

Septembre 2016

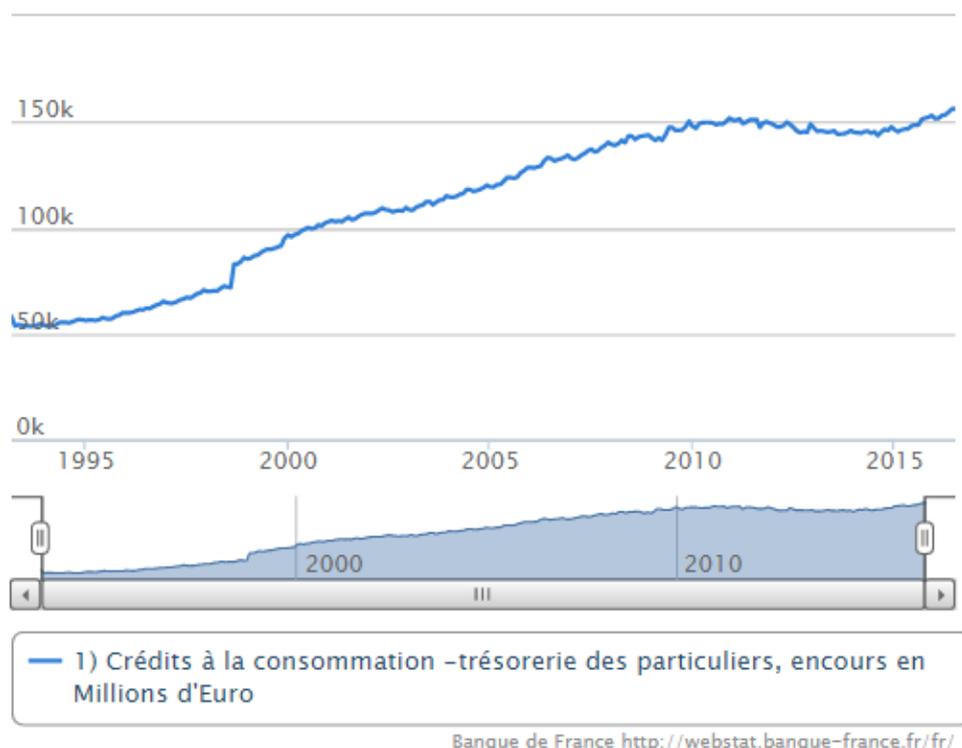
Client mystère

Distribution du crédit sur les lieux de vente



Le terme crédit à la consommation peut désigner un crédit amortissable ou un crédit renouvelable (qu'on appelait auparavant crédit permanent ou revolving), ce dernier étant le plus coûteux.

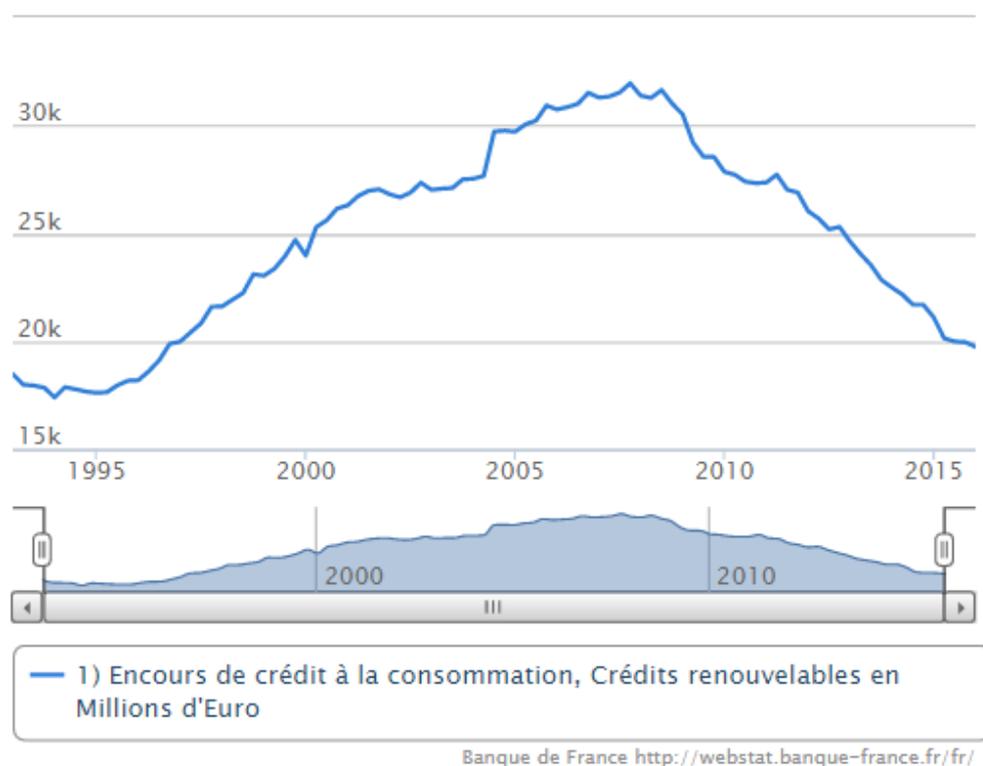
Si les ménages français ne sont pas les plus endettés en Europe (annexe 1), le recours au crédit à la consommation progresse régulièrement.



