

Crédits rapides et grands magasins : un problème, quel problème ?

La proximité de biens de consommation attrayants, les techniques de marketing agressives, la volonté de déclencher autant que possible l'achat « coup de cœur » sont d'autant plus efficaces que le consommateur, même quand il ne dispose pas d'argent disponible, peut tout de même se l'offrir grâce à une ouverture de crédit disponible illico presto...

Introduction

On vit une époque formidable, on ne le dit pas assez. Ces quelques lignes provocatrices, pourquoi nous choquent-elles ? Craquer pour une dépense coup de cœur ? On en rêve tous, non ? Ou, en tout cas, ne rêvons-nous tous pas de pouvoir nous les offrir, ces coups de cœur ? Alors, qui sera le premier à jeter la pierre ? Le consommateur asphyxié par son crédit, mais assis dans un superbe canapé ? Le vendeur de canapés, qui grâce à ce salon vendu, peut s'asseoir dans un canapé encore plus beau ? Le pouvoir politique, qui doit certes financer des services de médiation de dettes lorsque la situation est vraiment grave, mais qui, d'une manière générale, permet le maintien d'une consommation élevée afin de soutenir l'économie ? Ou le médiateur de dettes qui souhaite arriver à une solution viable de remboursement, en méditant, assis sur sa chaise, aux plaisirs différents qu'il pourrait tirer d'un bon canapé acheté *cash* plutôt qu'à crédit ?

Et puis, n'est-ce pas notre très cher Oscar Wilde, peu avare de bons mots, qui, dans *Le Portrait de Dorian Gray*, nous assène cette vérité un tant soit peu subversive : « Les folies sont les seules choses qu'on ne regrette jamais » ?

Dès lors, vivons sans regret... et endettés ?

Sans une analyse du problème, pas de solution possible

Ce n'est sans doute pas un hasard si les lieux de grande distribution multiplient les possibilités et facilités de paiement entre leurs murs. Car si les stimuli d'achat sont

diffusés en permanence sous des formes multiples et par des canaux variés – spots publicitaires à la radio ou à la télévision, publicité sur Internet, dans la presse, dans les rues et lieux publics au moyen d'affiches, de panneaux rotatifs, d'enseignes, d'enseignes lumineuses et digitales, de sculptures et d'objets urbains, d'écrans électroniques, messages publicitaires au dos de tickets de caisse, au cinéma avant le film, mais aussi pendant le film, grâce au placement d'objets, publicité, encore, dans les messages d'attente téléphonique, dans l'enveloppe des chèques repas, pour ne citer que quelques exemples – rien ne vaut le contact réel avec la marchandise. La vue, le toucher, l'essai possible sont autant d'expériences qui peuvent nous convaincre des satisfactions que nous pourrons tirer de nos nouvelles acquisitions. Et comme nous sommes amenés à pousser régulièrement les portes de ces magasins, puisqu'on s'y approvisionne par ailleurs d'une multitude de biens de consommation courante, la résistance à s'offrir une petite folie s'émoussera de manière régulière.

Dans ces conditions, il devient évident que le lieu d'octroi du crédit n'est pas neutre. Dans bien des cas, le crédit est précisément mis à disposition pour permettre des achats sur place, ou, si ce n'est pas le cas, il est proposé au même titre que les autres biens et services : on passe en grande surface pour acheter un crédit.

En quoi est-ce un problème ?

Que l'on soit pour ou contre ce modèle économique, que l'on apprécie ou non ces temples de la consommation, la question que nous souhaitons soulever ici est la suivante : ces offres de crédit sont-elles particulièrement problématiques quand elles sont proposées en grandes surfaces ?

Dans une précédente analyse¹, il est effectivement montré que les ouvertures de crédit – soit le crédit phare proposé dans ces lieux – continuent de connaître une croissance du nombre de défauts de paiement (*cf.* chiffres de la Centrale des crédits aux particuliers). On y rappelle également les divers risques spécifiques qui y sont liés.

