres suivants : 74,6 % des surendettements sont liés à des accidents de la vie (63,6 % en 2001) dont 31,8 % à une perte d'emploi et 14,7 % aux conséquences d'un divorce-séparation. La diminution du nombre de personnes disposant de revenus dans un ménage implique moins de pouvoir d'achat face à des charges ne baissant pas dans les mêmes proportions. Les dépenses contraintes (téléphonie, abonnements divers, etc.) contribuent à aggraver la situation. Se met ainsi parfois en marche une « cavalerie budgétaire » jouant sur les décalages temporels des fichiers Banque de France et aggravant la situation.

²⁴ Douze prêteurs ont répondu intégralement aux questions relatives à la part du crédit renouvelable dans les dossiers de surendettement à fin 2007. L'indice de représentativité est de 64 %.

²⁵ Cinq prêteurs ont répondu intégralement aux questions relatives à la part du crédit renouvelable dans les dossiers recevables en 2007. L'indice de représentativité est de 43 %.

La gestion du surendettement est généralement assurée par des équipes dédiées qui conduisent à la fois la négociation avec la Commission BDF et le suivi du plan mis en place.

7.5.2. Des pistes de réflexion sur le surendettement

Lors des entretiens avec des personnes ou des organismes régulièrement en contact avec des ménages en surendettement, il s'avère que les premières actions consistent à (ré)apprendre à gérer un budget, à calculer un reste à vivre et à éliminer les dépenses non essentielles. Il n'existe pas à ce jour d'enseignement spécifique dans le cursus scolaire, que ce soit au collège ou au lycée.

Ensuite, les personnes en surendettement n'ont pas d'idée du nombre de contrats de crédit en cours, ni de leur endettement total, ni des pourcentages d'endettement « raisonnables ». Elles n'ont aucune information de ce type à leur disposition. La seule période où elles prennent conscience de leur situation est au moment de l'élaboration du dossier de surendettement, c'est-à-dire trop tard.

Lors de rachats de crédits, la clôture des comptes de crédit renouvelable n'est pas systématique. Il y a confusion entre clôture d'un compte et remboursement anticipé (solde du compte à zéro). Les comptes restent alors actifs et les emprunteurs peuvent donc être sollicités. Cette action de clôture devrait être obligatoire.

Les pistes de réflexion en termes d'actions préventives consisteraient à mettre en place des « capteurs » de comportements à risques (ex. multiplicité des tirages sur une période, atteinte fréquente d'un plafond considéré comme élevé) ou de survenance d'un événement fragilisant la capacité de remboursement de l'emprunteur au niveau de chaque prêteur, au niveau du banquier détenteur du compte bancaire, voire d'un fichier. Ces capteurs pourraient en retour émettre des alertes auprès d'un organisme ou d'une association en charge d'aider les emprunteurs à reprendre la maîtrise de leur endettement.

7.6. Recommandations

Proposition N° 12 : Revoir le dispositif juridique relatif au relevé périodique pour améliorer sa lisibilité

- Les personnes rencontrées reconnaissent les difficultés rencontrées pour lire un relevé mensuel. Les informations telles que le montant des remboursements déjà effectués depuis le dernier renouvellement avec distinction du capital, intérêt et frais divers ne nous paraissent pas être fondamentales. En revanche, il est important que l'emprunteur se rende compte de la durée résiduelle de remboursement, même si celle-ci est sujette à l'utilisation du compte. Le prêteur pourrait, par exemple, indiquer une durée théorique calculé sur la base des amortissements constatés à la date d'arrêté.

Proposition N° 13 : Lancer une étude quantitative sur les dossiers en surendettement afin de mieux appréhender le phénomène et les mesures à prendre

- Les statistiques de la Banque de France en matière de surendettement doivent être rapprochées des données des prêteurs afin d'avoir une vision objective, précise et partagée du poids du crédit renouvelable dans les dossiers de surendettement (en nombre, en montant).
- Cette étude pourrait être approfondie pour identifier des comportements financiers types de clients avant le recours à une procédure de surendettement, et des types d'action préventive.

Proposition N° 14 : Mettre des seuils d'alerte pour s'assurer du fonctionnement « normal » d'un compte de crédit renouvelable et anticiper les difficultés potentielles

Proposition N° 15 : Rendre obligatoire la fermeture de comptes de crédit renouvelable lors d'un rachat de crédit

Propositions complémentaires envisagées

- Définir clairement la notion d'inactivité d'un compte de crédit renouvelable pendant trois années consécutives (cas de la loi Chatel)
- Définir des « pratiques » en matière de relance en cas d'impayés
- Étendre le code de conduite de l'ASF en matière de recouvrement et prévoir un dispositif pour s'assurer de l'effectivité de cette mesure
- Étudier la possibilité de blocage systématique des comptes de crédit renouvelable dans des cas de dépassement des seuils d'alerte (cf. proposition n° 14)

PARTIE II : CONCLUSION ET PERSPECTIVES

8. CONCLUSION

Le crédit à la consommation en France était évalué, en 2007, à 136,4 milliards d'euros²⁶ en termes d'encours. Il constitue un élément moteur dans la croissance française du fait de son incidence directe sur la consommation des ménages. À cet égard, plus d'un quart de la croissance de la consommation des ménages est s'expliqué par le crédit à la consommation pour les années 1999 et 2001.

En 2007, l'encours de crédit renouvelable représente 23,9 % des encours totaux de crédit à la consommation, soit 32,7 milliards d'euros d'encours²⁷. On observe une contraction de ce marché au cours des dix dernières années. La part de marché relative du crédit renouvelable est en baisse continue au profit du prêt personnel et du fait de la diminution des dépenses budgétaires des ménages sur des postes naturellement éligibles à cette forme de crédit. La production nouvelle de comptes de crédit renouvelable a représenté 20,1 milliards d'euros en 2007, dont 86 % sont produits par les établissements de crédit spécialisés²⁸. Ces chiffres montrent que l'encours est reconstitué au bout d'un an et demi. Par ailleurs, la production de crédit renouvelable finance 1,9 % de la consommation totale des ménages.

Nous estimons le nombre de comptes ouverts à fin 2007 à 43,2 millions d'unités. Le taux de comptes actifs étant de 46 %, le nombre de comptes actifs est de l'ordre de 20 millions d'unités. Il y aurait huit comptes de crédit renouvelable par ménage déclarant en rembourser au moins un. Si l'ensemble de la population française souscrit des comptes de crédit renouvelable, les classes populaires (déciles 2, 3 et 4 de revenu disponible) sont surreprésentées.

Le crédit renouvelable en tant que crédit à la consommation a été soumis à des dispositifs réglementaires développés pour le crédit à la consommation, et à une attention particulière du législateur en particulier via la loi Neiertz et la loi Chatel. L'application de cette dernière loi sur la non-reconduction des contrats dans le cas d'une inactivité du compte de crédit renouvelable depuis plus de trois ans a conduit les établissements de crédit à fermer plus de 2,45 millions de comptes en 2007.

²⁶ Source : Commission bancaire (ce chiffre prend en compte les provisions).

²⁷ Source : Commission bancaire (ce chiffre prend en compte les provisions).

²⁸ La quasi-totalité des encours de crédit renouvelable est gérée par un établissement de crédit spécialisé. Seul le groupe Crédit Mutuel ne recourt pas à une usine crédit centralisée pour gérer ses comptes et laisse la gestion de ce produit dans chacune de ses fédérations.

Tableau de bord du crédit renouvelable en France en 2007		
Items	Banques	Spécialisés
Encours ²⁹	5,9 Md€	26,8 Md€
Nouvelle production (b)	2,8 Md€	17,3 Md€
Nombre de comptes de crédit renouvelable	43,2 millions de comptes	
<i>dont comptes actifs</i>	20 millions de comptes	
Comptes ouverts il y a plus de 5 ans	53,5 %	
Plafond moyen par compte	4 000 €	2 800 €
Encours moyen par compte	2 200 €	1 500 €
Taux d'intérêt annuel moyen	14,80 %	15,92 %
Coût annuel de l'assurance emprunteur ³⁰	3,59 %	7,33 %
Taux de pénétration de l'assurance emprunteur	77 %	61 %
Demandes d'ouvertures	10 millions de comptes	
Ouvertures effectives	5,5 millions de comptes	
Taux d'ouverture	55 %	
Comptes ouverts avec un plafond inférieur à 1 525 €	51,9 %	
Comptes ouverts avec un TEG supérieur à 16 %	89,5 %	
Tirages inférieurs à 250 €	80,6 %	
Tirages supérieurs à 2 999 €	0,9 %	
Fermetures de comptes de crédit renouvelable	4,2 millions de comptes	
<i>Part liée à la non reconduction à la date anniversaire</i> ³¹	3,4 %	
<i>Part liée à une inactivité de plus de 3 ans</i>	58,4 %	
Comptes à jour ou régularisés en mois de 60 jours	94 %	
Réaménagements	15‰	3‰
Augmentation de plafond	20‰	103‰
Réduction de plafond	2‰	3‰
Suspension du droit d'utilisation	143‰	131‰
Nombre de ménages en situation de désendettement ayant au moins un compte de crédit renouvelable actif (a)	603 180 ménages	
Nombre moyen de comptes de crédit renouvelable par ménages en situation de désendettement (a)	5 comptes	
Encours moyen d'un compte en surendettement	3 000 €	

NB : Par spécialisé, nous entendons les établissements de crédit spécialisés.

Source : (a) Banque de France, (b) Commission bancaire, analyses Athling Management

²⁹ Il s'agit d'encours bruts.

³⁰ Ces chiffres concernent uniquement les comptes actifs. Il est à noter que les garanties varient d'un prêteur à l'autre, ce qui peut expliquer les écarts de prix constatés.

³¹ Ne concerne que les établissements de crédit spécialisés.

Le plafond moyen d'ouverture est de l'ordre de 3 000 euros et l'encours moyen de 1 500 euros. Le premier canal d'entrée en contact est constitué par les entreprises de la distribution et du commerce avec près de 54 % des ouvertures en 2007. Les entretiens avec des dirigeants de ces entreprises et les études complémentaires menées ont mis en évidence que cette forme de crédit est fondamentale pour l'équilibre économique de secteurs d'activité tels que la distribution spécialisée ou la vente par correspondance. La part de chiffres d'affaires liée au seul crédit renouvelable varie selon les secteurs d'activité de 5 % à 40 %³². Dans le même temps, Internet monte en puissance, mais les taux d'ouverture restent relativement faibles à 12 % *via* ce canal. Le courrier et le téléphone sont les deuxièmes canaux d'entrée en relation avec plus de 23 % des ouvertures.

Les approches développées par les établissements de crédit spécialisés et les banques sont très différentes. Dans le premier cas, il s'agit d'une approche industrielle sur le lieu de vente ou à distance (un taux contractuel unique et un montant emprunté plus faible). Dans le second cas, l'approche s'apparente plus à du sur-mesure en agence (des taux d'intérêt contractuels différents selon le profil de l'emprunteur et des montants plus élevés). Les taux d'intérêt moyens facturés par les établissements de crédit spécialisés sont en moyenne supérieurs d'un point de pourcentage par rapport aux banques, alors que les taux contractuels affichés sur les documents commerciaux ou sur les offres préalables le sont de 2 à 4 points de pourcentage. Ce faible écart sur les taux pratiqués s'explique par la part croissante d'utilisation spéciale dans la distribution qui correspond à des périodes promotionnelles où les taux sont de l'ordre de 5 %, voire subventionnés par le distributeur ou le prêteur. Rappelons que le seul critère « taux contractuel » ne permet pas de comparer financièrement deux offres commerciales de crédit renouvelable et peut conduire à des conclusions erronées. Il faut aussi tenir compte des modalités de calcul des échéances (dégressivité par tranche d'encours ou mensualité fixe, montant des mensualités minimales).

En 2007, plus de 80,6 % des tirages ont été inférieurs à 250 euros et 88,8 % à 500 euros. Ces montants faibles expliquent l'application de taux d'intérêt plus élevés pour dégager une marge pour chaque opération. Les premiers tirages sont en moyenne d'un montant plus élevé que les tirages suivants. Ils s'effectuent souvent au moment d'un premier achat plus conséquent que les suivants.

Les personnes interrogées, quelle que soit leur origine, reconnaissent que les produits atteignent un niveau de technique financière tel que les consommateurs n'en ont pas la maîtrise. Les règles de gestion élémentaires ne sont pas mises en évidence tant l'information délivrée pour respecter la réglementation est dense dans la communication client. À aucun moment, nos interlocuteurs n'ont fait mention d'une quelconque volonté de réduire, voire de supprimer cette forme de crédit. Des mesures allant dans ce sens auraient de lourdes conséquences sur les établissements de crédit spécialisés à très court terme du fait de la rapidité de rotation de l'encours (baisse des revenus importante, réduction des effectifs, puis arrêt d'activité), et, à moyen terme, pour des secteurs économiques tels que la vente par correspondance, la distribution spécialisée ou les grands magasins, et pour les classes populaires. N'oublions pas que les cartes de crédit des distributeurs comportent aussi des fonctions de paiement et sont le support de programmes de fidélité.

Le crédit renouvelable semble trouver sa place pour des financements dont le montant maximum serait de 3 000 euros avec des durées d'amortissement ne dépassant pas 12 à 36 mois à condition qu'il s'accompagne de dispositifs visant à redonner la maîtrise du produit à l'ensemble des acteurs concernés en dehors des prêteurs. Si la revue du dispositif législatif, notamment sur l'information client (informations financières, conditions de remboursement, relevé de compte), est préconisée, il est souhaitable que la profession bancaire et financière partage un code de bonne conduite, et qu'un effort pédagogique soit entrepris auprès des consommateurs afin qu'ils aient les moyens de mieux maîtriser ce produit et d'en limiter les excès.

³² Ces ordres de grandeur ont été communiqués par les prêteurs et confirmés lors d'entretiens avec des distributeurs.

9. PERSPECTIVES

Ces propositions ont été élaborées à partir de l'état des lieux, du contenu des entretiens et de notre expérience en matière de services financiers. Elles visent à **conserver les spécificités du crédit renouvelable** (faibles montants, durée « courte », réutilisation, souplesse de remboursement) et à **garantir son développement responsable** (en connaissance de cause, maîtrisé). Cette responsabilisation doit concerner :

- L'ensemble du cycle du produit de l'entrée en contact jusqu'au remboursement des échéances, voire la fin du contrat ;
- Tous les acteurs (consommateur ou emprunteur, prêteur, vendeur ou intermédiaire, etc.) ;
- Tous les canaux de distribution (lieu de vente, agence, courrier / téléphone, Internet, etc.).

Elles doivent s'inscrire autant que possible dans le calendrier de transposition de la directive européenne sur le crédit aux consommateurs.

Les trois mesures principales sont à nos yeux :

1. **La révision du dispositif juridique** lié à cette forme de crédit à l'occasion de la transposition de la DCC avec un objectif d'amélioration de l'information communiquée au client.

Les délais pour réaliser la transposition de la DCC ne doivent pas entraver les travaux d'uniformisation nécessaire du vocabulaire employé pour décrire le fonctionnement d'un compte de crédit renouvelable. Ces travaux permettront de lever les ambiguïtés que nous avons soulevées et faciliteront la maîtrise de ce produit par les consommateurs.

2. **Le renfort des contrôles en matière de publicité** pour faire respecter la réglementation dans le fond et dans la forme, et **l'amélioration de la lisibilité** des supports publicitaires :

- 2.1 **Le recours à l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP)** pour élaborer, sous son égide, un guide de bonnes pratiques en matière de publicité ;

- 2.2 **La mise en place d'un prêt témoin de 1 000 euros** afin de permettre aux consommateurs de comparer des offres de crédit renouvelable.

3. **La mise en place d'un code de bonne conduite** qui préciserait le type de communication selon le cycle de vie du produit, ainsi que les pratiques à retenir pour protéger les emprunteurs de dérives et limiter ainsi les passages en surendettement. Deux points doivent être traités en priorité :

- 3.1 **La définition de modalités d'amortissement minimales ;**

- 3.2 **La mise en place d'une fiche récapitulative des principes de fonctionnement** du compte de crédit renouvelable.

Il nous semble aussi important de lancer une étude sur la mise en place d'une base d'informations destinée aux consommateurs qui regrouperait l'ensemble des créances (fichier positif inversé).

D'autres points structurants doivent faire l'objet d'une réflexion approfondie comme la revue des conditions de calcul du taux d'usure (revue des catégories de crédit, revue de la formule de calcul, réajustement des bornes (1 524 euros)), la mise en place d'un fichier positif, ou l'inclusion dans les programmes scolaires d'enseignements liés à la gestion budgétaire.