On a pu constater une modification des habitudes de recours au crédit au cours des dix dernières années :

- Fin 2005, l'encours des crédits à la consommation s'élevait à 124 762 millions d'euros dont 30 910 millions d'euros au titre des crédits renouvelables.
- La crise de 2008 a vu la modification de l'endettement des consommateurs. Fin 2009, l'encours des crédits à la consommation s'élevait à 149 230 millions d'euros dont 28 532 millions d'euros au titre des crédits renouvelables.
- A partir de 2010, différentes réglementations ont été prises afin de limiter la distribution du crédit renouvelable sur les lieux de vente. Depuis 2011, pour tout achat à crédit supérieur à 1000 €, les professionnels qui proposent du crédit renouvelable doivent aussi permettre au consommateur d'opter pour un crédit amortissable. Fin 2015, l'encours des crédits à la consommation s'élevait à 153 063 millions d'euros dont 19 953 millions d'euros au titre des crédits renouvelables.

Le recours au crédit renouvelable connaît donc une baisse constante depuis ces dernières années.



Si le recours au crédit renouvelable recule, il pèse encore de manière importante sur le pouvoir d'achat des consommateurs et n'est pas sans risques. Selon le Baromètre du surendettement de la Banque de France du 1^{er} trimestre 2016, Les dettes à la consommation sont présentes dans 82,3 % des dossiers de surendettement et des crédits renouvelables sont recensés dans 71,2 % des dossiers.

Durant le deuxième trimestre 2016, nos enquêteurs se sont rendus dans les enseignes qu'ils ont l'habitude de fréquenter afin de vérifier si la loi encadrant la distribution du crédit sur les lieux de vente était bien respectée.

Nos enquêteurs ont également relevé un développement de l'offre de location avec option d'achat (crédit-bail) qui dépasse aujourd'hui largement le domaine de l'automobile auquel elle était traditionnellement cantonnée.

Les 200 questionnaires recueillis nous permettent de dégager un instantané intéressant.

La méthodologie de notre enquête client mystère

Durant le deuxième trimestre 2016, nos enquêteurs se sont rendus dans les différentes enseignes qu'ils ont l'habitude de fréquenter (Annexe 4).

Une même enseigne pouvait être enquêtée plusieurs fois afin de vérifier si les pratiques des vendeurs étaient variables selon les magasins et/ou les régions.

Il s'agissait d'une enquête « client mystère » destinée à ne pas influencer le discours tenu par les professionnels.

Chaque enquêteur s'est présenté comme un consommateur voulant renouveler une partie de son équipement (TV, hi-fi, machine à laver, canapé, etc.). Il devait sélectionner dans le magasin un produit ou un ensemble de produits d'un montant supérieur à 1 000 €, seuil à partir duquel les professionnels doivent proposer un crédit alternatif au crédit renouvelable.

Après avoir indiqué à un vendeur qu'il était intéressé par l'achat de ces différents biens, l'enquêteur précisait ne pas avoir les moyens de financer cet achat au comptant, il ne parlait ni de crédit renouvelable, ni de crédit amortissable.

L'enquêteur ne devait rien souscrire, il indiquait au vendeur avoir besoin de réfléchir et demandait à emporter une offre papier.

L'enquête client mystère est une enquête différente de l'enquête d'opinion car plus ambitieuse et plus lourde. Cette manière de procéder présente l'intérêt d'une mise en situation concrète, elle est d'ailleurs pratiquée par des administrations de contrôle telles que la DGCCRF et l'Autorité des Marchés Financiers (AMF).

Parce qu'il s'agit d'un rendu courant, l'usage n'est pas nécessairement d'effectuer 1000 relevés comme pour une enquête d'opinion. Nous avons effectué 200 relevés dans les principales enseignes françaises situées dans un nombre substantiel de départements (33).

Par ces moyens, nous nous situons à l'épure de ce que pratique l'AMF qui fait des vagues de 110 visites mystères. La taille de l'échantillon relativise la portée des résultats. Mais ces résultats étant tranchés, ils gardent une indéniable valeur.

Le cadre de notre enquête

Les crédits à la consommation

La souscription de crédits à la consommation est aujourd'hui largement proposée directement dans les grandes enseignes fréquentées par les consommateurs. La souscription de ces crédits n'est pas sans conséquence puisqu'ils sont présents dans plus de 80 % des dossiers de surendettement.

Le terme crédit à la consommation désigne deux types de crédit dont le coût et les modes de fonctionnement sont très différents.

Le crédit amortissable. C'est un crédit remboursé de manière régulière et pendant une durée précise. Ce type de crédit s'arrête une fois le remboursement terminé, c'est par exemple :

- ✓ Le prêt personnel : l'emprunteur est libre d'utiliser le montant de son crédit comme il l'entend.
- ✓ Le crédit affecté : Il est utilisé pour un achat déterminé, un bien mobilier (crédit automobile par exemple) ou une prestation.

Le crédit renouvelable (qu'on a coutume d'appeler crédit permanent, crédit revolving ou crédit reconstituable). Le mécanisme consiste à mettre à la disposition d'un emprunteur un crédit qu'il pourra utiliser selon son gré. Ce crédit diminue au fur et à mesure que l'emprunteur l'utilise mais il se reconstitue progressivement au fur et à mesure du remboursement. Un tel crédit peut donc être utilisé, de manière très souple, par son titulaire pendant plusieurs années. La durée maximum de remboursement de ce type de crédit est aujourd'hui fixée par la loi à 3 ans pour les crédits d'un montant inférieur ou égal à 3000 € et 5 ans au-delà.