La Centrale des crédits aux particuliers (CCP) nous informe aussi que le taux de défauts des ouvertures de crédit est plus élevé lorsque ces dernières sont octroyées par les « autres institutions »² que par les « établissements de crédit »³. Sur la base des données 2007, le pourcentage de contrats défaillants est de 6,8 % pour les autres institutions (155.044 défauts / 2.284.314 contrats) contre 5,2 % pour les établissements de crédit (59.979 défauts / 1.149.623 contrats). Malheureusement, la CCP ne dispose d'aucune information relative au canal d'octroi du crédit (sur le point de vente, par courrier, par internet, à l'agence, à domicile, etc.) et ne peut, dès lors, pas identifier les éventuels canaux qui seraient plus risqués que d'autres.

Qu'est-ce qui différencie une ouverture de crédit offerte en « grande surface » d'une ouverture de crédit proposée en banque ?

¹ Lise Disneur, Réseau Financement Alternatif, « Les Sirènes du crédit facile », octobre 2008

² Institutions, autres que les établissements de crédit, qui sont agréées par le SPF Économie pour l'octroi de crédits à la consommation.

³ Institutions soumises à la loi du 22 mars 1993 relative au statut et au contrôle des établissements de crédit et qui sont agréées par la Commission bancaire, financière et des assurances.

a) On l'a dit, **les motivations de souscription** peuvent être, plus qu'en banque, liées à une impulsion lorsque le crédit est souscrit en grande surface... le consommateur est donc, sur ce plan, en partie responsable de ce problème... et il peut lui arriver de regretter son acte. Toutefois, face à ce problème, il existe d'ores et déjà un droit de rétractation pour le consommateur, qui devrait d'ailleurs être renforcé dans le cadre de la Directive européenne 2008/48/CE, puisqu'il y est prévu, dans le considérant 34, que la rétractation soit possible pendant 14 jours, sans pénalité ni justification.

b) **Les devoirs d'information et de conseil** y sont la plupart du temps réduits à néant. Si la législation sur ce point s'intéresse à la qualité de l'information et des conseils qui peuvent être donnés au consommateur dans la phase pré-contractuelle, elle ne s'applique que peu ou pas aux crédits proposés en grandes surfaces. En effet, cette obligation, d'une part, ne porte pas directement sur les intermédiaires de crédit, et, d'autre part, l'offre de crédit y est en général d'un seul type. Dans ces conditions, le conseil n'a plus vraiment lieu d'être, puisque le prêteur ne peut proposer de conseil qu'entre les produits qu'il met à la disposition de la clientèle.

c) **L'analyse de la solvabilité** : lorsque l'offre de crédit bancaire est faite par le banquier du consommateur, elle n'est pas faite à un inconnu, mais au contraire à un client dont sont connus la surface financière, les mouvements en comptes, les habitudes de gestion. La rapidité d'octroi peut donc ne pas impacter la qualité de l'analyse.

En revanche, en grande surface, les clients qui sollicitent un crédit sont de parfaits inconnus, et l'on sait que les modalités d'octroi y sont aisées et que l'enquête de solvabilité est réduite à sa plus simple expression. La plupart du temps, en effet, seul le fichier de la CCP est consulté. Mais c'est là une obligation légale aisément contrôlable, puisque la référence de la consultation doit être indiquée sur le contrat de crédit, qui est dès lors très efficace et bien appliquée. Elle est par ailleurs facile à réaliser, puisque la CCP est accessible en ligne et que l'opération ne requiert pas plus de quelques minutes.