LISTE DES PROPOSITIONS

Proposition N° 01 : Disposer de statistiques cohérentes sur le crédit renouvelable	25
Proposition N° 02 : Revoir le dispositif juridique relatif au crédit à la consommation à l'occasion de la transposition de la DCC dans un objectif d'allègement et de simplification	31
Proposition N° 03 : Garantir que le remboursement permette un amortissement minimum du crédit.....	40
Proposition N° 04 : Revoir les catégories de crédits à la consommation et les règles de calcul du taux d'usure	40
Proposition N° 05 : Élaborer un guide de bonnes pratiques en matière de publicité relative au crédit renouvelable	45
Proposition N° 06 : Harmoniser le vocabulaire utilisé en lien avec le crédit renouvelable	46
Proposition N° 07 : Donner des éléments factuels de comparaison	46
Proposition N° 08 : Limiter les sollicitations Prospect / Client	55
Proposition N° 09 : Mettre en place un cursus de formation au crédit du vendeur en magasin	55
Proposition N° 10 : Prévoir dans le cursus scolaire des enseignements sur la gestion budgétaire.....	56
Proposition N° 11 : Disposer d'une fiche récapitulative des conditions financières et des principes de fonctionnement du crédit	56
Proposition N° 12 : Revoir le dispositif juridique relatif au relevé périodique pour améliorer sa lisibilité	67
Proposition N° 13 : Lancer une étude quantitative sur les dossiers de surendettement afin de mieux appréhender le phénomène et les mesures à prendre	67
Proposition N° 14 : Mettre des seuils d'alerte pour s'assurer du fonctionnement normal d'un compte de crédit renouvelable et anticiper les difficultés potentielles.....	67
Proposition N° 15 : Rendre obligatoire la fermeture de comptes de crédit renouvelable lors d'un rachat de crédit	67
Propositions complémentaires envisagées	56 - 67

ANNEXES

10. AVERTISSEMENT SUR LES STATISTIQUES ET CONVENTIONS

Les statistiques officielles sur le crédit renouvelable

Pour les besoins de la présente étude, les données afférentes au crédit à la consommation émanent de trois sources différentes. D'une part, la Banque de France publie trimestriellement des données sur les encours totaux et par produits, nets des créances douteuses, issues des statistiques monétaires relatives à la métropole et aux départements d'outre-mer (DOM). D'autre part, l'Association des sociétés financières (ASF) publie des données trimestrielles sur la production totale et par produits des établissements de crédit spécialisés. L'ASF diffuse également des statistiques annuelles d'encours, sur le total et par produits, mais brutes (c'est-à-dire non corrigées des créances douteuses). Enfin, pour cette étude, la Commission bancaire a extrait, pour les dix dernières années, des données d'encours (bruts et nets) et de production pour le crédit renouvelable, hors DOM. Il existe ainsi des différences liées à des écarts de périmètre géographique ou sectoriel entre les diverses statistiques, et, selon certaines années, des différences relatives à un nombre d'adhérents différent entre les statistiques de la Commission bancaire et celles de l'ASF, notamment à l'occasion de fusions d'établissements spécialisés.

Conventions

Par prêteur, nous entendons tout établissement de crédit qui gère et porte des comptes de crédit renouvelable.

Par distributeur, nous entendons les entreprises de la distribution et du commerce qui proposent à leur clientèle de financer leurs achats en ouvrant un compte de crédit renouvelable.

Les acronymes utilisés dans ce rapport sont indiqués ci-dessous :

Acronymes utilisés	
Acronymes	Signification
ASF	Association des sociétés financières
BdF	Banque de France
CCSF	Comité consultatif du secteur financier
DCC	Directive européenne sur le crédit aux consommateurs
DGCCRF	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
TEG	Taux effectif global

L'analyse de l'activité a été réalisée selon les déciles ou les centiles de revenu disponible annuel tels qu'indiqués par l'INSEE. Les données communiquées par l'INSEE datent de 2004.

Décomposition des revenus disponibles annuels	
<i>(en euros)</i>	
Catégorie	Tranche de revenu disponible annuel
Décile 1	Inférieur ou égal à 11 477
Décile 2	Entre 11 478 et 14 408
Décile 3	Entre 14 409 et 17 581
Décile 4	Entre 17 582 et 20 942
Décile 5	Entre 20 943 et 24 599
Décile 6	Entre 24 600 et 28 623
Décile 7	Entre 28 624 et 33 171
Décile 8	Entre 33 172 et 39 356
Décile 9	Entre 39 357 et 49 554
Centile 95	Entre 49 555 et 62 095
Dernière catégorie	A partir de 62 096

Source pour les déciles de revenu disponible annuel : INSEE à partir de données 2004

11. ÉCHANTILLON ÉTUDIÉ

11.1. Les vingt-trois établissements de crédit ayant répondu aux questionnaires de l'étude

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

Établissements de crédit ayant répondu aux deux questionnaires	
Les 6 établissements bancaires	Les 17 établissements de crédit spécialisés
<p>BNP Paribas</p> <p>Le Crédit Lyonnais</p> <p>Société Générale</p> <p>Banques Populaires</p> <p>Caisses d'Épargne</p> <p>Crédit Agricole</p>	<p>Banque Accord</p> <p>Banque Casino</p> <p>Cetelem³³ (réseau France, Facet, Fidem, Norrsken, Loisirs Finance)</p> <p>Crédipar</p> <p>Cofidis France, C2C Camif, Crédifis, Monabanq.</p> <p>Compagnie de gestion des prêts</p> <p>DIAC</p> <p>Finaref</p> <p>Franfinance, Disponis</p> <p>GE Money Bank</p> <p>LaSer Cofinoga (Cofinoga, Médiatis, Netvalor, Soficarte)</p> <p>S2P Carrefour</p> <p>Sofinco (réseau France, Créalfi, Crédit Lift, Alsolia, Ménafinance, Sedef)</p>
<p><i>NB : Les établissements ayant répondu individuellement aux questionnaires sont indiqués en gras.</i></p>	

Ces vingt-trois entités représentent 97 % du marché total du crédit renouvelable en France en 2007. Le groupe Crédit Mutuel a été traité à part dans la mesure où le crédit renouvelable est logé dans chacune des dix-sept fédérations. Nous disposons de données d'ensemble pour ce groupe. Il n'a pas été possible d'avoir le même niveau de détail de l'activité en 2007 que celui des autres groupes bancaires qui s'appuient sur un établissement de crédit spécialisé pour la gestion de leur encours de crédit renouvelable.

Les données macrosectorielles de référence sont issues de la Banque de France et de la Commission bancaire, même si la cohérence des chiffres entre ces deux sources n'est pas systématique. Celles sur lesquelles s'appuient les analyses des pratiques des opérateurs sont extraites des réponses à deux questionnaires adressés aux établissements de crédit de notre échantillon. Le premier questionnaire détaillait les termes de référence de l'étude. Le second questionnaire concernait l'activité des prêteurs sur l'exercice 2007 (analyses par décile de revenu disponible, par canal d'entrée en contact, par caractéristique des emprunteurs). Si les taux de renseignement des questionnaires sont

³³ Cetelem a fusionné le 1^{er} juillet 2008 avec l'UCB. La dénomination sociale de la nouvelle entité est BNP Paribas Personal Finance. Les données exploitées dans le cadre de cette étude correspondent à l'activité stricte du Cetelem avant cette opération. Aussi, avons-nous fait le choix d'utiliser le terme Cetelem dans la suite du rapport.

globalement satisfaisants, certaines réponses ont fait l'objet de retraitement ou ont été écartées du fait d'anomalies constatées ou d'incohérences.

Pour mesurer la représentativité de nos chiffres, nous avons indiqué sur les graphiques majeurs un indice de représentativité (IR) et un nombre de répondants. L'indice de représentativité est égal au ratio entre l'encours cumulé des sociétés prises en compte ramené à l'encours total du marché donné par la Commission bancaire. Dans ce cadre, l'IR maximum est de 97 %.

11.2. Les établissements rencontrés

Les établissements rencontrés dans le cadre de nos travaux sont listés ci-après. Les établissements de crédit ont fait l'objet souvent de plusieurs entretiens. Le nombre total d'entretiens est de l'ordre de 150 (hors visites sur site ou contacts téléphoniques pour analyser le processus de vente). Ce chiffre ne tient pas compte des points intermédiaires avec les membres du Comité de pilotage de cette étude.

11.2.1. Les établissements de crédit

21 établissements de crédit rencontrés (entretiens sur site ou par téléphone)	
Les 8 établissements bancaires	Les 13 établissements de crédit spécialisés
BNP Paribas	Banque Accord
La Banque Postale	Banque Casino
Le Crédit Lyonnais	Cetelem ³⁴ (réseau France, Facet, Fidem, Norrskén, Loisirs Finance)
Société générale	Cofidis France , C2C Camif, Crédifis, Monabanq.
Banques populaires	Compagnie de Gestion Des Prêts
Caisses d'Épargne	DIAC
Crédit agricole	Finaref
Crédit mutuel	Franfinance , Disponis
	GE Money Bank
	LaSer Cofinoga (Cofinoga, Médiatis, Netvalor, Soficarte)
	Natixis Financement
	S2P Carrefour
	Sofinco (réseau France, Créalfi, Crédit Lift, Alsolia, Ménafinance, Sedef)

*NB1 : Les établissements rencontrés dans le cadre de l'étude sont indiqués en gras.
NB2 : Les établissements de crédit en italique ont été contactés par téléphone.*

³⁴ Cetelem a fusionné le 1^{er} juillet 2008 avec l'UCB. La dénomination sociale de la nouvelle entité est BNP Paribas Personal Finance. Les données exploitées dans le cadre de cette étude correspondent à l'activité stricte du Cetelem avant cette opération. Aussi, avons-nous fait le choix d'utiliser le terme Cetelem dans la suite du rapport.

11.2.2. Les associations de consommateurs, associations humanitaires et syndicats

11 associations de consommateurs, associations humanitaires rencontrées et syndicats

Nom des organismes rencontrés

Association de défense d'Éducation et d'Information du consommateur (ADEIC)
 Association Force Ouvrière Consommateurs (AFOC)
 Association française des usagers des banques (AFUB)
 Chambre régionale du surendettement social (CRÉSUS)
 Confédération de la Consommation du Logement et du Cadre de Vie (CLCV)
 Confédération française démocratique du travail (CFDT)
 Familles rurales
 Organisation générale des consommateurs (ORGECO)
 SOS Familles Emmaüs France
 Union fédérale des Consommateurs (UFC) - Que Choisir
 Union nationale des associations familiales (UNAF)

11.2.3. Les entreprises du commerce et de la distribution

22 entreprises du commerce et de la distribution associées à cette étude

Les 9 enseignes ou groupements d'enseignes dont un dirigeant a été interviewé	Les 17 enseignes visitées
3 Suisses But Club Diamant (Atlas, Crozatier, Fly) Execo (Connexion, Expert, Gitem) Digital Galeries Lafayette La Redoute Quelle Toys « R » Us	Distributeurs à dominante alimentaire (3) Auchan Carrefour Géant Casino Distributeurs spécialisés (9) But Castorama Conforama Darty Décathlon Expert FNAC Ikea Surcouf Grands magasins (2) Galeries Lafayette Le Printemps Vente par correspondance (3) Camif 3 Suisses La Redoute

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

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

Nom des organismes rencontrés

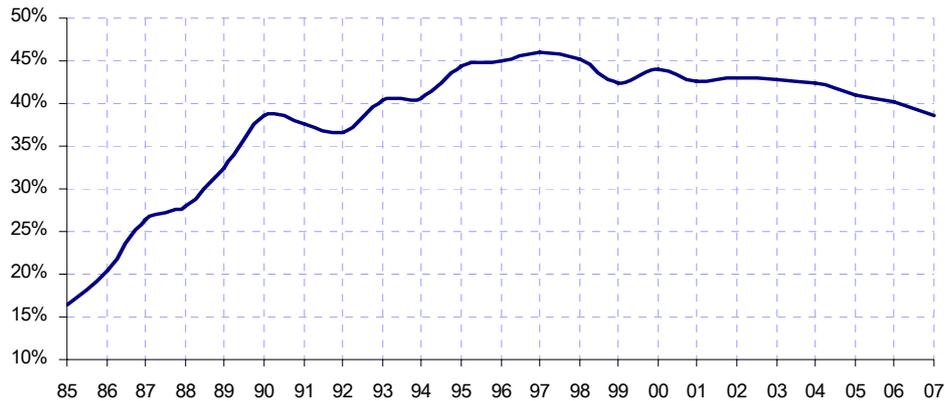
Association des sociétés financières (ASF)
Banque de France – Direction des Relations entre le public et la sphère financière (surendettement)
Banque de France – Statistiques
Comité consultatif du secteur financier (CCSF)
Commission bancaire
Conseil du Commerce de France
Conseil économique et social
European Federation of Finance House Associations (Eurofinas)
Fédération bancaire française (FBF)
Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)
Médiateur de la République
Mercatel
Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi – Cabinet de la Ministre
Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi – Direction générale du Trésor et de la politique économique (DGTPE)
Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Emploi – Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)
Observatoire européen de l'Épargne (OEE)

12. ILLUSTRATIONS

12.1. La part du crédit renouvelable dans l'encours total des établissements de crédit spécialisés

Part du crédit renouvelable dans l'encours total de crédit à la consommation des établissements de crédit spécialisés

(en pourcentage du total de l'encours total de crédits à la consommation ASF)

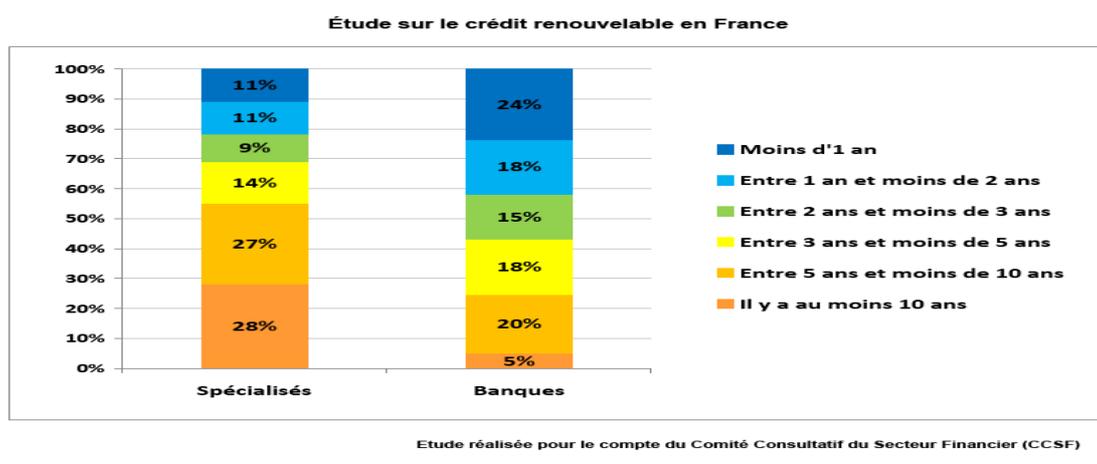


Sources : ASF, calculs Asterès

12.2. L'ancienneté des comptes ouverts à fin 2007

Comptes ouverts à fin 2007 par ancienneté

(chiffres 2007 en pourcentage)



Source : Analyses Athling Management (IR = 82 %)

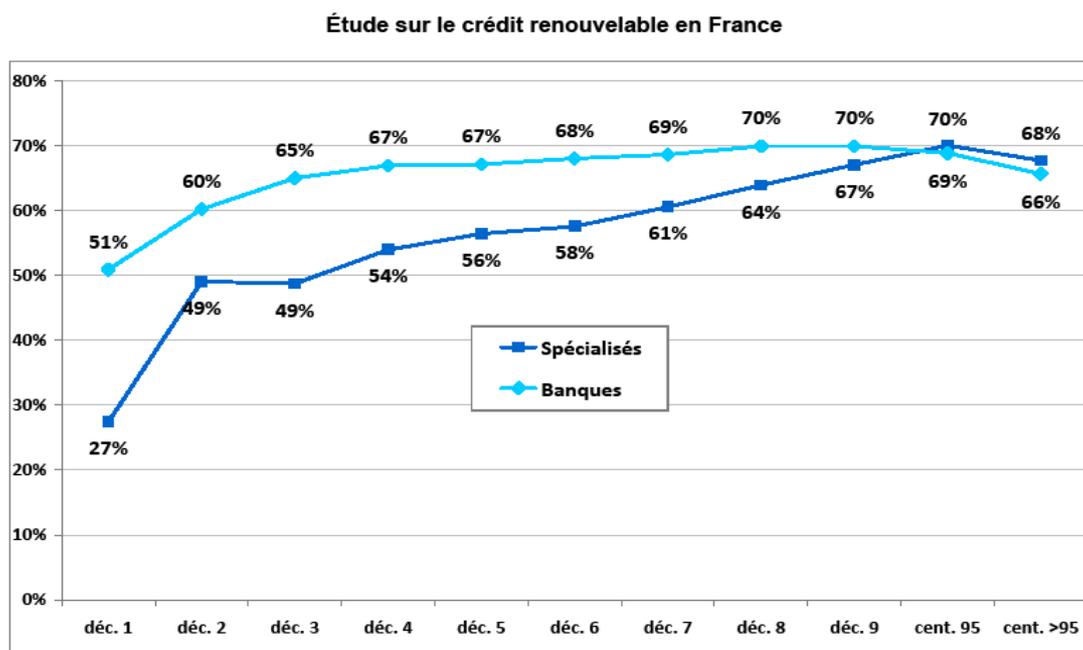
Commentaires

- Ce graphique tient compte des fermetures de comptes de crédit renouvelable consécutives à l'application de la loi Chatel suite à trois années d'inactivité.