Le coût de ces deux types de crédit est très différent. A titre d'exemple, il est possible d'emprunter en septembre 2016 (annexe 2) :

- 2000 € sur 29 mois selon les modalités suivantes :
 - ✓ Un taux annuel effectif global fixe (TAEG) de 4,30 % dans le cadre d'un prêt personnel (montant total dû : 2107,14 €)
 - ✓ Un taux annuel effectif global révisable (TAEG) de 16,685 % dans le cadre d'un crédit renouvelable (montant total dû : 2405,84 €).
- 4000 € sur 38 mois selon les modalités suivantes :
 - ✓ Un taux annuel effectif global fixe (TAEG) de 2,89 % dans le cadre d'un prêt personnel (montant total dû : 4187,98 €)
 - ✓ Un taux annuel effectif global révisable (TAEG) de 12,854 % dans le cadre d'un crédit renouvelable (montant total dû : 4832,59 €)
- 8000 € sur 35 mois selon les modalités suivantes :
 - ✓ Un taux annuel effectif global fixe (TAEG) de 2,89 % dans le cadre d'un prêt personnel (montant total dû : 8346,45 €)
 - ✓ Un taux annuel effectif global révisable (TAEG) de 7,346 % dans le cadre d'un crédit renouvelable (montant total dû : 8872,19 €).

En décembre 2015, le taux d'intérêt des crédits renouvelables et découverts était de :

- 11,8 % pour les établissements spécialisés qui détiennent une part de marché de 46,6 %
- 4,3 % pour le canal bancaire qui détient une part de marché de 49,2 %.

Le taux d'intérêt moyen du crédit renouvelable a baissé, aussi bien lorsqu'il est distribué par les établissements spécialisés que par le canal bancaire (annexes 1.1 et 1.2). Il existe néanmoins une grande hétérogénéité des taux selon le montant emprunté et la durée. Le taux d'intérêt des crédits renouvelables pour les petits montants reste très élevé.

On comprend donc tout l'enjeu pour un consommateur de bien choisir son type de crédit.

La réglementation applicable

On a pu constater au milieu des années 90 une montée du recours au crédit à la consommation portée par un marché assez vorace du crédit renouvelable.

La CLCV s'est mobilisée pour informer les consommateurs afin qu'ils évitent un recours inadapté ou excessif au crédit qui pèse sur leur budget et peut mener dans le pire des cas au surendettement.

La CLCV a ainsi été force de proposition dans l'élaboration de la loi du 1^{er} juillet 2010 *portant réforme du crédit à la consommation* dite « Loi Lagarde ».

Ce texte réformait notamment les publicités sur le crédit en imposant un exemple chiffré reflétant le coût réel du crédit ainsi que des mentions obligatoires (un crédit engage et doit être remboursé).

La Loi Lagarde réglementait également la distribution du crédit sur les lieux de vente en imposant aux professionnels qui proposent un crédit renouvelable de donner à leurs clients la possibilité de souscrire un crédit amortissable à partir de 1000 €. Cette règle était néanmoins peu respectée par les professionnels (enquête CLCV du 5 juillet 2011, *Obligation de proposer deux types de crédit sur les lieux de vente : les magasins ne sont pas prêts*).

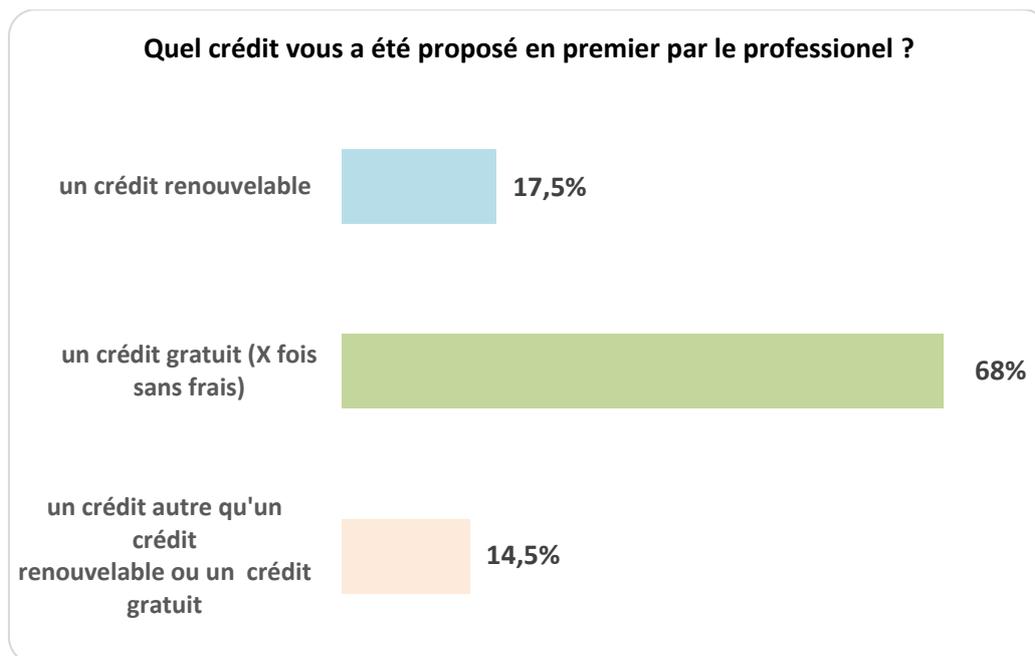
La loi Hamon a renforcé les obligations des professionnels depuis le mois de décembre 2015 :

- Pour toute demande de financement supérieure à 1 000 €, si le professionnel propose au consommateur un crédit renouvelable, il doit également proposer un crédit amortissable.
- Le professionnel doit remettre au consommateur, avant la conclusion du crédit, une notice comparative entre le crédit renouvelable et le crédit amortissable (annexe 3).