Exploration de solutions envisageables

Passons en revue les solutions qui pourraient être envisagées et tâchons d'identifier les plus pertinentes :

Achat « coup de cœur », où, contrairement au bon mot d'Oscar, le malendettement qui découle d'un achat impulsif fait regretter amèrement cette petite (ou grande) « folie ». Si l'on souhaite protéger le consommateur contre ses propres impulsions, ou en tout cas, contre celles qu'il peut être amené à regretter dans le futur, l'approche actuelle de délai de rétractation est une première piste intéressante. Toutefois, ce délai semble relativement peu souvent utilisé, car il ne peut s'appliquer que lorsque le bien financé peut être rendu à l'état neuf, ce qui n'est plus le cas la plupart du temps. En outre, il paraît peu approprié d'interdire tout bonnement l'accès aux crédits « rapides » en grande surface puisque, dans une majorité de cas, ces derniers sont bel et bien honorés.

Du reste, la mise en oeuvre concrète d'une telle mesure n'irait pas sans soulever de très nombreuses questions. À partir de quelle distance considère-t-on que l'offre n'est plus réalisée sur le lieu d'achat ? Que penser, par exemple, d'une offre faite sur le parking du lieu d'achat ? Quel nombre minimum de mètres devrait être parcouru ? Que faire des institutions de crédit présentes dans le périmètre ainsi défini ? Comment les professionnels contreront-ils cette mesure ? Que risquent-ils de mettre en place ? Ne sera-t-il pas pire ? Sans compter que cela ne résoudra pas de manière satisfaisante les deux autres problèmes soulevés ci-dessous...

Les devoirs d'information ...

Pour que cette obligation puisse être correctement remplie, il faut idéalement :

- du personnel qui connaisse le/les produit(s) financier(s) proposé(s) – afin d'être à même de présenter des droits et obligations qui en découlent, notamment les modalités de remboursement, les coûts et les mesures qui seront mises en oeuvre en cas de défaut de paiement. À ce stade, il est utile de penser au moyen de prouver qu'une telle information a bien été donnée. Pour ce faire, un dépliant « simplifié », présentant l'essentiel de ces informations en termes clairs pourrait être élaboré... mais ce n'est là qu'une piste de réflexion ;
- du personnel qui puisse déterminer les besoins de financement du client et le type de crédit qui lui correspond et ne finaliser une offre que lorsque cette correspondance est avérée. Cet élément nous semble bien difficile à imposer dans un cadre légal puisque, d'une part, dans la majorité des cas, seul un type de crédit est proposé, et que, d'autre part, cela demanderait à ces professionnels de travailler « contre leur intérêt », ce qui paraît peu réaliste. En effet, la décision de crédit se prend dans une logique de maximisation des profits, et si le risque de défaut de paiement est en dessous du seuil d'acceptation, on comprendrait mal qu'un prêteur se rétracte. Enfin, la mise en place d'une procédure de contrôle vérifiant qu'une telle analyse a été faite semble à ce jour difficile à imaginer.

... et de conseil

C'est en général sous ce vocable que l'on trouve l'analyse de la solvabilité.

À ce jour, les obligations se concentrent autour de trois éléments d'information :

1. la vérification de l'identité du consommateur (indispensable pour l'étape 2) ;
2. la consultation du fichier CCP ;
3. le but du crédit (le plus souvent énoncé de manière floue).

Pour le reste, c'est aux professionnels qu'il revient de recueillir les informations qu'ils considèrent comme nécessaires pour apprécier la situation financière du consommateur.

Il nous semble nécessaire d'aller plus loin sur ce point. Pour l'ensemble des parties prenantes (prêteurs et intermédiaires, consommateurs et pouvoirs publics), une analyse appropriée de la solvabilité reste le meilleur rempart contre la mise en place de crédit inadéquat.

Nous considérons que les obligations légales sur ce point ne vont pas assez loin. La plate-forme « Journée sans crédit » à laquelle participe le Réseau Financement Alternatif a présenté, en 2008, dans sa proposition 4.1⁴, une piste sérieuse de solution.