12.3. Les taux d'ouverture en 2007 par type d'établissement de crédit

Répartition des taux d'ouverture en 2007 par décile de revenu pour les banques et pour les établissements de crédit spécialisés

(chiffres 2007 en pourcentage)



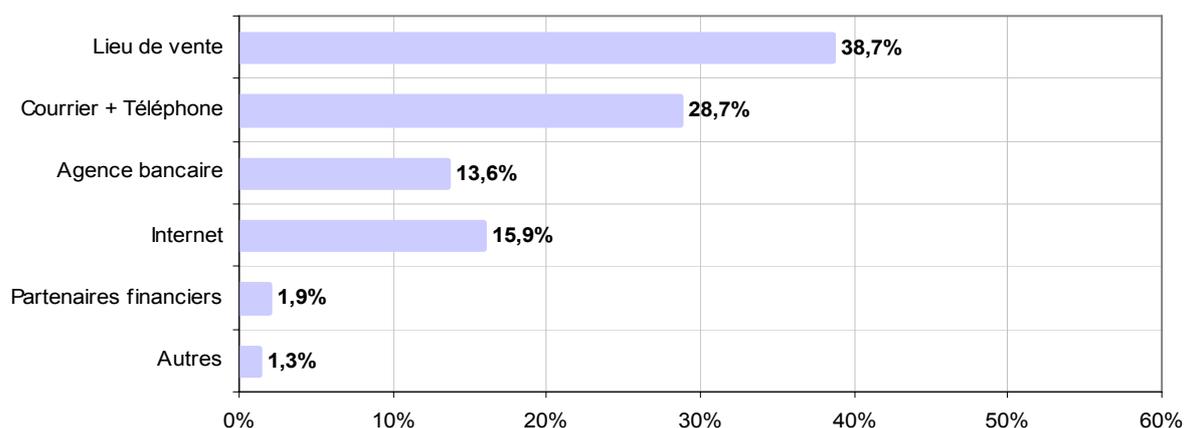
Etude réalisée pour le compte du Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF)

Source : Analyses Athling Management (IR = 71 %)

12.4. Les demandes d'ouvertures de compte de crédit renouvelable et ouvertures effectives de comptes de crédit renouvelable en 2007

Répartition des demandes d'ouvertures de compte de crédit renouvelable en nombre par canal d'entrée en contact (base 100)

(chiffres 2007 en pourcentage)

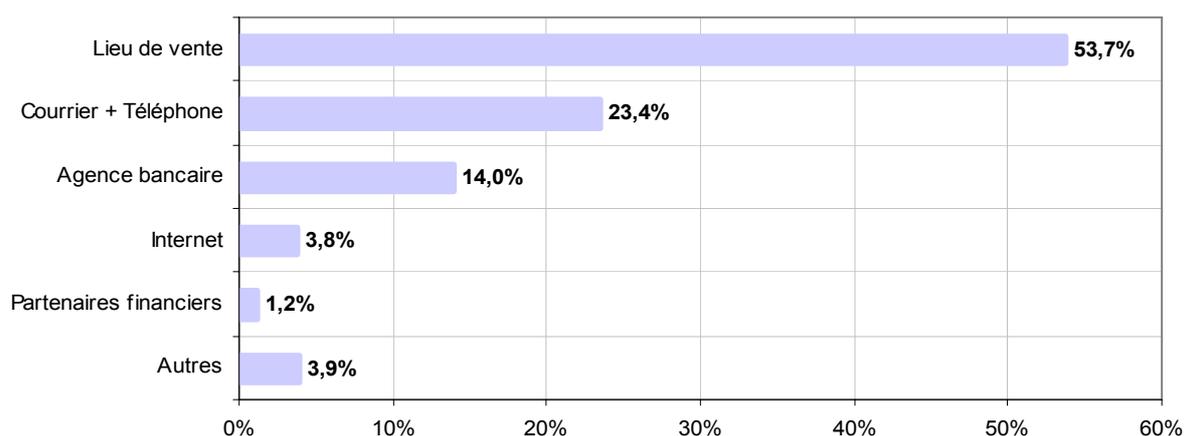


NB : Le cumul des pourcentages est supérieur à 100 % du fait d'arrondis du logiciel utilisé.

Source : Analyses Athling Management (IR = 76 %)

Répartition des ouvertures de compte de crédit renouvelable en nombre par canal d'entrée en contact (base 100)

(chiffres 2007 en pourcentage)



Source : Analyses Athling Management (IR = 88 %)

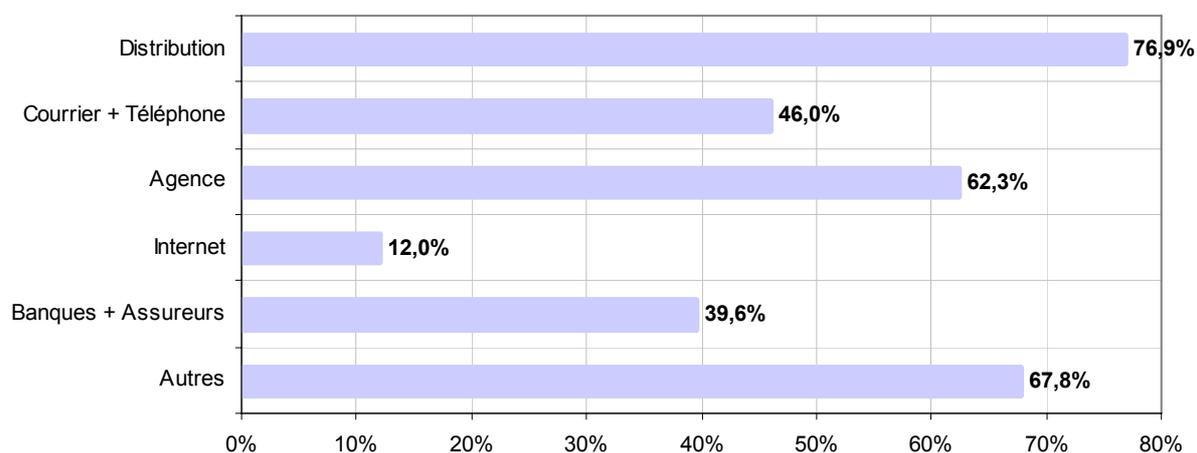
Commentaires

- Les sociétés de la distribution au sens large sont le premier canal d'ouverture de comptes de crédit renouvelable. Plus d'une ouverture sur deux est réalisée dans un magasin. L'agence bancaire regroupe uniquement l'activité des banques et représente 14 % des ouvertures en 2007, ce qui correspond au poids des banques sur ce marché.

12.5. Les taux d'ouverture de comptes de crédit renouvelable en 2007 par canal d'entrée en contact

Taux d'ouverture de comptes de crédit renouvelable par canal d'entrée en contact par rapport aux demandes d'ouvertures de compte de crédit renouvelable

(chiffres 2007 en pourcentage)



Source : Analyses Athling Management (IR = 71 %)

Commentaires

- Le taux d'ouverture représente le ratio entre les ouvertures effectives de comptes de crédit renouvelable et les demandes formulées. Les refus³⁵ et les demandes sans suite³⁶ ont été préalablement retirés. Ces taux sont globalement élevés par rapport à ceux que l'on rencontre pour d'autres formes de crédit aux particuliers (exemple, crédit immobilier). Le taux d'ouverture moyen est de 55 %.
- Plus de trois demandes d'ouverture de compte de crédit renouvelable sur quatre sont concrétisées sur le lieu de vente. Ce taux est très élevé en valeur absolue et le plus élevé tous canaux confondus, ce qui justifie une vigilance accrue sur les méthodes de vente de crédit renouvelable dans les magasins.
- En agence, ce sont plus de six demandes sur dix qui débouchent sur un crédit renouvelable. Ce chiffre s'explique par une sollicitation ciblée des banques. De fait, les taux de refus sont en général plus faibles (16 %).
- Une demande d'ouverture sur deux est transformée *via* les médias courrier et téléphone.
- Le canal Internet est en retrait. Le taux d'ouverture est un des plus faibles (12 %). La clientèle Internet est plus jeune, plus risquée et plus volatile.

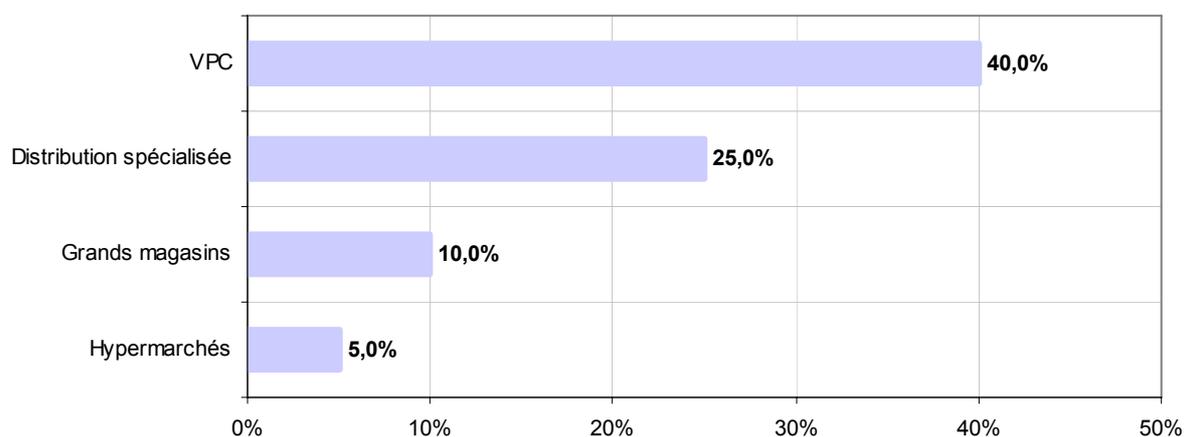
³⁵ Les refus correspondent à des demandes d'ouverture de compte de crédit renouvelable non acceptées par le prêteur.

³⁶ Les « sans suite » correspondent à des demandes d'ouverture de compte de crédit renouvelable acceptées par le prêteur pour lesquels le consommateur n'a pas donné de suite positive.

12.6. L'importance du crédit pour quatre secteurs d'activité de la distribution

Chiffres d'affaires pour quatre secteurs d'activité de la distribution financés par le crédit à la consommation

(chiffres 2007 en pourcentage)



Source : Analyses Athling Management

Commentaires

- Ces chiffres ont été établis :
 - à partir d'entretiens avec des dirigeants d'enseignes de la distribution (VPC, grands magasins, distribution spécialisée) et des prêteurs (hypermarchés),
 - de données transmises par les prêteurs (distribution spécialisée),
 - de simulations réalisées par Athling Management et revues par les dirigeants concernés (distribution spécialisée, hypermarchés).
- Ils correspondent à la part de chiffre d'affaires financée par le crédit renouvelable pour la VPC, les grands magasins, les magasins spécialisés et les hypermarchés. Il n'a pas été possible pour ces derniers de distinguer la part liée à la Hifi / Vidéo / Télévision de celle liée à l'alimentaire. Selon les dirigeants interviewés, la part de l'alimentaire serait peu significative.
- Concernant la distribution spécialisée, le pourcentage de chiffre d'affaires des enseignes purement lié au crédit renouvelable est compris entre 10 % et 12 %.

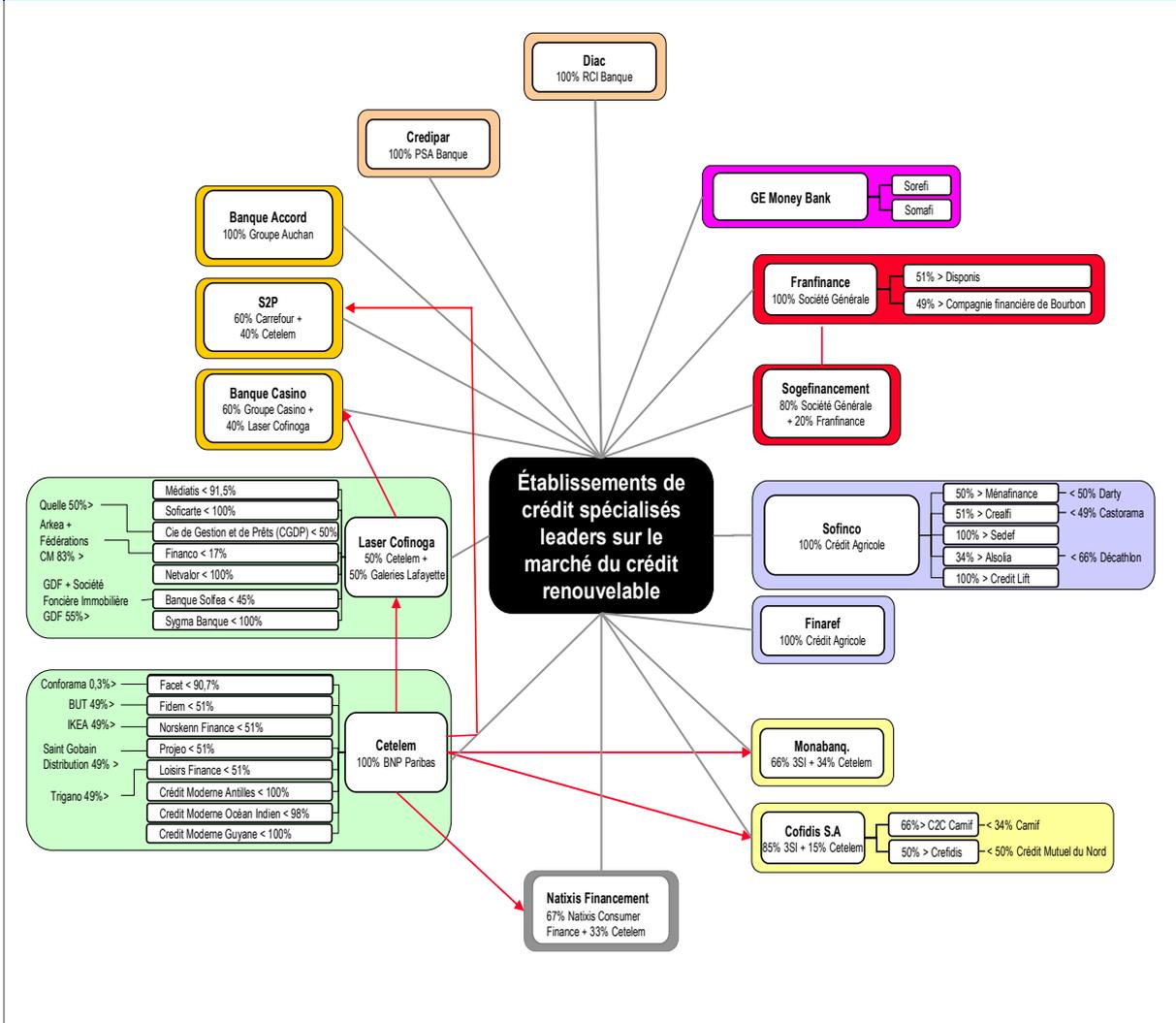
12.7. Les liens capitalistiques des établissements de crédit spécialisés (1/2)

Actionnariat des principaux établissements de crédit spécialisés en 2007		
Établissements de crédit spécialisés	Actionnaire majoritaire	Autres actionnaires
Généralistes		
Cetelem	BNP Paribas (100 %)	–
Disponis	Franfinance (51 %)	–
Franfinance	Société Générale (100 %)	–
Finaref	Crédit Agricole (100 %)	–
GE Money Bank	General Electric (100 %)	–
Médiatis	LaSer Cofinoga (91,5 %)	–
Monabanq.	3 Suisses International (66 %)	Cetelem (34 %)
Natixis Financement	Natixis Consumer Finance (67 %) détenu par les groupes Banques populaires et Caisses d'épargne	Cetelem (33 %)
Sofinco	Crédit agricole (100 %)	–
Sogefinancement	Société générale (80 %)	Franfinance (20 %)
Distributeurs à dominante alimentaire		
Banque Accord	Auchan (100 %)	–
Banque Casino	Casino (60 %)	LaSer Cofinoga (40 %)
S2P Carrefour	Carrefour (60 %)	Cetelem (40 %)
Distributeurs spécialisés		
Alsolia	Déathlon (64 %)	Sofinco (36 %)
Crealfi	Sofinco (51 %)	Castorama (49 %)
Facet	Cetelem (99,7 %)	Conforama (0,3 %)
Fidem	Cetelem (51 %)	But (49 %)
Menafinance	Darty (50 %) + Sofinco (50 %)	–
Norrsken	Cetelem (51 %)	Ikea (49 %)
Vente par correspondance		
C2C	Cofidis S.A. (66 %)	Camif (34 %)
Cofidis S.A.	3 Suisses International (85 %)	Cetelem (15 %)
Compagnie De Gestion des Prêts	Quelle (50 %) + LaSer Cofinoga (50 %)	–
Constructeurs Automobile		
Crédipar	PSA (100 %)	–
Diac	Renault (100 %)	–