Nous avons voulu vérifier l'impact de ce contexte réglementaire sur la distribution du crédit à la consommation en 2016.

Le résultat de notre enquête

Au cours du test effectué, nos enquêteurs ont pu constater que le choix donné entre deux types de crédits était très loin d'être la règle. Ce qui a majoritairement été mis en avant par les professionnels est un crédit gratuit.



Selon le crédit proposé en premier par le professionnel, chaque enquêteur devait procéder à quelques vérifications sur la nature de l'information délivrée au consommateur.

Hypothèse 1 : le vendeur propose en premier un crédit renouvelable

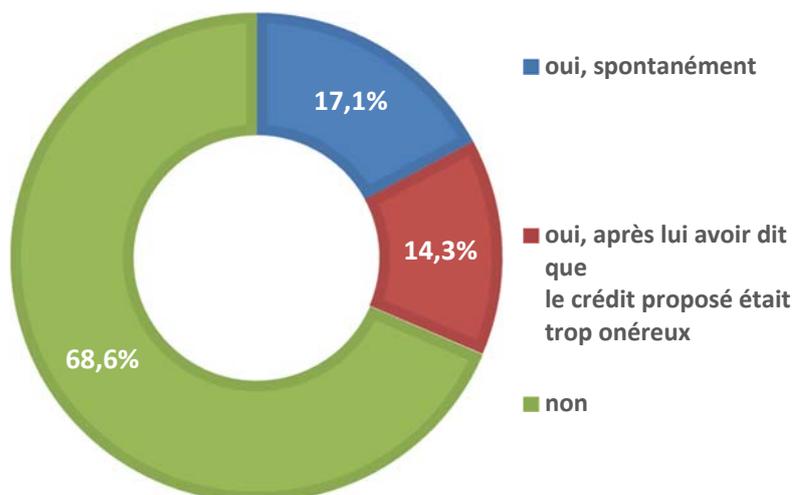
Ce crédit onéreux a été proposé d'emblée dans 17,5 % des cas à nos enquêteurs (35 questionnaires).

Bien qu'il s'agisse d'une obligation légale, le choix avec un crédit amortissable a été donné :

- à 17,14 % spontanément
- à 14,30 % après que l'enquêteur a relevé le caractère onéreux du crédit proposé.

Dans 68,56 % des cas et, même après l'insistance de nos enquêteurs, le choix avec un crédit amortissable n'a pas été donné contrairement à ce que prévoit la réglementation.

Le vendeur vous a-t-il informé de votre possibilité de souscrire un crédit amortissable au lieu d'un crédit renouvelable ?



Au cours de leur entretien avec les vendeurs, plusieurs de nos enquêteurs ont relevé un manque de formation de leurs interlocuteurs. Certains maîtrisaient mal les caractéristiques du crédit renouvelable qu'ils vendaient ainsi que la notion de crédit amortissable.

Ainsi, parmi les vendeurs qui ont bien proposé le choix entre les deux types de crédit, 60 % n'ont pas été en mesure d'expliquer les différences entre un crédit renouvelable et un crédit amortissable.

Une fiche d'information comparant les deux types de crédit doit être remise préalablement à la conclusion du contrat de crédit afin d'aider le consommateur à faire son choix avant de recourir à un crédit.

Cette fiche est règlementée dans sa forme, elle se distingue de la documentation commerciale du professionnel. Bien que sa remise soit obligatoire, seul un enquêteur déclare en avoir eu connaissance.

Hypothèse 2 : le vendeur propose en premier un crédit gratuit

Lors de notre enquête, le crédit gratuit a été largement proposé puisqu'il concerne 68 % des questionnaires (136 questionnaires).

Plutôt que de donner le choix entre deux types de crédit plus ou moins onéreux, les professionnels semblent donc privilégier le crédit gratuit. Mais il faut signaler que la durée de ces crédits gratuits est assez courte, de 3 à 10 mois, ce qui constitue un étalement de paiement faible.

Mais est-ce réellement un cadeau qui est fait au consommateur ?