Source : Rapports annuels

12.8. Les liens capitalistiques des établissements de crédit spécialisés (2/2)

Cartographie des établissements de crédit spécialisés et de leurs participations à fin 2007



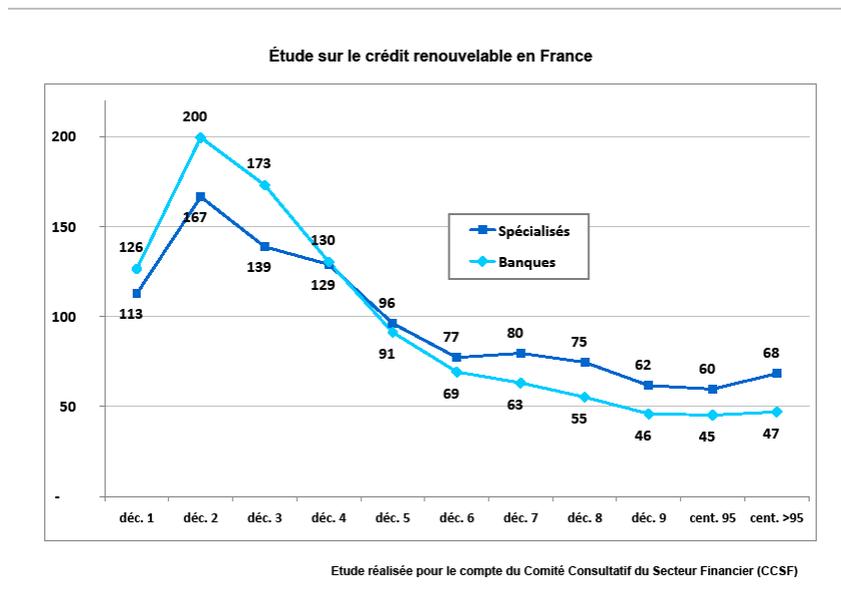
Commentaires

- Cette cartographie reprend les participations en France des établissements de crédit spécialisés. Elle met en évidence l'émergence de cinq grands pôles sur le marché du crédit à la consommation : le groupe BNP Paribas (en vert), le groupe Crédit agricole (en bleu), le groupe Société générale (en rouge), le groupe 3 Suisses International (en jaune) et un groupe de établissements de crédit spécialisés adossés à une entreprise de la distribution ou à un groupe industriel (Banque Accord, Diac, Credipar, GE Money Bank).

12.9. Le poids des demandes d'ouvertures et des ouvertures par décile de revenu

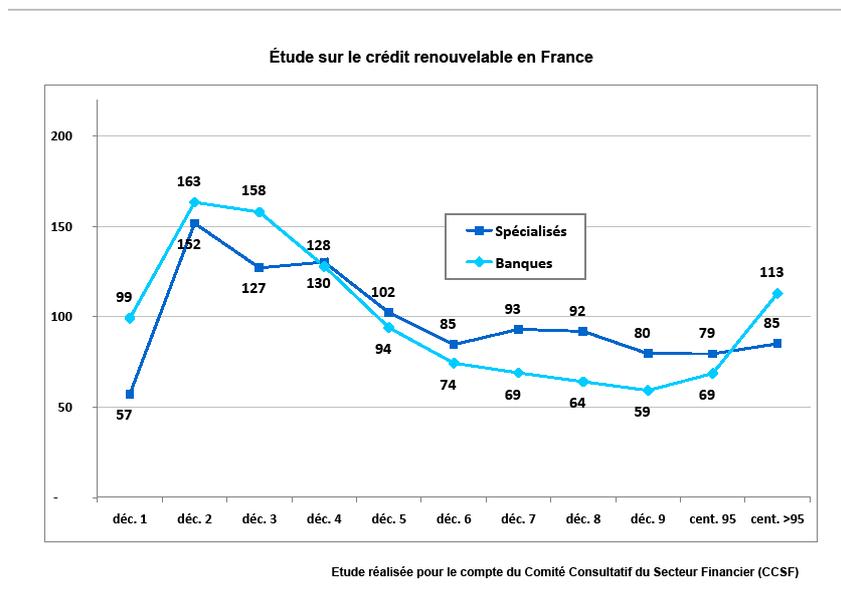
Poids de chaque décile de revenu dans le nombre total de demandes d'ouverture et d'ouvertures de compte de crédit renouvelable

(chiffres 2007 pour les demandes d'ouvertures)



Source : Analyses Athling Management (IR = 71 %)

(chiffres 2007 pour les ouvertures)



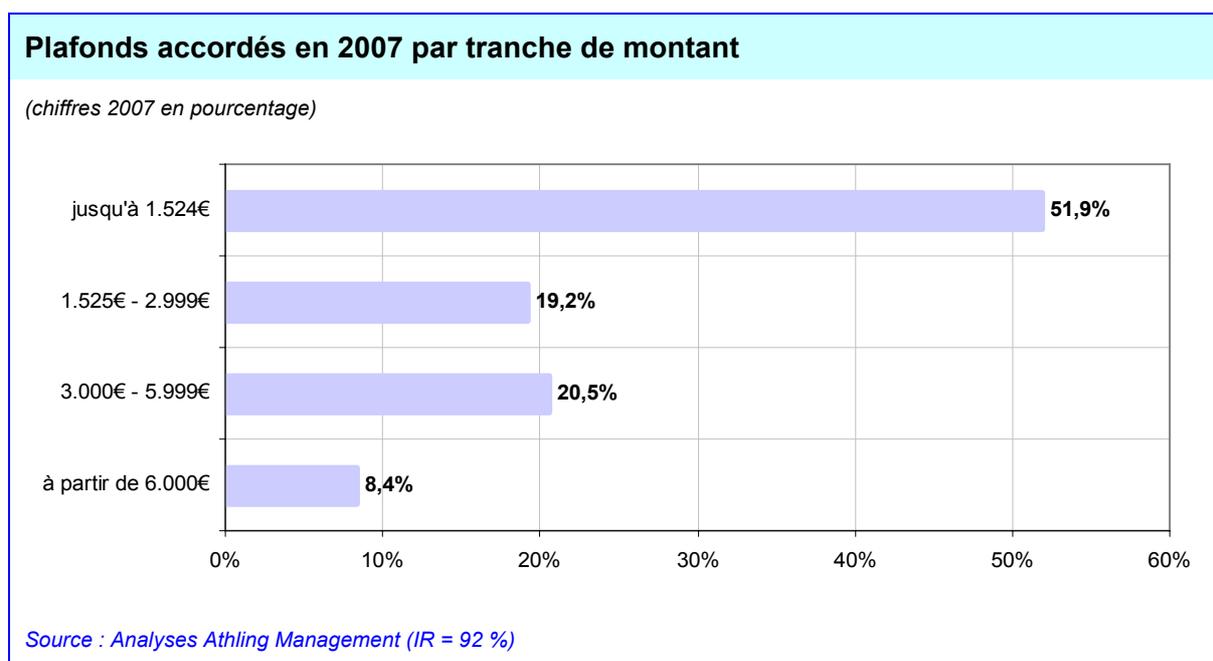
Source : Analyses Athling Management (IR = 78 %)

Commentaires

- Les déciles sont une répartition des salariés selon le salaire en dix parties égales. Le décile 1 représente les 10 % des salariés du secteur privé et semi-public qui ont les salaires les plus faibles.

- Le poids de chaque décile est égal au rapport entre le nombre de demandes (ou d'ouvertures) de compte de crédit renouvelable du décile et 10 % du nombre total de demandes. Pour faciliter la lecture, nous avons ensuite converti ces résultats en base 100 en les multipliant par 10.
- La surreprésentation d'un décile est constatée lorsque le poids du décile dépasse le chiffre 100. À titre d'exemple, le nombre de demandes d'ouvertures du décile 2 pour les banques est deux fois supérieur au poids des salariés en nombre (200 au lieu de 100).
- La surreprésentation des déciles 2 / 3 / 4 est très marquée pour les demandes d'ouverture. À l'inverse, les déciles à partir du sixième sont sous-représentés. Les écarts s'amenuisent pour les ouvertures de compte de crédit renouvelable dénotant une sélection selon le niveau de revenu. Le crédit renouvelable est surtout ciblé par les classes populaires. Notons que les consommateurs avec les plus faibles revenus sont très attirés par le crédit renouvelable, mais peu sont finalement éligibles.

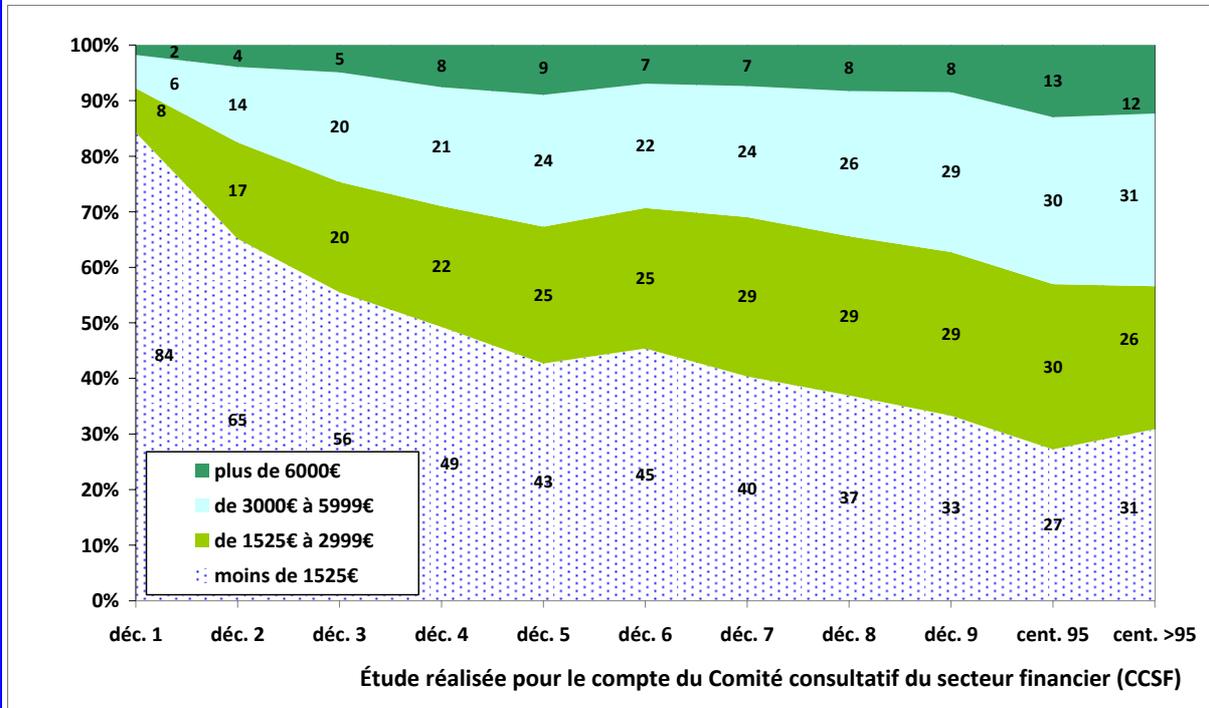
12.10. Les plafonds accordés en 2007 par tranche de montant



12.11. Les plafonds accordés en 2007 par tranche de montant et par décile de revenu

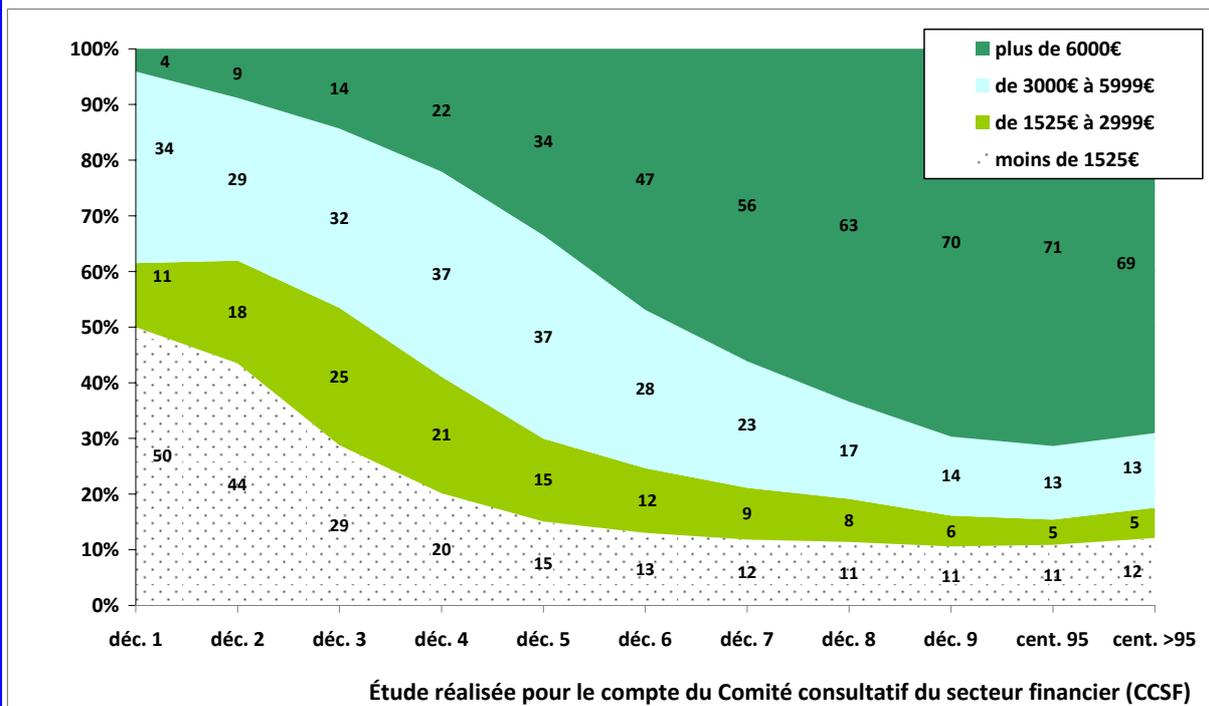
Répartition des plafonds accordés par tranche de montant et par décile de revenu

(chiffres 2007 en pourcentage pour les établissements de crédit spécialisés)



Source : Analyses Athling Management (IR = 67 %)

(chiffres 2007 en pourcentage pour les banques)

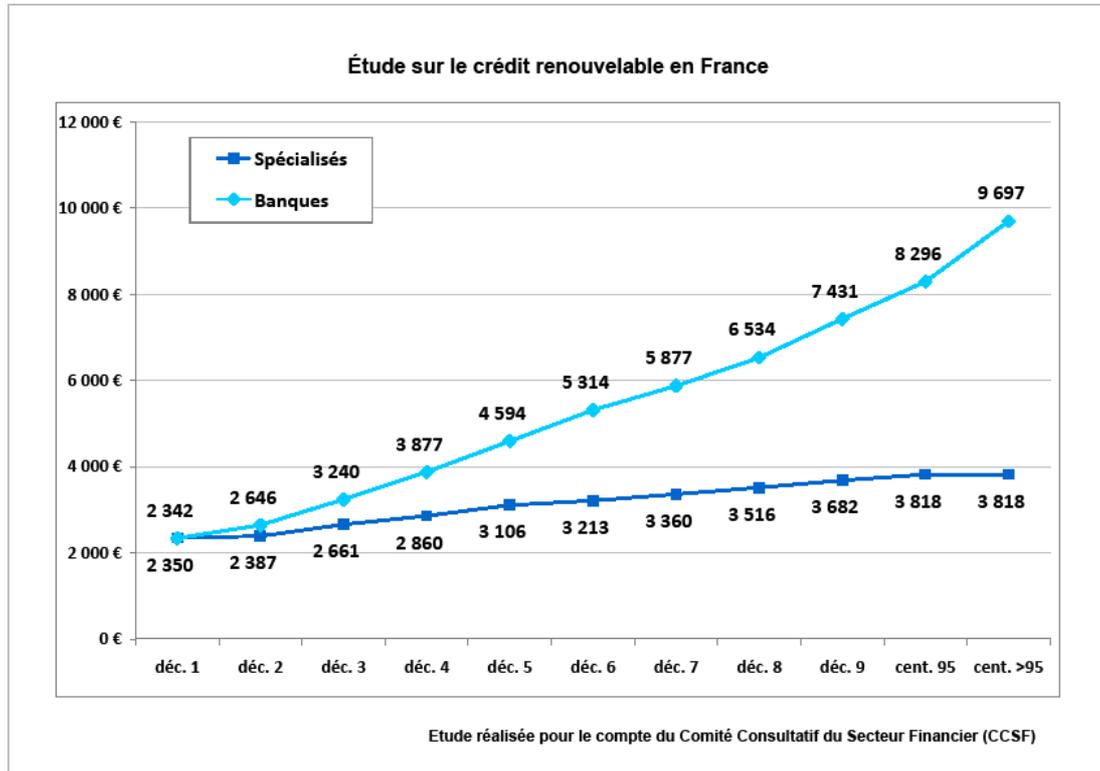


Source : Analyses Athling Management (IR = 75 %)

12.12. Les plafonds moyens accordés en 2007 par décile de revenu disponible et par type d'établissement

Plafond moyen accordé en 2007 par décile de revenu disponible et par type d'établissement

(chiffres 2007)



Source : Analyses Athling Management (IR = 53 %)

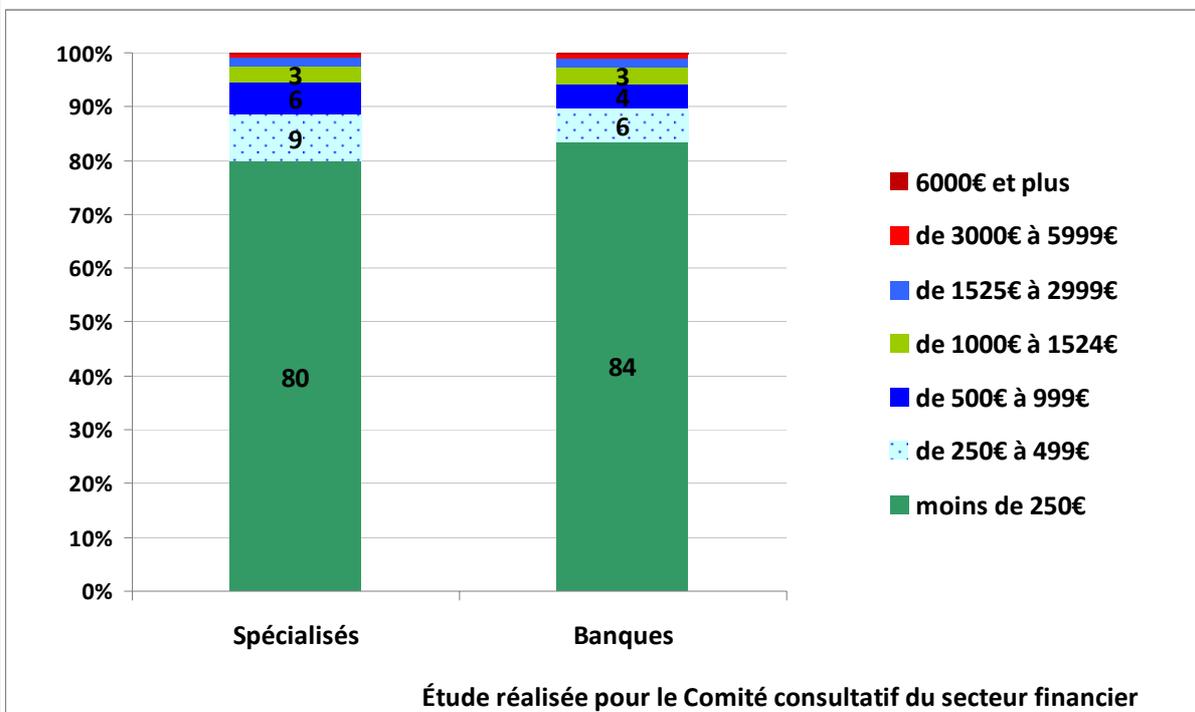
Commentaires

- Les plafonds augmentent avec les déciles de revenu disponible. Cette différenciation est plus marquée pour les banques. Le facteur multiplicateur entre le niveau le plus bas et le plus élevé est de 4,14 pour les banques et de 1,62 pour les établissements de crédit spécialisés.

12.13. L'ensemble des tirages par tranche de montant en 2007

Répartition de l'ensemble des tirages (ou utilisations) en 2007 par tranche de montant

(chiffres 2007 en pourcentage)

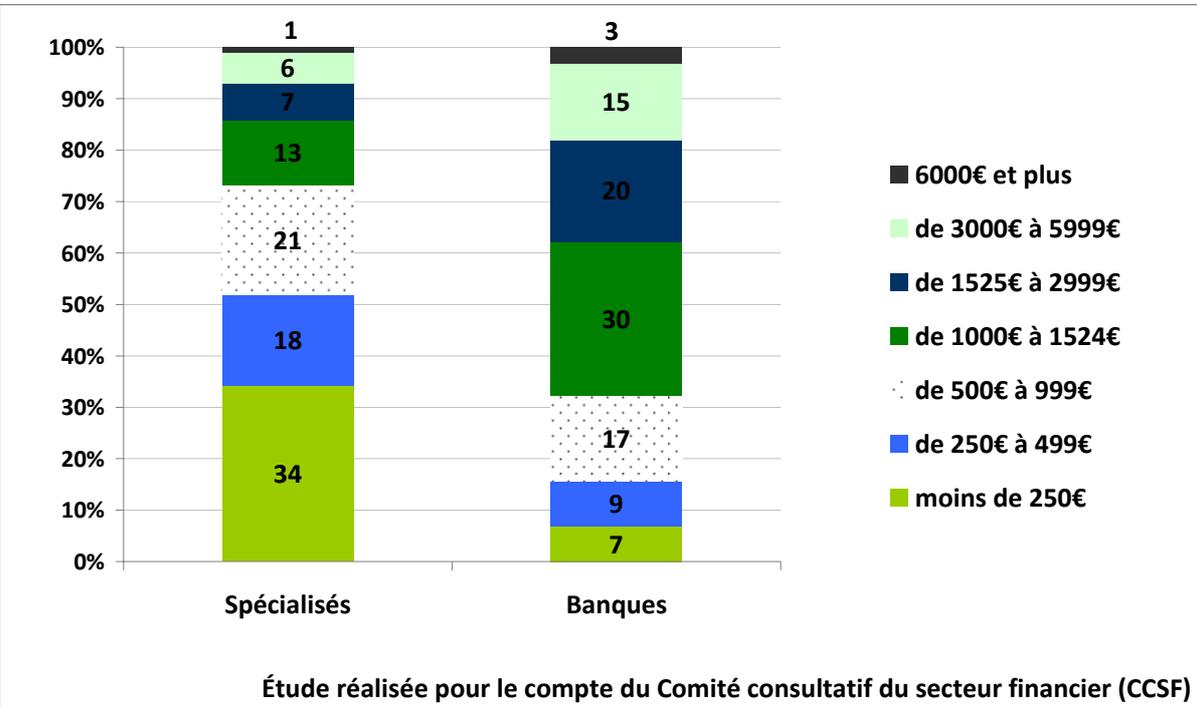


Source : Analyses Athling Management (IR = 41 %)

12.14. Les premiers tirages en 2007 par tranche de montant

Répartition des premiers tirages (ou utilisations) en 2007 par tranche de montant

(chiffres 2007 en pourcentage)



Source : Analyses Athling Management (IR = 79 %)

12.15. Les taux d'usure

Taux de l'usure pour les prêts à la consommation applicable au 1^{er} juillet 2008

(en pourcentage)

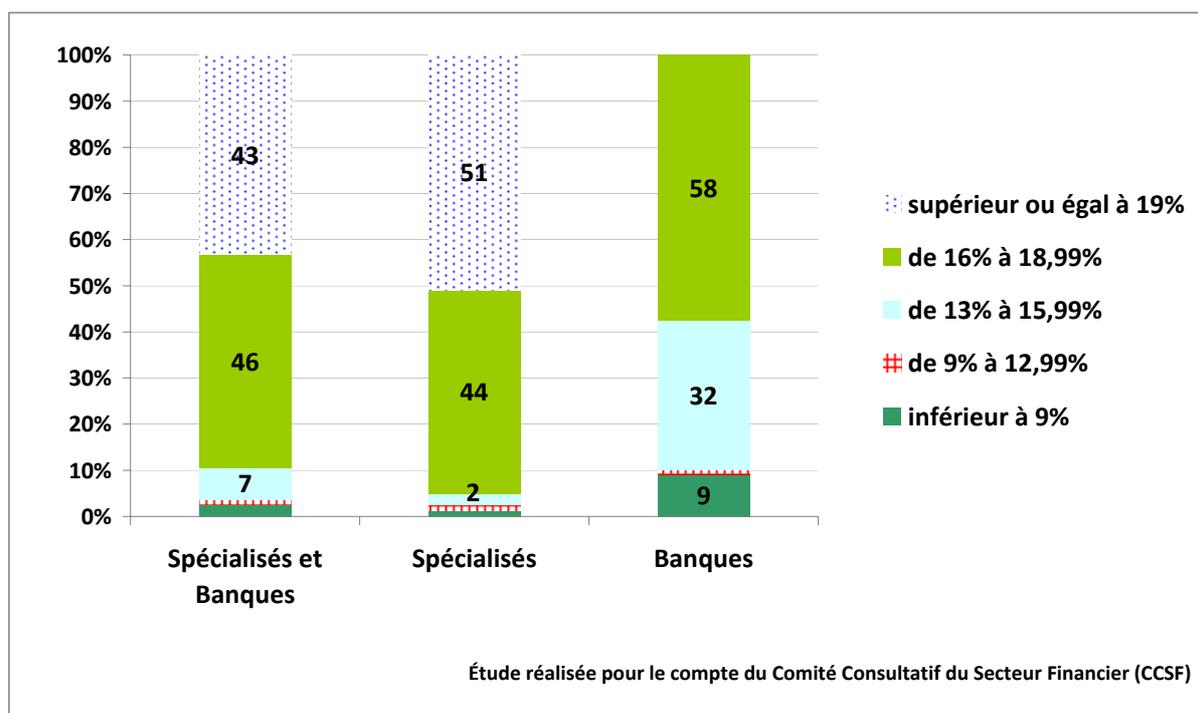
Type de prêt	Taux
Prêts inférieurs ou égaux à 1 524 euros	20,76
Découverts, prêts permanents et ventes à tempérament supérieurs à 1 524 euros	20,51
Prêts personnels et autres prêts supérieurs à 1 524 euros	9,68

Source : Banque de France

12.16. Les comptes de crédit renouvelable par tranche de taux contractuels

Répartition des comptes de crédit renouvelable ouverts en 2007 par tranche de taux contractuel

(chiffres 2007 en pourcentage)



Source : Analyses Athling Management (IR = 49 %)

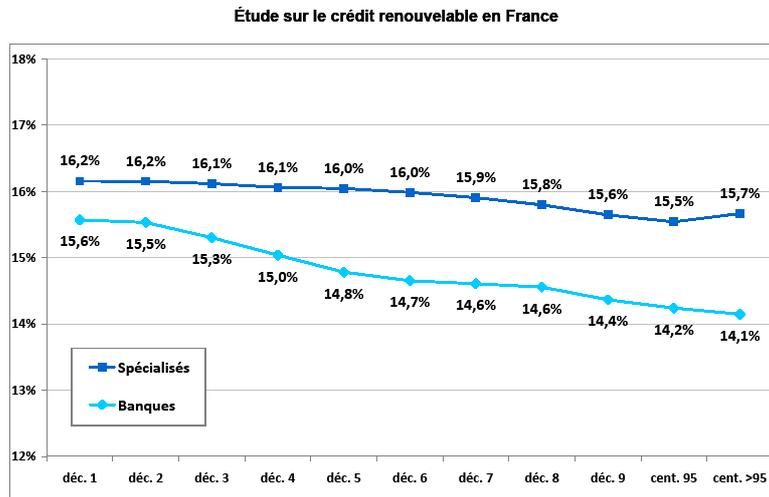
Commentaires

- Près de 90 % des contrats souscrits ont un taux d'intérêt contractuel supérieur à 16 %, et 43 % supérieur à 19 %. Ces graphiques doivent être interprétés avec la plus grande précaution. Ils ne donnent pas une vision des taux d'intérêt réellement facturés aux emprunteurs. En pratique, ces taux sont nettement plus faibles.

12.17. Les taux d'intérêt moyens facturés en 2007

Taux d'intérêt moyens facturés en 2007 par décile de revenu et par type d'établissement

(chiffres 2007 en pourcentage)



Etude réalisée pour le compte du Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF)

Source : Analyses Athling Management (IR = 48 %)

Commentaires

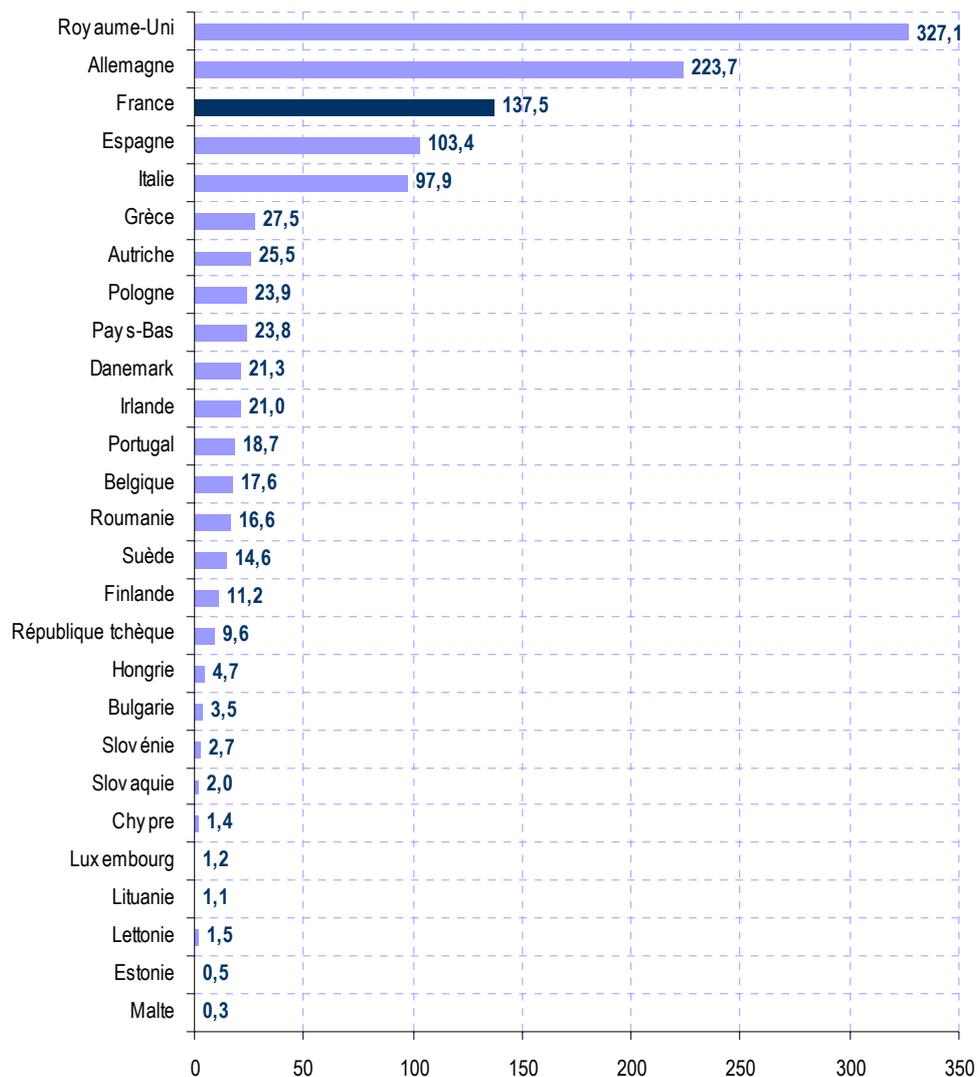
- Ce graphique montre que les taux pratiqués sont nettement inférieurs aux taux annoncés et aux taux d'usure.