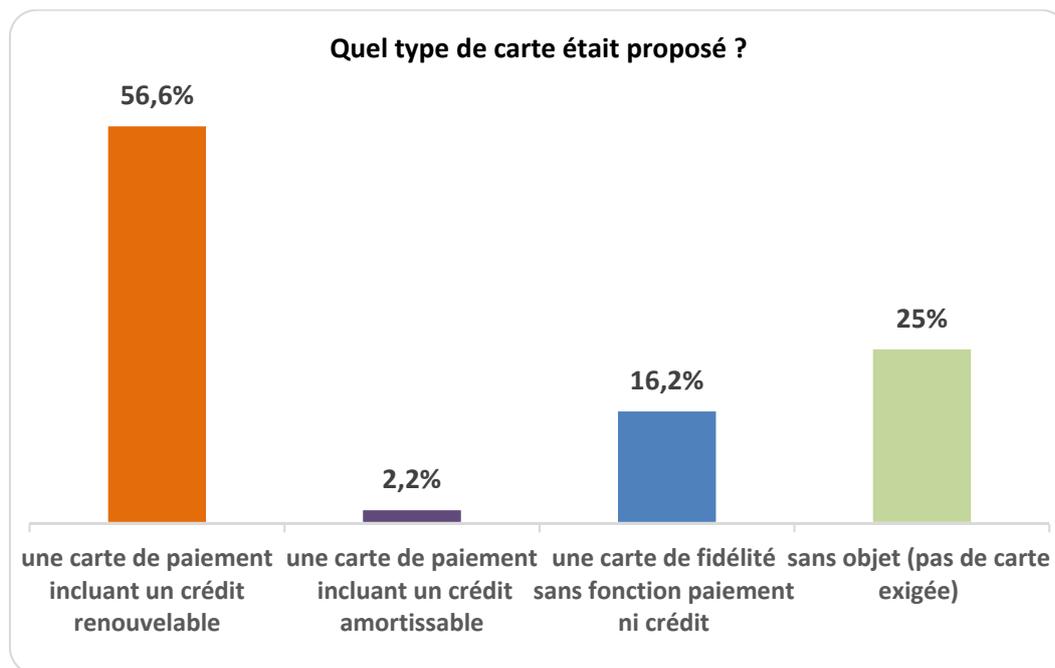
Notre enquête révèle que pour bénéficier d'un crédit gratuit, la souscription d'une carte du magasin est exigée dans plus de 74 % des cas. Sans surprise, on constate que la carte du magasin ainsi proposée inclut dans plus de la moitié des cas un crédit renouvelable.

Sous couvert d'un crédit gratuit, on peut donc déplorer qu'un consommateur qui n'a rien demandé, se retrouve doté d'un instrument de crédit le plus onéreux pour lequel il ne manquera pas d'être relancé plus tard.

Accorder un crédit gratuit aux clients qui souscrivent la carte du magasin constitue, pour les professionnels concernés, une technique marketing insidieuse destinée à favoriser le crédit renouvelable.

Lors de son prochain achat, le consommateur qui souhaite recourir à un crédit pourra simplement l'indiquer sur le terminal de paiement. Il existe ainsi une véritable souplesse de souscription du crédit le plus cher.

Nous ne pouvons que déplorer cette pratique qui permet aux professionnels de se libérer de l'obligation de proposer un crédit alternatif posée par notre réglementation (annexe 2) au détriment du consommateur qui lui va s'endetter un peu plus durement.



Ces résultats doivent encore être interprétés à la lumière d'une pratique rapportée par plusieurs de nos enquêteurs.

Certaines enseignes n'incitent pas à la souscription d'une carte de paiement/crédit du magasin, elles ont trouvé une manière plus discrète d'ouvrir les portes du crédit renouvelable aux consommateurs qui n'ont rien demandé. Elles proposent un crédit gratuit qui nécessite la souscription d'un crédit à la consommation auprès d'un organisme de crédit qui prend en charge à titre exceptionnel les intérêts. Mais ici encore le consommateur ne manquera pas d'être relancé plus tard pour des offres de crédits à titre onéreux.

Dans le cas où c'est une carte de paiement avec crédit renouvelable qui a été proposée, nous avons cherché à aller plus loin. Ici aussi le constat est alarmant puisque dans la majorité des cas, le vendeur n'a pas été en mesure d'expliquer la différence entre le crédit renouvelable inclus dans la carte et son alternative, le crédit amortissable.

Hypothèse 3 : le vendeur propose un crédit autre qu'un crédit gratuit ou renouvelable

D'autres formes de crédit ont spontanément été proposées à nos enquêteurs.

Nous noterons que certaines enseignes ont fait le choix responsable de proposer directement un crédit amortissable aux clients qui leur demandaient un financement.

Pour les achats particulièrement élevés, comme un véhicule, c'est en toute logique un crédit amortissable qui a été proposé.

Une pratique de vente se développe : la location avec option d'achat. Concept autrefois réservé aux véhicules, il concerne aujourd'hui aussi bien l'électroménager que les nouvelles technologies. Fin 2015, l'encours de crédit à la consommation crédit – bail s'élève à 7 076 millions d'euros (annexe 1.3).

On n'utilise plus le terme de crédit, le consommateur loue par exemple un équipement sur une période de 2 ans avec la possibilité de changer d'appareil au bout de 12 mois ou d'acheter le bien au terme des 24 mois.

Le consommateur sera vivement incité à changer régulièrement d'appareil au profit d'un modèle plus récent avec plusieurs effets pervers à la clé :

- un règlement mensuel qui s'étale dans le temps sans que le consommateur ne soit jamais propriétaire du bien (contrairement à un crédit classique),
- un coût total pour le consommateur difficile à déterminer,
- un taux de renouvellement excessif des équipements concernés, on est ici bien loin du concept de développement durable.

Conclusion

La diffusion de crédit à la consommation sur les lieux de vente a toujours eu une place importante en France :

- En 2005, sur les 52,6 % de ménages endettés, au moins un crédit à la consommation avait été souscrit auprès du vendeur dans 6,9 % des cas ou via la carte du magasin dans 12,2 %.
- En 2015, sur les 46,5 % des ménages endettés, au moins un crédit à la consommation avait été souscrit auprès du vendeur dans 5,7 % des cas ou via la carte du magasin dans 4,4 %.

(Source observatoire des crédits aux ménages – rapport 2016)

La réglementation sur le crédit à la consommation a connu des évolutions importantes depuis quelques années.