13. FICHE PAYS

13.1. L'encours de crédit à la consommation en Europe à fin 2007

Encours de crédit à la consommation en Europe à fin 2007

(en milliards d'euros)



Sources : Banques centrales, Banque Centrale Européenne, Asterès

13.2. La France

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique				
<i>(chiffres à fin 2007)</i>				
Dettes des ménages	Dettes totales des ménages	Taux d'endettement ⁽¹⁾	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	877,1 Md€	46,3 %	137,5 Md€	28,9 Md€
Établissements de crédit spécialisés ⁽²⁾	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	82,1 Md€	28,5 Md€	nd	nd
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	1 892,4 Md€	1 073,0 Md€	63,68 millions	7,9 % ⁽³⁾
⁽¹⁾ Dette totale des ménages / PIB ⁽²⁾ Membres d'Eurofinas ⁽³⁾ Moyenne annuelle				
Sources : INSEE, Banque de France, Eurofinas, Eurostat, Censur, Asterès				

13.3. L'Allemagne

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique				
<i>(chiffres à fin 2007)</i>				
Dettes des ménages	Dettes totales des ménages	Taux d'endettement ⁽¹⁾	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	1 015,2 Md€	41,9 %	223,7 Md€	15,7 Md€
Établissements de crédit spécialisés ⁽²⁾	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	62,5 Md€	5,5 Md€	21,2 %	78,8 %
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	2 423,8 Md€	1 374,4 Md€	82,40 millions	7,8 %
⁽¹⁾ Dette totale des ménages / PIB ⁽²⁾ Membres d'Eurofinas				
Sources : CBS, Bundesbank, Eurofinas, Eurostat, Censur, Asterès				

L'économie allemande a été marquée ces dernières années par un recul du pouvoir d'achat et par une stagnation de la consommation des ménages. Cette configuration a débouché sur un recul de l'encours de crédit à la consommation et sur la montée en puissance rapide des formules de rachat de crédit (qui permettent à certains opérateurs de produire du crédit dans un contexte d'encours global ne

progressant pas). Le contexte économique n'est donc pas favorable à l'essor du marché du crédit renouvelable lequel est, de fait, étroit en Allemagne.

Le système financier allemand est dominé par les banques à réseau, lesquelles proposent des produits assez peu sophistiqués. C'est notamment ce qui explique la quasi-absence des produits de crédit renouvelable en Allemagne. D'après nos estimations, l'encours de crédit renouvelable ne représente en effet que 7 % de l'encours total de crédit à la consommation, ce qui est un chiffre faible. Même les établissements de crédit spécialisés sont peu engagés sur ce marché.

Taux de l'usure ou TAEG maximal autorisé

Le contrôle des taux pratiqués par les établissements allemands repose sur **la jurisprudence**. L'évaluation de l'usure est laissée à l'appréciation des tribunaux qui se basent sur les moyennes du marché publiées chaque mois par la Bundesbank pour les différents types de crédit. L'écart est considéré comme excessif quand il excède le double de celui du marché.

Fichiers positifs / négatifs

L'Allemagne dispose d'un fichier positif et négatif privé, la « Schufa », alimenté principalement par des acteurs bancaires et du crédit, mais également par des acteurs non bancaires (sociétés de recouvrement, bailleurs, prestataires de services, fournisseurs d'énergie et de télécommunication, secteur du commerce et de l'assurance). L'ensemble de ces acteurs peuvent consulter ce fichier. Les données des crédits en cours et/ou terminés y sont recensées ainsi que les informations provenant de tout incident de paiement constaté (crédit et hors crédit). Les croisements de fichiers à des fins commerciales ne sont pas autorisés.

13.4. La Belgique

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique				
<i>(chiffres à fin 2007)</i>				
Dettes des ménages	Dettes totales des ménages	Taux d'endettement ⁽¹⁾	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	165,1 Md€	49,9 %	18,1 Md€	1,4 Md€
Établissements de crédit spécialisés ⁽²⁾	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	17,2 Md€	3,1 Md€	43,0 %	57,0 %
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	330,8 Md€	173,5 Md€	10,39 millions	7,0 %
<i>(1) Dette totale des ménages / PIB</i>				
<i>(2) Membres d'Eurofinas</i>				
<i>Sources : CBS, BNB, Eurofinas, Eurostat, Censur, Asterès</i>				

L'encours de crédits à la consommation par habitant reste faible en Belgique (un peu moins de 1 700 euros fin 2007), un chiffre qui s'explique essentiellement par la faiblesse du ratio de l'encours aux dépenses de consommation des ménages (10,2 % en 2007). Le marché demeure entravé par un degré de réglementation élevé et un degré d'innovations modeste.

Le marché du crédit renouvelable est également étroit. L'encours ne dépasse pas 1,5 milliard d'euros. Là encore, les opérateurs mettent en avant le poids et le coût de la réglementation qui entravent, sur ce segment, le développement d'une offre rentable, en particulier sur le compartiment des cartes.

Taux de l'usure ou TAEG maximal autorisé

La méthode de fixation des TAEG est régie par l'arrêté royal du 19 octobre 2006. Deux fois par an (mars et septembre), le TAEG maximal est examiné dans le cas où une modification des indices de référence est constatée. La variation des indices doit être au moins égale à 0,75 point pour que les TAEG soient revus à la hausse comme à la baisse.

En Belgique, la réglementation distingue les TAEG maximums en fonction :

- des montants de l'encours : existence de trois « bornes » de montant pour les ouvertures de crédits (dont le seuil de 1 250 euros est quelque peu « équivalent » au seuil de 1 524 euros en France). Plus les montants sont importants, plus le TAEG autorisé diminue.
- des types de prêts : prêts/ventes à tempérament, crédit-bail et ouvertures de crédit. En Belgique sont distinguées les ouvertures de crédits avec carte et sans carte. Les taux autorisés sont plus élevés pour la première catégorie que pour la seconde.

Fichiers positifs / négatifs

La Belgique a mis en œuvre en 2003 une centrale publique d'informations gérée exclusivement par la Banque nationale de Belgique. Ce fichier positif et négatif ne recense que les données relatives aux crédits et n'est accessible qu'aux seuls établissements bancaires et établissements de crédit spécialisés. Sa consultation est obligatoire pour tout octroi de crédit. Il est également possible de réaliser des consultations dans le cadre de la gestion des crédits en cours. Les croisements de fichiers à des fins commerciales ne sont pas autorisés.

13.5. L'Espagne

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique				
<i>(chiffres à fin 2007)</i>				
Dette des ménages	Dette totale des ménages	Taux d'endettement (1)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	834,4 Md€	79,5 %	103,4 Md€	10-15 Md€
Établissements de crédit spécialisés (2)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	36,8 Md€	4,8 Md€	62,7 %	37,3 %
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	1 049,8 Md€	597,1 Md€	40,45 millions	8,7 %
<p>(1) Dette totale des ménages / PIB</p> <p>(2) Membres d'Eurofinas</p> <p>Sources : CBS, Bank of Spain, Eurofinas, Eurostat, Censur, Asterès</p>				

Le marché espagnol du crédit à la consommation a connu une progression spectaculaire, ces dernières années, portée par trois éléments principaux : une forte croissance économique, un net reflux du taux de chômage et une consommation dynamique. La faiblesse des taux d'intérêt réels (jusqu'à l'année 2006) avait également contribué à augmenter la demande de crédits.

Nous ne disposons pas de statistiques officielles sur le marché espagnol du crédit renouvelable. Toutefois, les données issues d'Eurofinas et les remontées des acteurs financiers présents sur place nous amènent à penser que l'encours de crédit renouvelable pèse de 10 à 15 milliards d'euros. Ce segment s'est avéré particulièrement dynamique ces dernières années (surtout lorsqu'il utilise comme support les cartes privatives), comme la souscription de crédits sur le lieu de vente.

Taux de l'usure ou TAEG maximal autorisé

Le contrôle des taux pratiqués par les établissements espagnols repose sur la jurisprudence. La loi du 7 octobre 2000 stipule que les taux d'intérêt ne peuvent être sensiblement supérieurs au taux d'intérêt moyen. Ainsi l'évaluation précise de l'usure est laissée à l'appréciation des tribunaux.

Fichiers positifs / négatifs

Il y a coexistence d'une multitude de centrales d'informations privatives dont la principale est gérée par la société ASNEF-Equifax. Les données bancaires, positives et négatives, sont complétées par les données des opérateurs téléphoniques, depuis début 2005, qui peuvent également accéder aux informations de la centrale.

13.6. L'Italie

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique

(chiffres à fin 2007)

<i>Dette des ménages</i>	Dette totale des ménages	Taux d'endettement <i>(1)</i>	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	478,2 Md€	31,1 %	97,9 Md€	10-15 Md€
<i>Établissements de crédit spécialisés</i> ⁽²⁾	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	84,1 Md€	8,9 Md€	86,1 %	13,9 %
<i>Environnement macroéconomique</i>	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	1 535,5 Md€	904,0 Md€	50,15 millions	6,1 %

(1) Dette totale des ménages / PIB

(2) Membres d'Eurofinas

Sources : CBS, Bank of Italy, Eurofinas, Eurostat, Census, Asterès

Le marché italien du crédit à la consommation bénéficie d'un effet de rattrapage par rapport au reste de la zone euro. À 10,8 %, le ratio de l'encours de crédits à la consommation sur les dépenses de consommation des ménages reste faible. C'est ce qui explique la forte croissance de l'encours ces dernières années. Ce dynamisme profite surtout aux sociétés spécialisées. Leur part de marché est passée de 40,5 % fin 2003 à 49,1 % fin 2007. Symétriquement, celle des banques est tombée à 50,9 %. La libéralisation du secteur financier s'est en effet traduite par une entrée importante de nouveaux établissements de crédit venus faire concurrence aux banques.

Cette montée en puissance des établissements de crédit spécialisés permet à l'encours de crédit renouvelable de progresser, même si sa place reste limitée (moins de 20 % de l'encours total de crédit à la consommation). Le crédit renouvelable non carte est même quasiment inexistant chez les spécialistes. En effet, en Italie, le découvert est considéré comme un véritable outil de gestion qui présente parfois des taux d'intérêt égaux voire inférieurs à ceux des prêts à la consommation classiques (amortissables et renouvelable).

Taux de l'usure ou TAEG maximal autorisé

Comme en France, le taux d'usure est réévalué chaque trimestre selon la loi du 7 mars 1996 et diffère en fonction des produits. Un taux d'intérêt est usuraire s'il excède de plus de 50 % le TAEG moyen appliqué par les banques et intermédiaires financiers. Ces taux sont publiés trimestriellement dans le Journal Officiel et classés par nature, objet, montant, durée, risque et garantie.

Fichiers positifs / négatifs

La centrale de risques privative, EURISC© a été créée en 1990 par la société CRIF SpA (Centrale dei RIschi Finanziari) dont le capital est contrôlé par les principaux opérateurs du système bancaire et financier italien. L'adhésion au système de centralisation des encours (fichiers positif et négatif) se fait uniquement sur la base du volontariat et concerne les banques, les établissements de crédit spécialisés, les émetteurs de cartes de crédit renouvelable. Les interrogations ne sont admises qu'en cas de demande de financement de la part d'un emprunteur ou pour contrôler un contrat déjà acquis en portefeuille et recensé dans la centrale.

13.7. Les Pays-Bas

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique

(chiffres à fin 2007)

Dette des ménages	Dette totale des ménages	Taux d'endettement (1)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	441,1 Md€	78,8 %	23,8 Md€	13,4 Md€
Établissements de crédit spécialisés (2)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	8,0 Md€	5,5 Md€	nd	nd
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	559,5 Md€	263,2 Md€	16,57 millions	2,8 %

(1) Dette totale des ménages / PIB

(2) Membres d'Eurofinas

Sources : CBS, Bank of Netherland, Eurofinas, Eurostat, Census, Asterès

Le marché néerlandais du crédit à la consommation est étroit (5,4 % de la dette totale des ménages fin 2007), alors que le taux d'endettement des ménages est élevé (153 % de leur revenu disponible). Cet état de fait s'explique par une distorsion fiscale qui favorise l'encours de crédits immobiliers au détriment de l'encours de crédits à la consommation.

Le crédit renouvelable est, de loin, le produit de crédit à la consommation le plus utilisé aux Pays-Bas. Il présente trois spécificités :

- l'intensité concurrentielle est très forte, et les taux sont modérés ;
- les montants empruntés peuvent être très élevés (jusqu'à 100 000 euros, même si la plupart des offres proposent des montants allant de 5 000 à 75 000 euros). Les durées de remboursement moyennes sont, d'ailleurs, les plus longues d'Europe. *De facto*, le montant moyen du crédit renouvelable est élevé (supérieur à 5 000 euros fin 2006). Les Néerlandais utilisent le crédit renouvelable comme un substitut au crédit classique pour financer des achats précis ;
- les intérêts d'emprunt sont fiscalement déductibles si les montants sont affectés à des travaux d'agrandissement ou de réparation de la résidence principale. L'agrandissement de la maison, la rénovation, l'installation d'une nouvelle cuisine ou la réalisation d'un jardin sont, au demeurant, les motifs les plus souvent avancés pour justifier la souscription d'un crédit renouvelable.

Taux de l'usure ou TAEG maximal autorisé

Le contrôle des taux pratiqués par les établissements des Pays-Bas repose sur la réglementation. Le taux d'intérêt maximum correspond au taux d'intérêt légal plus 17 points de pourcentage.

Fichiers positifs / négatifs

Les Pays-Bas disposent d'un fichier privé positif et négatif qui couvre la quasi-totalité du marché néerlandais. Le principal fichier est le CKI (Central Krediet Informatiessysteem) opéré par la société BKR. La BKR dispose des rapports détaillant les encours de crédit et le règlement des échéances ainsi que les défauts de paiement des principaux opérateurs téléphoniques. La consultation préalable à l'octroi d'un crédit est obligatoire.

13.8. La Pologne

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique

(chiffres à fin 2007)

Dette des ménages	Dette totale des ménages	Taux d'endettement (1)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	67,0 Md€	21,8 %	23,9 Md€	2,2 Md€
Établissements de crédit spécialisés	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	nd	nd	nd	nd
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	307,3 Md€	187,4 Md€	38,52 millions	8,2 %

(1) Dette totale des ménages / PIB

Sources : CBS, Bank of Poland, Eurostat, Censur, Asterès

L'utilisation des crédits renouvelables est encore peu fréquente en Pologne. Ceux-ci sont peu courants (9 % de l'encours de crédit à la consommation fin 2007) et surtout proposés par les banques. Ils sont avant tout destinés à des achats liés à l'équipement de ménages relativement fortunés. Les cartes de crédit renouvelables sont utilisées comme substituts aux prêts personnels par les clients les plus aisés.

On note déjà une progression de la part des crédits renouvelables. Les classes populaires voient leurs revenus augmenter rapidement, ce qui leur permet d'accéder à des types de crédits de plus en plus sophistiqués et de montants de plus en plus importants (les limites d'emprunt sur un compte bénéficiant d'un découvert sont très faibles, de l'ordre de 200 euros, là où un encours renouvelable peut s'élever jusqu'à plusieurs milliers d'euros). Ce mouvement perdurera tant que les conditions macroéconomiques seront favorables et permettront un accroissement substantiel du pouvoir d'achat des actifs. Les ménages qui le peuvent sont d'autant plus incités à recourir au crédit renouvelable que les taux sont nettement moins élevés sur ces produits que sur les découverts.

13.9. Le Royaume-Uni

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique

(chiffres à fin 2007)

<i>Dette des ménages</i>	<i>Dette totale des ménages</i>	<i>Taux d'endettement (1)</i>	<i>Encours de crédits à la consommation</i>	<i>Encours de crédit renouvelable</i>
	1 502,3 Md€	74,2 %	327,1 Md€	90,0 Md€
<i>Établissements de crédit spécialisés (2)</i>	<i>Encours de crédits à la consommation</i>	<i>Encours de crédits renouvelables</i>	<i>Part du crédit renouvelable sur carte</i>	<i>Part du crédit renouvelable non carte</i>
	119,8 Md€	37,2 Md€	89,5 %	10,5 %
<i>Environnement macroéconomique</i>	<i>PIB</i>	<i>Consommation</i>	<i>Population</i>	<i>Taux de chômage</i>
	2 023,6 Md€	1 279 Md€	60,78 millions	5,0 %

(1) Dette totale des ménages / PIB

(2) Membres d'Eurofinas

Sources : CBS, Bank of England, Eurofinas, Eurostat, Census, Asterès

Avec un encours de 327 milliards d'euros de crédit à la consommation à fin 2007, le Royaume-Uni est le principal marché européen. L'encours par habitant y est supérieur à 5 300 euros et le ratio de l'encours à la consommation des ménages s'établit à 25,6 %. Les besoins de trésorerie des Britanniques peuvent être intenses. En effet, comme dans la plupart des pays anglo-saxons, la consommation tend à y être soutenue, alors que les gains de pouvoir d'achat peuvent fortement varier d'une année sur l'autre. Cette déconnexion prononcée tire la demande de prêts, en particulier ceux qui, comme les crédits renouvelables, sont bien adaptés aux besoins de gestion de trésorerie des particuliers (d'autant que la réglementation, plutôt libérale, a permis un foisonnement des offres).

Ainsi, l'encours de crédit renouvelable représente au Royaume-Uni plus de 27 % de l'encours de crédit à la consommation (hors prêts hypothécaires). Il s'agit donc du principal marché européen, sur ce segment. Pour les seuls établissements membres d'Eurofinas, ce chiffre dépasse 30 % de crédit à la consommation.

Taux de l'usure ou TAEG maximal autorisé

Le contrôle des taux pratiqués par les établissements de crédit repose sur la jurisprudence. Il n'existe pas de taux de l'usure. Il appartient au Tribunal d'apprécier la « normalité » du taux d'intérêt et de sanctionner les taux manifestement « excessifs ».

Fichiers positifs / négatifs

Les centrales d'informations sont privées. Les informations conservées sont positives et combinent des données publiques et des données transmises par les établissements de crédit. Les centrales recensent à la fois des données positives et négatives relatives à l'activité de crédit (tout crédit en cours ou terminé de quelque manière que ce soit incluant notamment le nom du prêteur) et auxquelles s'ajoutent les incidents de paiement de tout ordre qui ont fait l'objet d'un jugement.

13.10. La Suède

Chiffres-clés sur le crédit renouvelable et son environnement économique

(chiffres à fin 2007)

Dette des ménages	Dette totale des ménages	Taux d'endettement (1)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédit renouvelable
	212,2 Md€	63,8 %	14,6 Md€	< 1 Md€
Établissements de crédit spécialisés (2)	Encours de crédits à la consommation	Encours de crédits renouvelables	Part du crédit renouvelable sur carte	Part du crédit renouvelable non carte
	5,8 Md€	0,3 Md€	nd	nd
Environnement macroéconomique	PIB	Consommation	Population	Taux de chômage
	332,3 Md€	155,1 Md€	9,031 millions	5,8 %

(1) Dette totale des ménages / PIB

(2) Membres d'Eurofinas

Sources : Riksbank, Eurofinas, Eurostat, Census, Asterès

L'encours moyen de crédit à la consommation par habitant est faible en Suède (à peine plus de 1 600 euros en 2007) en raison d'un ratio encours / consommation faible (9,4 %). Toutefois, les statistiques officielles de crédits à la consommation n'incluent pas les prêts aux étudiants, très importants en Suède, lesquels sont directement octroyés par l'État (*via* le Centrala Studiemedels Nämnden). Les encours de prêts étudiants ne font en outre pas l'objet d'un suivi régulier. Ainsi, l'encours total de crédits à la consommation à l'ensemble de la population est plus important que les chiffres de la Riksbank ne le suggèrent.

Le marché suédois du crédit renouvelable est peu développé, l'encours s'établissant selon nos estimations à moins de 1 milliard d'euros. Traditionnellement, la demande de crédit avait été satisfaite par des facilités de découverts et des produits de crédits amortissables. On note néanmoins un intérêt croissant, en particulier de la part des distributeurs, pour les cartes privatives et le crédit renouvelable (cet intérêt se retrouve assez largement dans l'ensemble des pays scandinaves).

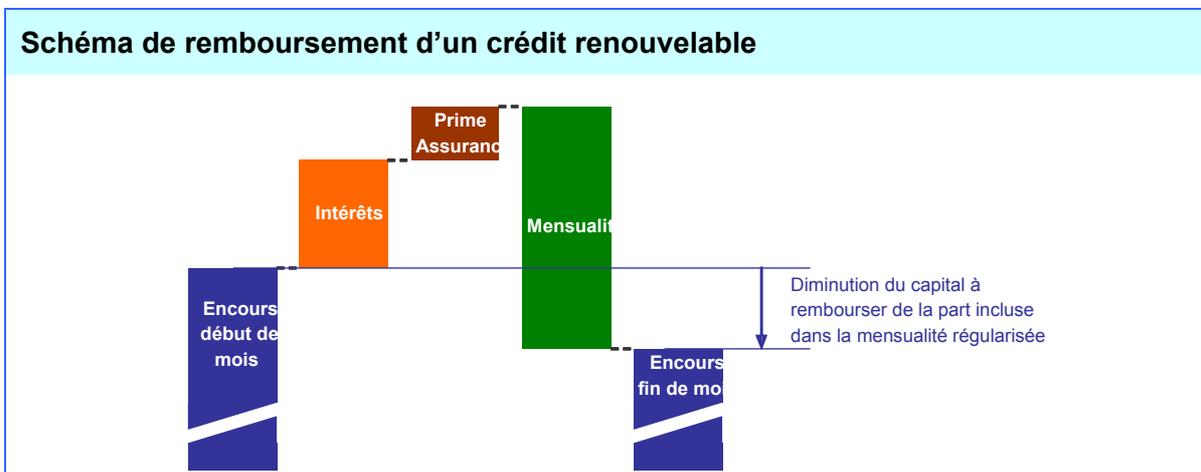
Fichiers positifs / négatifs

La centrale d'informations de crédit majeure en Suède (80 à 90 % du marché) est détenue par l'UC AB, société commerciale dont les actionnaires sont les cinq plus grandes banques suédoises. Cette centrale d'information est très complète. Elle recense à la fois des données positives relatives à l'activité de crédit (nombre de prêts, montants empruntés, encours, impayés, etc.) et des données négatives de tout ordre, issues de fichiers d'incidents de paiement, qui ont été jugées et transmises à des huissiers (des loyers impayés aux contraventions impayées). Un très grand nombre d'incidents de paiements y sont répertoriés. Le fichier suédois intègre également des informations concernant les revenus des emprunteurs et leur patrimoine immobilier.

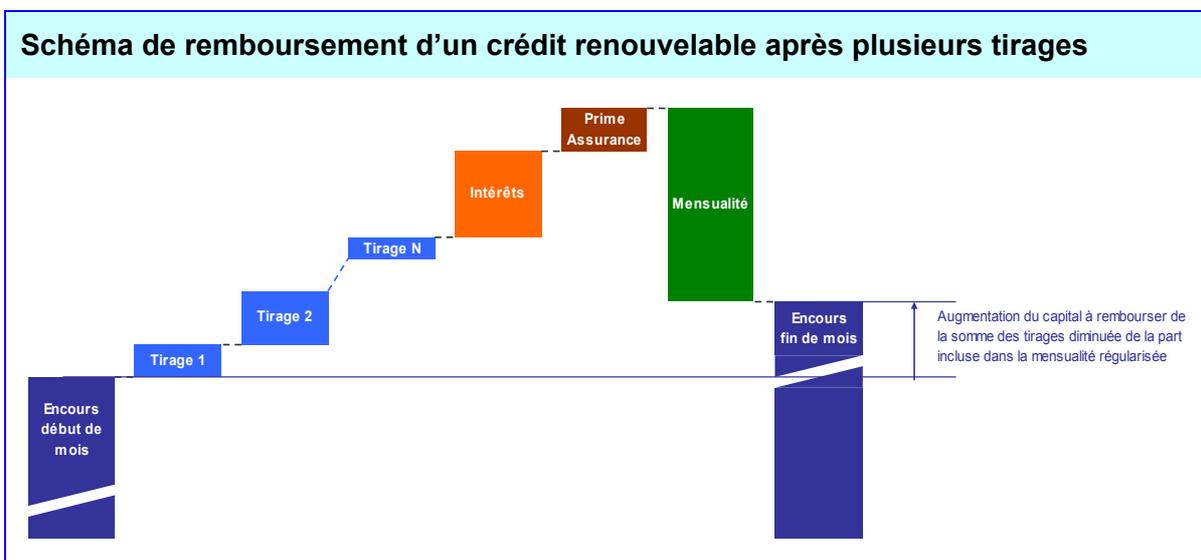
14. DÉFINITION ET FONCTIONNEMENT D'UN COMPTE DE CRÉDIT RENOUVELABLE

Des principes de fonctionnement d'un compte de crédit renouvelable

Le montant emprunté est remboursable le plus souvent mensuellement par prélèvement sur le compte bancaire de l'emprunteur ou par chèque à une date d'arrêté fixée dans le contrat. La mensualité rembourse une partie du capital, et couvre les intérêts et l'éventuelle cotisation d'assurance emprunteur ainsi que d'autres prestations annexes (exemple, extension de garantie). En marge du règlement de ses mensualités, l'emprunteur peut effectuer, à tout moment et sans pénalité, un remboursement anticipé partiel ou total de son encours. Si l'emprunteur n'effectue aucun tirage pendant le mois, son encours diminue de la part de capital effectivement remboursée dans la mensualité.



Si l'emprunteur effectue un ou plusieurs tirages pendant le mois, et s'il n'effectue aucun remboursement supplémentaire à sa mensualité, son encours augmente des montants cumulés des tirages diminués de la part de capital effectivement remboursée dans la mensualité.



Le calcul des mensualités

À titre d'illustration, les chiffres ci-dessous reprennent les intérêts, les primes d'assurances et les mensualités, et ont été réalisées à l'échelle des montants relatifs au crédit renouvelable constatés chez les prêteurs leaders du marché.

Décomposition d'une mensualité en pourcentage de l'encours		
Items	Pourcentage de l'encours	Commentaires
Mensualité	+ 3,50 %	• Les mensualités varient selon les prêteurs entre 3 % et 4 % de l'encours.
Intérêts mensuels	- 1,57 %	• Pour un TEG de 20,51 % (taux d'usure au 3 ^{ème} trimestre 2008 pour un prêt dont le montant est supérieur à 1 524 €).
Prime d'assurance	- 0,60 %	• Montant observé pouvant aller jusqu'à 0,95 % avec un co-emprunteur.
Capital remboursé	= 1,33 %	• Ce chiffre est égal à 3,50 % - 1,57 % - 0,60 %.

NB : Les calculs ont été simplifiés pour être ramenés en base mensuelle.

Les règles de calcul des mensualités sont indiquées sur les supports publicitaires, sur les sites Internet des prêteurs, dans les offres préalables de crédit, et dans le contrat. Elles sont aussi transmises par téléphone ou en face à face. Toutefois, elles ne font pas toujours l'objet d'explications suffisamment pédagogiques³⁷ pour permettre aux consommateurs de reconstituer le montant de leur mensualité et leur décomposition.

Il existe deux grands types de règles de calcul d'une mensualité. La première donne lieu à des mensualités dégressives en fonction de l'encours, la seconde à des mensualités fixes. Dans les deux cas, un montant minimum de mensualité à régler est aussi indiqué.

La mensualité dégressive

La dégressivité peut être exprimée par tranche d'encours ou en pourcentage d'encours.

Dans le premier cas, la mensualité minimum est fixée par tranche d'encours, ainsi que le TEG. Pour une tranche d'encours donnée, l'emprunteur ne peut pas rembourser moins que la mensualité minimum. À chaque changement de tranche d'encours (à la suite d'un nouveau tirage ou à un remboursement), une nouvelle mensualité minimum est fixée. Des prêteurs proposent à l'emprunteur, pour chaque tranche d'encours, trois montants de mensualité minimum correspondant à trois vitesses de remboursement (lente, moyenne, rapide).

Dans le second cas, la mensualité est calculée à partir d'un pourcentage d'encours. Elle varie avec l'encours et donc potentiellement à chaque échéance. Cette seconde technique de dégressivité est très prisée dans les pays anglo-saxons et, dans la pratique, très peu usitée en France. En revanche, les termes utilisés dans certaines offres préalables de crédit laissent à penser que certains prêteurs y ont recours (exemple, calcul de la mensualité en pourcentage du solde dû ou du capital restant dû). Ce qui n'est plus le cas après vérification.

Ces deux modes de calcul de la mensualité à régler allègent la charge mensuelle du crédit. Toutefois, ils allongent la durée de remboursement total du crédit puisqu'à chaque changement de

³⁷ Ce point est abordé dans les chapitres 6, 7 et 9 du rapport.

tranche d'encours ou de recalcul de la mensualité (cas d'une dégressivité en pourcentage d'encours), la mensualité diminue. Ces changements de tranche agissent comme un frein sur la vitesse d'amortissement. La durée de vie du crédit étant allongée, le coût total augmente aussi pour l'emprunteur. Toutefois, l'emprunteur peut, s'il le souhaite, rembourser une somme supérieure au montant de cette mensualité minimum.

Ce phénomène est amplifié lorsque la dégressivité est accompagnée d'une augmentation du TEG avec une diminution d'encours. Les tranches d'encours les plus faibles ont les TEG les plus élevés.

Les deux exemples ci-après reprennent chacun un type de dégressivité.

- Exemple n° 1 : Cas d'une dégressivité par tranche d'encours
 - Le prêteur indique pour chaque tranche un montant de mensualité minimum à régler par l'emprunteur, ainsi que le TEG correspondant. Ce montant diminue selon l'encours.

Exemple de dégressivité par tranche d'encours			
Encours	TEG	Mensualité minimum	Dégressivité en pourcentage
jusqu'à 500 €	20,57 %	15 €	Au minimum 3 %
de 501 € à 750 €	20,57 %	25 €	entre 3,33 % et 5 %
de 751 € à 1 500 €	20,57 %	40 €	entre 2,67 % et 5,33 %
de 1 501 € à 1 524 €	20,57 %	60 €	entre 3,94 % et 4 %
de 1 525 € à 2 000 €	20,42 %	60 €	entre 3 % et 3,93 %
de 2 001 € à 2 500 €	20,42 %	80 €	entre 3,20 % et 4 %
de 2 501 € à 3 000 €	20,42 %	100 €	entre 3,33 % et 4 %

NB : La dégressivité exprimée dans la colonne de gauche est égale au rapport entre la mensualité minimum et les bornes de la tranche d'encours correspondante.

Source : Extrait d'une grille tarifaire d'un établissement de crédit spécialisé

- Pour un crédit de 3 000 euros sans assurance emprunteur, le TEG moyen recalculé est de 20,49 %. Le montant des agios et la durée de remboursement seraient respectivement de l'ordre de 2 185 euros et de 132 mois.
- Exemple n° 2 : Cas où la mensualité est égale à 3 % de l'encours avec un montant minimum de 15 euros à partir d'un encours de 500 € avec un TEG moyen de 20,49 %
 - La mensualité est recalculée jusqu'à ce que l'encours soit égal à 500 euros. À partir de ce montant, elle devient fixe et est égale à 15 euros.
 - Si l'on prend les mêmes caractéristiques du crédit que précédemment, le montant des agios et la durée de remboursement seraient respectivement de l'ordre de 2 854 euros et de 168 mois, c'est-à-dire nettement supérieurs à ceux calculés avec une dégressivité par tranche d'encours.

La mensualité fixe et constante sur la durée du crédit

La mensualité est calculée en pourcentage du montant initial effectivement utilisé (premier tirage) par l'emprunteur ou du plafond autorisé.

Dans le premier cas, si l'encours augmente à la suite d'un nouveau tirage et dépasse le montant du premier tirage, la mensualité est recalculée. Dans le second cas, la mensualité est revue uniquement si le plafond autorisé est augmenté.

Le pourcentage retenu dans l'exemple n° 3 ci-après est de 3 % du montant initial.

- L'emprunteur effectue un premier tirage de 3 000 euros avec un plafond autorisé de 4 000 euros. Sa mensualité est donc de 90 euros. Il rembourse par mensualités minimales fixes de 90 euros. À ce rythme, avec un TEG de 20,49 %, le montant des agios et la durée de remboursement seraient respectivement de l'ordre de 1 275 euros et de 48 mois, c'est-à-dire très nettement inférieurs à ceux calculés avec une dégressivité qu'elle soit par tranche d'encours ou en pourcentage d'encours.
- Lorsque son encours passe à 1 000 euros, l'emprunteur décide de refaire un tirage de 3 000 euros. Son encours est alors égal à 4 000 euros. Sa mensualité passe de 90 euros à 120 euros, soit $4\,000 \times 3\%$.

Il est important de noter que certains prêteurs diminuent cette mensualité «fixe» aux dates anniversaires des contrats, ce qui revient à une forme de dégressivité. Comme indiqué précédemment, ce mécanisme allège la charge mensuelle du crédit mais en allonge la durée et en augmente le coût total pour l'emprunteur.

Une comparaison entre ces deux modes d'amortissement

Il est intéressant de noter que, dans l'exemple n° 1, le TEG moyen qui permet d'obtenir un montant d'agios comparable à celui de l'exemple n° 3 est égal à 14,35 %, et de 12,25 % pour l'exemple n° 2. Rappelons que le TEG de l'exemple n° 3 est de 20,49 %. Il s'avère donc que le mode de calcul des mensualités est un critère déterminant dans le coût total du crédit. La seule prise en compte du TEG pour comparer des offres de crédit renouvelable d'un point de vue financier est très limitée, voire peut conduire à des conclusions fausses. Ce point est repris dans le chapitre 4.3 du rapport.