Les dispositions en la matière prévues par la loi Lagarde du 1^{er} Juillet 2010 ont été réaffirmées en 2015 par la loi Hamon.

Il ne s'agit donc pas d'une nouveauté pour les professionnels.

Nous déplorons que notre test de 2016 montre que cette réglementation reste insuffisamment respectée par des professionnels qui utilisent le crédit gratuit comme moyen de promouvoir massivement du crédit renouvelable auprès de consommateurs mal informés.

Le cabinet Athling a publié en avril 2016 un rapport réalisé par le pour le Comité consultatif du secteur financier (CCSF). Ce rapport faisait des constats analogues aux nôtres, il indiquait notamment :

« 3.3.1 La très récente obligation de l'offre alternative à partir de 1 000 euros depuis le 1er décembre 2015 n'a pas encore montré ses effets ».

(...) Cette disposition est entrée en vigueur au mois de décembre 2015. Selon nos estimations, environ 15,6 % des premières utilisations de crédit renouvelable pourraient être concernées par cette mesure. A ce stade, nous ne sommes pas en mesure d'évaluer sa portée. Nous avons réalisé 22 visites dans 10 des enseignes concernées par cette disposition. Le montant de l'achat était compris entre 1 200 et 1 500 euros. Si nous avons noté la présence d'affiches ou de flyers dans certaines enseignes indiquant l'existence d'une offre de crédit amortissable, les échanges avec les vendeurs ou avec les conseillers financiers présents en magasin font ressortir que l'obligation d'offre alternative n'est pas maîtrisée, voire pas connue. Ils devraient être en mesure de l'expliquer aux clients (...) »

(Source : rapport Athling *Panorama et bilan des réformes en matière de crédit à la consommation et de prévention du surendettement intervenues au cours de la période 2010 – 2015*).

Le crédit à la consommation est utile aux consommateurs mais il doit être souscrit comme on choisit un bien. Avant de se rendre sur un lieu de vente, il est important de réfléchir à son besoin de financement et de regarder les différentes offres qui existent. Le crédit renouvelable est une solution coûteuse qui doit être réservée à des situations limitées (besoin de trésorerie).

Proposer de financer un bien ou un service par un crédit renouvelable au lieu d'un crédit amortissable constitue une dérive de la part des professionnels concernés qui aggrave l'endettement des Français.

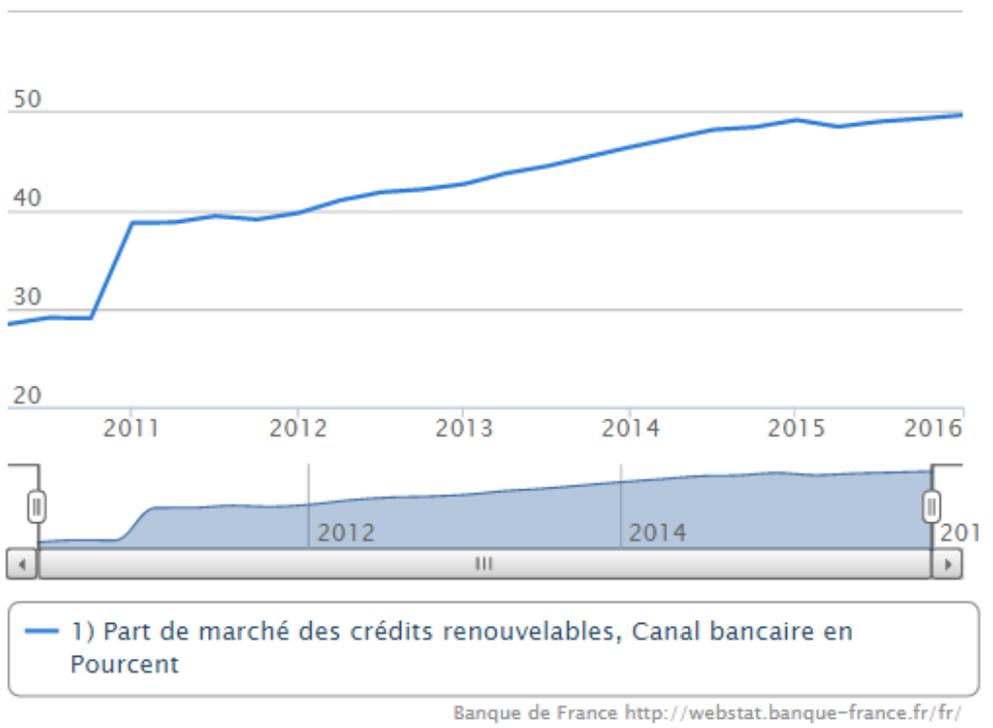
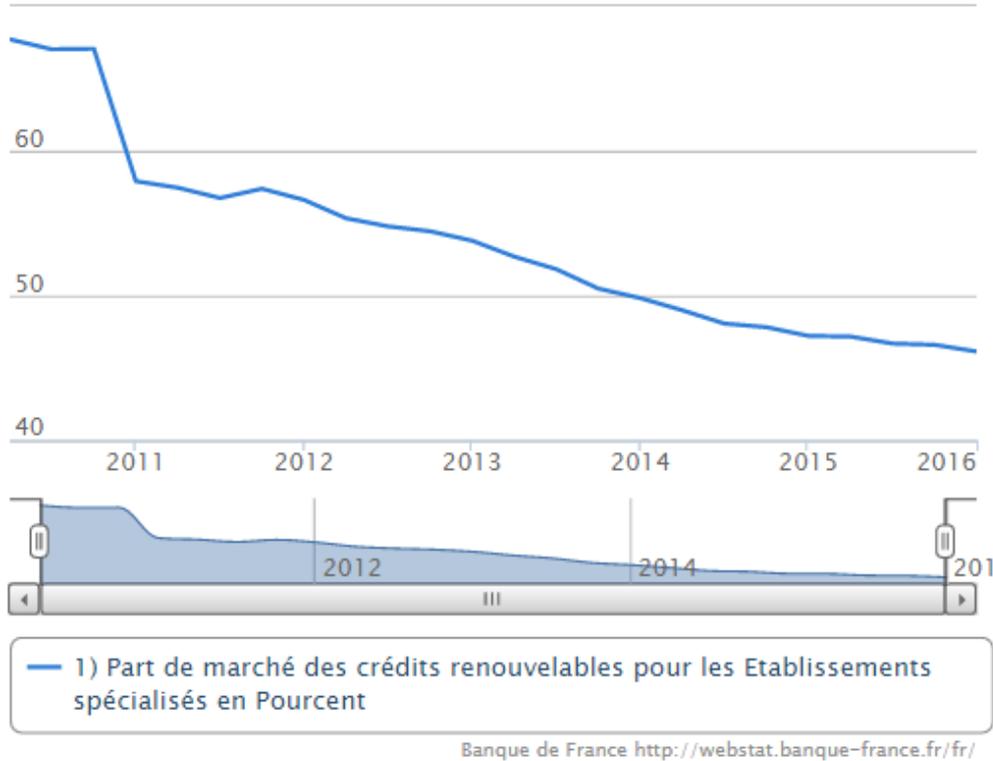
Face à ce constat, nous demandons :

- Des contrôles renforcés dans les lieux de vente sur de la distribution de crédit. Des sanctions dissuasives doivent être prononcées en cas de non-respect de la loi.
- Une dissociation obligatoire et systématique entre carte de fidélité et carte de crédit/paiement

**Annexe 1 – taux d'endettement des ménages en pourcentage du revenu disponible brut
(source Banque de France)**



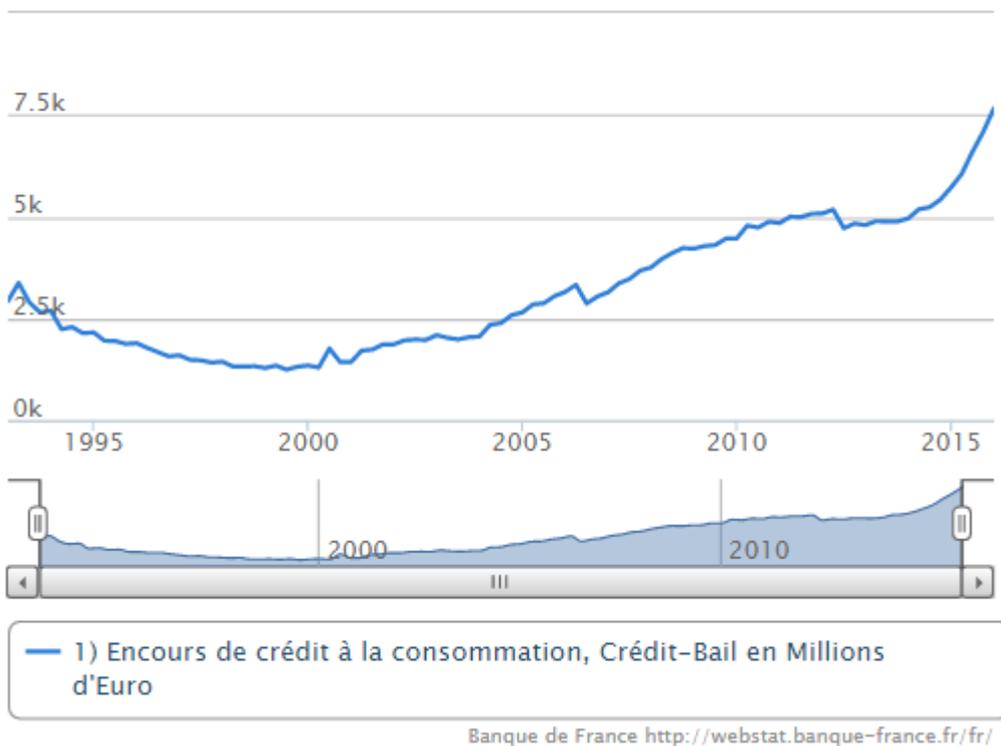
Annexe 1.1 – Répartition des parts de marché du crédit renouvelable selon le canal de distribution (source Banque de France)



Annexe 1.2 – Taux d'intérêt nominal moyen du crédit renouvelable selon le canal de distribution (source Banque de France)



Annexe 1.3 – Taux de croissance et crédit-bail (source Banque de France)



Annexe 2 – simulations des deux types de crédit à la consommation en septembre 2016 pour trois montants

RÉSULTATS DE MA DEMANDE

Mon projet	Divers
Montant souhaité	2 000,00 €
Durée du prêt	29 mois
Mensualités	72,66 €
TAEG (Taux Annuel Effectif Global) fixe	4,30 %
Frais de dossier	0,00 €
Coût total du crédit	107,14 €
Montant total dû	2 107,14 €