Quoi qu'il en soit, les mensualités dégressives et fixes offrent deux profils (ou chroniques) très différents d'amortissement du capital emprunté. Les mensualités fixes permettent de rembourser un crédit à « vitesse constante », alors que les mensualités dégressives offrent la possibilité de réduire la charge mensuelle du crédit pour l'emprunteur tout en allongeant la durée de remboursement.

LISTE DES PUBLICATIONS DU COMITÉ CONSULTATIF DU SECTEUR FINANCIER

PUBLICATIONS DU COMITÉ CONSULTATIF DU SECTEUR FINANCIER, DIFFUSÉES PAR LA BANQUE DE FRANCE (Tarifs 2009)	Périodicité	Prix HT en euros	Taux de TVA	Prix TTC en euros
Rapports annuels du Comité consultatif du secteur financier Rapport 2005 – édition 2006 Rapport 2006 – édition 2007 Rapport 2007-2008 – édition 2009 (à paraître)	Annuelle	Gratuit *		Gratuit*
Rapports des groupes de travail du Comité consultatif : Les défis de l'industrie bancaire – Septembre 2006 Édition et mise en vente par la Documentation française				10,00
Études réalisées à la demande du Secrétariat général du CCSF et qui n'engagent que leurs auteurs 1. L'endettement des ménages européens – Août 2005 2. La médiation financière – Décembre 2005 3. La demande des ménages en matière de crédit à la consommation et les ajustements nécessaires pour y répondre – Janvier 2006 4. Les enjeux et impacts pour les épargnants français des mesures proposées par la Commission européenne touchant aux placements financiers – Janvier 2008 5. Pour un développement responsable du crédit renouvelable en France – Décembre 2008		14,22 14,22 14,22 14,22 14,22	5,50 5,50 5,50 5,50 5,50	15,00 15,00 15,00 15,00 15,00

Commandes		Consultation et vente au numéro
Mode de règlement Chèque bancaire ou postal à l'ordre de : « Banque de France – Publications »	Commandes par correspondance BANQUE DE FRANCE Code courrier : 07-1050 Relations avec le public 75049 Paris Cedex 01	BANQUE DE FRANCE Service Relations avec le public 48, rue Croix-des-Petits-Champs 75001 Paris Heures d'ouverture : du lundi au vendredi de 9 h 30 à 16 h 00
Téléphone : 01 42 92 39 08 – Télécopie : 01 42 92 39 40		

Pour les autres publications diffusées par la Banque de France, se reporter au site Internet : <http://www.banque-france.fr> ou à son catalogue des publications, diffusé par le service Relations avec le public (il peut être obtenu, sur demande, à l'adresse indiquée ci-dessus).

* Gratuit dans la limite des stocks disponibles en s'adressant directement au Secrétariat général du CCSF (Téléphone : 01 42 92 27 10) et consultable sur le site Internet : <http://www.banque-france.fr/ccsf/fr/index.htm> ou <http://www.ccsfin.fr> ou <http://www.ccsfin.net> ou <http://www.ccsfin.org>

AUTRES RAPPORTS PUBLIÉS DE 1986 À 2004 PAR LE SECRÉTARIAT GÉNÉRAL DU CONSEIL NATIONAL DU CRÉDIT ET DU TITRE (CNCT) ET DU COMITÉ CONSULTATIF DU CNCT ET DIFFUSÉS PAR LA BANQUE DE FRANCE (Tarifs applicables au 1er janvier 2008)	Périodicité	Prix HT en euros	Taux de TVA	Prix TTC en euros
Rapport annuels Rapport du Conseil national du crédit et du titre – Exercice 2001 (dernière édition en 2002) Rapport du Comité consultatif du CNCT – Exercice 2002-2003 (dernière édition en 2003)	Annuel	gratuit		gratuit*
	Annuel	gratuit		gratuit*
Rapports des groupes de travail du Comité consultatif du CNCT				
1. Endettement et surendettement des ménages (1989)		14,45	5,50	15,24
2. Nouveaux travaux sur les cartes de paiement (1990)		14,45	5,50	15,24
3. Aspects juridiques de la banque à domicile et du télépaiement (décembre 1991)		14,45	5,50	15,24
4. La réforme de la législation sur l'usure : un premier bilan (décembre 1992)		14,45	5,50	15,24
5. La prévention et le traitement du surendettement des ménages (janvier 2003)		gratuit		gratuit*
Rapports des groupes de travail du Conseil national du crédit et du titre				
1. Instruments d'épargne (1986)		5,78	5,50	6,10
2. Aspects juridiques des nouveaux moyens de paiement (1986)		7,22	5,50	7,62
3. Financement du développement régional (1986)		7,22	5,50	7,62
4. Incidence des technologies nouvelles sur l'activité des intermédiaires financiers (1987)		14,45	5,50	15,24
5. Aspects européens et internationaux des cartes de paiement (1988)		14,45	5,50	15,24
6. Cartes à microcircuit, télétransactions et nouveaux services (1988)		7,22	5,50	7,62
7. Coût du crédit aux entreprises selon leur taille (1988)		14,45	5,50	15,24
8. Fiscalité de l'épargne dans le cadre du marché intérieur européen (1988)		14,45	5,50	15,24
9. Modernisation et gestion sociale des établissements de crédit (1989)		14,45	5,50	15,24
10. Désinflation, épargne et endettement (1990)		14,45	5,50	15,24
11. Mesure de la productivité dans les établissements de crédit (1990)		14,45	5,50	15,24
12. Allocation des flux d'épargne (octobre 1991)		7,22	5,50	7,62
13. Évaluation technologique du système financier français (novembre 1991)		28,90	5,50	30,49
14. Le financement de la très petite entreprise (novembre 1992)		17,34	5,50	18,29
15. Incidences du développement des OPCVM sur l'activité des établissements de crédit (janvier 1993)		14,45	5,50	15,24
16. Les garanties et le crédit aux entreprises (septembre 1993)		17,34	5,50	18,29
17. Épargne stable et financement de l'investissement (mars 1994)		17,34	5,50	18,29
18. Risque de crédit (septembre 1995)		17,34	5,50	18,29
19. EDI financier et paiements (septembre 1995)		28,90	5,50	30,49
20. Bilan et perspectives des moyens de paiement en France (février 1996)		21,68	5,50	22,87
21. Problèmes juridiques liés à la dématérialisation des moyens de paiement et des titres et annexes (mai 1997)		54,19	5,50	57,17
22. Banque électronique (août 1997)		36,12	5,50	38,11
23. Le financement de l'entreprise (janvier 1999)		36,12	5,50	38,11
24. Rapport du Comité de surveillance du secteur bancaire et financier auprès de la Mission d'étude sur la spoliation des Juifs de France (2000)		21,68	5,50	22,87
25. Les aspects financiers du vieillissement de la population (mars 2001)		36,12	5,50	38,11
Études réalisées à la demande du Secrétariat général du CNCT et qui n'engagent que leurs auteurs				
1. Coût et concurrence dans l'industrie bancaire (mars 1992)		7,22	5,50	7,62
2. Les organisations interbancaires en Europe (novembre 1995)		36,12	5,50	38,11
3. Banques et non-banques dans la chaîne de valeur ajoutée du paiement (décembre 1996)		21,68	5,50	22,87
4. Enquête sur les personnes interdites de chèquiers (juin 1999)		14,45	5,50	15,24
5. L'utilisation des moyens de paiement et l'accès au crédit des bénéficiaires de minima sociaux (juin 2001)		21,68	5,50	22,87
6. L'endettement des ménages européens de 1995 à 2002 (janvier 2004)		14,22	5,50	15,00

Commandes		Consultation et vente au numéro
Mode de règlement Chèque bancaire ou postal à l'ordre de : « Banque de France – Publications »	Commandes par correspondance BANQUE DE FRANCE Code courrier : 07-1050 Relations avec le public 75049 Paris Cedex 01	BANQUE DE FRANCE Service Relations avec le public 48, rue Croix-des-Petits-Champs 75001 Paris Heures d'ouverture : du lundi au vendredi de 9 h 30 à 16 h 00
Téléphone : 01 42 92 39 08 – Télécopie : 01 42 92 39 40		

Pour les autres publications diffusées par la Banque de France, se reporter au site Internet : <http://www.banque-france.fr> ou à son catalogue des publications, diffusé par le service Relations avec le public (il peut être obtenu, sur demande, à l'adresse indiquée ci-dessus).

- Gratuit dans la limite des stocks disponibles en s'adressant directement au Secrétariat général du CCSF (Téléphone : 01 42 92 27 10) et consultable sur le site Internet : <http://www.banque-france.fr/ccsffr/index.htm> ou <http://www.ccsfin.fr> ou <http://www.ccsfin.net> ou <http://www.ccsfin.org>

THÈMES ABORDÉS DANS LES RAPPORTS ANNUELS DES COMITÉS CONSULTATIFS (CCSF et CNCT)	EXERCICES
Assurances	
Assurance automobile (primes, « pay as you drive »)	2005 – 2006 – 2007
Assurance de protection juridique	2005 – 2006
Assurance dommages (démarchage)	2007
Assurance emprunteur	2005 – 2007
Assurance habitation (indice INSEE)	2005 – 2006 – 2007
Assurance multirisque habitation (primes, dégâts des eaux)	2005 – 2006 – 2007
Assurance santé (complémentaires de groupe)	2007
Assurance-vie (réforme des conditions d'information du souscripteur, contrats non réclamés)	2005 – 2007
Catastrophes naturelles	2005
Dommages corporels	2005 – 2007
Expertise après sinistre	2005
Intermédiation en assurance	2007
Microassurance	2007
Plan d'épargne retraite populaire (PERP)	2005 – 2006 – 2007
Prescription biennale	2005
Résiliation des contrats d'assurance (Loi Chatel)	2005
Crédit / Emprunt	
Application de la directive relative à l'harmonisation des législations sur le crédit à la consommation	1995/1996
Application de la réglementation de l'usure aux crédits accordés aux entreprises	2000/2001
Cautions personnelles de prêts professionnels	2000/2001
Cessation de crédit et responsabilité bancaire	1985/1986 à 1987/1988
Crédit à la consommation	1986/1987 – 1987/1988 – 2005 – 2006
Crédit aux personnes	1989/1990 – 1990/1991
Crédit immobilier (France – Europe)	2006
Durée de conservation des incidents dans le FICP	1998/1999 – 1994/1995 – 1995/1996
Endettement des ménages	1988/1989
Hypothèque rechargeable et prêt viager hypothécaire	2006
Indemnité de remboursement anticipé	1994/1995 – 1995/1996
Livre vert de la Commission européenne sur les services financiers	2005 – 2006
Modèles types d'offres préalables de crédit	2005
Projet de directive européenne sur le crédit aux consommateurs	2005 – 2006
Renégociation – regroupement de crédits	1993/1994
Titrisation des crédits	1987/1988
Usure	1989/1990 – 1990/1991 – 1999/2000 – 2005
Médiation bancaire et financière en France et en Europe	
Médiation bancaire en France – règlement des litiges	1992/1993 – 1999/2000 [...] – 2002/2003
Élargissement de la médiation bancaire au crédit	2006
Médiation bancaire et financière en France et en Europe	2005
Mobilité bancaire	
Service de mobilité bancaire	2007
Suppression des frais de clôture de compte	2005
Moyens de paiement	
Aspects juridiques de la banque à domicile et du télépaiement	1990/1991
Aspects juridiques des nouveaux moyens de paiement	1987/1988
Cartes bancaires	1988/1989 – 1993/1994 [...]
Chèques (recouvrement des chèques impayés, incidents de paiement par chèques, interdiction d'émettre des chèques)	1987/1988 – 1988/1989 – 1990/1991 1992/1993 – 1998/1999 – 1999/2000 2005 – 2006
Étude sur les modalités concrètes de reprise et d'échange des pièces et billets en francs lors du passage pratique à l'euro	2000/2001
Prélèvement (dépliant)	2007

THÈMES ABORDÉS DANS LES RAPPORTS ANNUELS DES COMITÉS CONSULTATIFS (CCSF et CNCT)	EXERCICES
Paielements de petits montants	1994/1995
Paielements transfrontières	1992/1993 – 1993/1994
Sécurité des chèques et des cartes de paiement	1993/1994
SEPA (Espace unique des paiements en euros)	2005 – 2006 – 2007
Services de paiement dans le marché intérieur – directive sur les services de paiement	2005 – 2006 – 2007
Utilisation des cartes bancaires dans le secteur des carburants	1995/1996
Pédagogie bancaire et financière	
Pédagogie bancaire à l'égard des jeunes	2005 – 2006
Pédagogie financière (IEFP, CODICE, organisations de consommateurs, professionnels)	2006
Produits financiers	
Information précontractuelle et contractuelle en matière de produits financiers	2005
Commercialisation et publicité des produits financiers	1996/1997 – 2005 – 2006 – 2007
Directives sur les marchés d'instruments financiers	2007
Glossaire des principaux termes utilisés en matière de produits financiers	2005
Les questions à se poser avant de souscrire un produit d'épargne	2005
Livre blanc sur les OPCVM	2007
Livret d'épargne durable	2006
Services financiers en Europe	
Les voies d'harmonisation des services financiers en Europe (colloque CCSF/Eurofi du 7 mars 2007)	2006
Livre vert sur les services financiers de détail	2006
Surendettement / Exclusion bancaire / Élargissement de l'accès au crédit	
Surendettement	
Baromètre du surendettement de la Banque de France	2006 – 2007
Surendettement des particuliers et des familles / Enquêtes typologiques	1995/1996 à 1998/1999 – 2002/2003 2005 – 2006
Exclusion bancaire	
Accès gratuit à la liquidité bancaire	2005-2006
Droit au compte – services bancaires de base	1990/1991 – 1991/1992 – 1999/2000 – 2005 2006 – 2007
Forfaitisation des incidents de paiement sur chèques	2005 – 2006 – 2007
Insaisissabilité de certaines sommes portées en compte (SBI)	2000/2001 – 2007
Moyens de paiement alternatifs pour les clients sans chéquier (carte à autorisation systématique)	2005 – 2006 – 2007
Élargissement de l'accès au crédit	
Convention AERAS	2006
Microcrédit social, prêt à taux zéro, prêt avenir jeunes, Crédit Lift	2005 – 2006
Tarifification	
Coût d'accès téléphonique	2006
Dates de valeur	1985/1986 – 1994/1995
Facturation des droits de garde des titres et des ordres de bourse pour les petits porteurs	1989/1990
Frais bancaires applicables aux opérations de transfert et d'échange entre monnaies nationales au sein de la zone euro	1998/1999
Loi sur le droit opposable au logement (plafonnement des frais sur incidents de paiement)	2006 – 2007
Procédure individualisée en cas de cumul d'incidents de paiement	2006 – 2007
Suivi de l'évolution des tarifs bancaires	2006 – 2007
Tarifification des services bancaires - Information	1986/1987 – 1992/1993 – 1995/1996 – 1999/2000 – 2005
Tenue de compte – coffres	
Certification des services bancaires	1994/1995
Comptes de « sociétés-taxis » et secret bancaire	1985/1986
Conventions de compte – conventions de services bancaires	1995/1996 – 1996/1997 – 2002/2003 2005 – 2006 – 2007
Liberté de prestations de services et notion d'intérêt général dans la deuxième directive bancaire	1995/1996 – 1996/1997
Lisibilité des frais bancaires et des relevés de comptes	2005
Location de coffres-forts	1987/1988
Qualité des services bancaires	1988/1989
Relations administratives entre les banques et les entreprises	1990/1991 – 1992/1993

BON DE COMMANDE



Merci de compléter ce bon de commande en lettres majuscules en reprenant références et prix dans les pages précédentes

Nom : Prénom :
Raison sociale :
Adresse :
.....
Code postal :

--	--	--	--	--

 Ville :
Téléphone :
Activité :
N° Siret : Code NAF :

Ressortissant de l'Union européenne

N° identifiant TVA. *À défaut, la TVA française sera appliquée* :
Votre règlement doit être effectué Hors Taxes

Non ressortissant de l'Union européenne

Votre règlement doit être effectué Toutes Taxes Comprises.

Je commande les publications suivantes :

TITRE	Quantité	Prix HT	Prix TTC	TOTAL

TOTAL

--

Ci-joint mon règlement de EUR
à l'ordre de « **Banque de France – Publications** »
Fait à , le 200

Signature :

Merci de renvoyer ce bon de commande sous enveloppe affranchie, à l'adresse suivante :

BANQUE DE FRANCE

07-1050 – Service relations avec le public – 75049 PARIS CEDEX 01

Adresse courriel : infos@banque-france.fr – Tél. : 33 (1) 42 92 39 08 – Fax : 33 (1) 42 92 39 40

Heures d'ouverture :

du lundi au vendredi : 9 h 30 à 16 h 00