RÉSULTATS DE MA DEMANDE

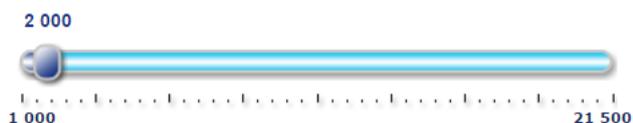
Mon projet	Divers
Montant souhaité	4 000,00 €
Durée du prêt	38 mois
Mensualités	110,21 €
TAEG (Taux Annuel Effectif Global) fixe	2,89 %
Frais de dossier	0,00 €
Coût total du crédit	187,98 €
Montant total dû	4 187,98 €

RÉSULTATS DE MA DEMANDE

Mon projet	Divers
Montant souhaité	8 000,00 €
Durée du prêt	35 mois
Mensualités	238,47 €
TAEG (Taux Annuel Effectif Global) fixe	2,89 %
Frais de dossier	0,00 €
Coût total du crédit	346,45 €
Montant total dû	8 346,45 €

Montant du prêt : *

2000 €



Montant des mensualités (hors assurance) (2) 84,00 €

Et une dernière ajustée de 53,84 €

Durée 29 mois

Taux débiteur révisable 15,530 %

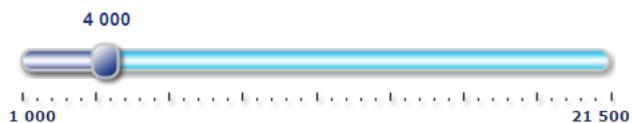
TAEG révisable 16,685 %

Montant total dû 2 405,84 €

dont frais de dossier 0,00 €

Montant du prêt : *

4000 €



Montant des mensualités (hors assurance) (2) 128,00 €

Et une dernière ajustée de 96,59 €

Durée 38 mois

Taux débiteur révisable 12,154 %

TAEG révisable 12,854 %

Montant total dû 4 832,59 €

dont frais de dossier 0,00 €



Annexe 3 - La réglementation applicable en matière de crédit sur le lieu de vente

A) Pour toute demande de crédit supérieure à 1 000 €, le professionnel qui propose un crédit renouvelable doit permettre à ses clients de pouvoir souscrire un crédit amortissable à la place.

« Article L312-62 du code de la consommation :

Lorsqu'un consommateur se voit proposer, sur le lieu de vente ou par un moyen de vente de biens ou de services à distance, un contrat de crédit renouvelable pour financer l'achat de biens ou de prestations de services particuliers pour un montant supérieur à un seuil fixé par décret, le prêteur ou l'intermédiaire de crédit accompagne l'offre de crédit renouvelable d'une proposition de crédit amortissable.

La proposition comporte les informations permettant au consommateur de comparer de façon claire le fonctionnement, le coût et les modalités d'amortissement des deux crédits proposés selon au moins deux hypothèses de délai de remboursement. Ces informations ainsi que les conditions de leur présentation sont définies par décret.

Si le consommateur opte pour le crédit amortissable qui lui est proposé, le prêteur ou l'intermédiaire de crédit lui fournit l'offre de crédit correspondant à la proposition. »

B) La remise préalable de la fiche d'information.

« Article L312-12 du code de la consommation :

Préalablement à la conclusion du contrat de crédit, le prêteur ou l'intermédiaire de crédit donne à l'emprunteur, sous forme d'une fiche d'informations, par écrit ou sur un autre support durable, les informations nécessaires à la comparaison de différentes offres et permettant à l'emprunteur, compte tenu de ses préférences, d'appréhender clairement l'étendue de son engagement.

La liste et le contenu des informations devant figurer dans la fiche d'informations à fournir pour chaque offre de crédit ainsi que les conditions de sa présentation sont fixés par décret en Conseil d'Etat.

Cette fiche comporte, en caractères lisibles, la mention indiquée à l'article L. 312-5.

Lorsque le consommateur sollicite la conclusion d'un contrat de crédit sur le lieu de vente, le prêteur veille à ce que la fiche d'informations mentionnée au premier alinéa lui soit remise sur le lieu de vente.

Lorsque le prêteur offre à l'emprunteur ou exige de lui la souscription d'une assurance, le prêteur ou l'intermédiaire de crédit informe l'emprunteur du coût de l'assurance en portant à sa connaissance les éléments mentionnés à l'article L. 312-7. »

Annexe 4 – Les enseignes enquêtées

Alinea
Auchan
Boulangier
Bouley literie
Bouticycle
Brico dépôt
Bricorama
But
Carrefour
Castorama
Chateau d'Ax
Citroën occasion
Concessionnaire Renault
Conforama
Connexion
Convertible Contemporain
Cora
Crozatier
Cuir Center
Darty
Decathlon
Destrian
Docs du meuble
Dougados
Electro dépôt
Equipa literie
Espace Emeraude
Espace literie
Fly
Fnac
Forum Decor
Galerie des tendances
Gamm Vert
Géant Casino
Go sport
Home Salon
Hyper U
Ikea
Intersport
JPG Loisirs Ypocamp
Lapeyre
Laurie lumière ville active
Leclerc
Leroy merlin

Mr Bricolage
Maisons du Monde
Mobilier de France
Monsieur Meuble
Motoland
Petit Colin Mobilier
Pic
Printemps
Renault occasion
Roche Bobois
Salson
SAS Salondis
Sca siao Peugeot
Schmidt
Socooc
Terres et eaux