L'idée consiste en la réalisation d'un questionnaire standard permettant d'évaluer la situation financière du consommateur. Le prêteur ou son intermédiaire devraient, pour ce faire, questionner le consommateur sur ses ressources (revenus, allocations...), mais aussi sur sa situation familiale (composition du ménage), ses charges courantes et ses dettes. Ceci devrait permettre de vérifier que le consommateur dispose des ressources suffisantes pour faire face, à la fois, à ses dépenses incompressibles et au remboursement du crédit envisagé. Pour ce faire, le consommateur devrait être invité à fournir les justificatifs des principaux postes et s'engager, comme c'est déjà le cas, sur la véracité des diverses informations qu'il communique.

Étude de solvabilité objectivée, la panacée ?

Dans notre quête de solution au problème de surendettement, dans notre volonté d'éviter que des pratiques préventives réduisent par ailleurs l'accès du crédit à des ménages en situation financière précaire, il nous semble inévitable de faire reposer en grande partie la décision d'octroi sur la solvabilité réelle du consommateur, et, à ce stade, une objectivation de cette dernière paraît une étape indispensable à mettre en place.

Pourquoi privilégier cette approche ?

- Elle fait reposer la décision d'octroi sur des éléments objectifs.
- Elle permet d'établir clairement les responsabilités des uns et des autres : le consommateur se doit d'apporter les pièces justificatives et de répondre sincèrement aux questions qui lui seront posées. Le dossier constitué en apportera la preuve. On peut même réfléchir à la manière dont on pourrait traiter différemment le sort des consommateurs de bonne ou de mauvaise foi, au même titre que des prêteurs de bonne ou de mauvaise foi, lorsque des défauts de paiement aboutissent à des litiges ou à des procédures de médiation de dettes.
- Le consommateur responsable et solvable pourra toujours obtenir rapidement un crédit, puisqu'il se munira des pièces *ad hoc* pour remplir son dossier. Pour les autres, il est probable que cela prenne plus de temps (oubli de document...). Ceci présente l'avantage pour ces derniers de ne plus pouvoir facilement tomber dans l'achat impulsif qui doit être financé par un crédit et d'avoir à mettre le nez dans le budget et dans la vérification dans les grandes lignes de la capacité de remboursement.
- Pour le prêteur ou son intermédiaire, il s'agit de vérifier les pièces justificatives, de les joindre au dossier et de compléter la grille budgétaire afin de vérifier le disponible

⁴http://www.journeesanscredit.be/var/www/eqpop/www.journeesanscredit.be/IMG/pdf/Recos_08_-_fr_-_version_longue.pdf

pour le remboursement du crédit. Si, on en convient, cela prend plus de temps que ce qui se pratique à ce jour, nous sommes convaincus des capacités des professionnels à rationaliser ce *process* pour en réduire autant que possible le coût.

- Cette approche s'applique à l'ensemble de la profession et ne créera donc pas de distorsion de concurrence.
- Elle n'entre pas en contradiction avec le projet de la Directive 2008/48/CE.
- Elle renforce et objective la notion de « crédit responsable » et permet de réaliser un bond en avant en matière de responsabilité sociale des entreprises financières. L'usage approprié d'un questionnaire standard pouvant devenir une norme minimale du crédit responsable.

En guise de conclusion

Quel prêteur qui se considère comme responsable peut considérer cette option comme inappropriée ou inadéquate ? Après ce que les crédits *subprime* ont déclenché comme tempête, peut-on encore envisager de faire du crédit sur base de *credit-scoring* simpliste, sans une approche individuelle précise de la capacité de remboursement ?

Chers prêteurs, la balle est dans votre camp... et celui qui parmi vous sera performant dans une approche responsable développera un avantage compétitif, n'est-il pas ?

Olivier Jérusalmey,
décembre 2008.

Le RESEAU FINANCEMENT ALTERNATIF est un réseau pluraliste de sensibilisation et de solidarité en matière d'éthique financière et sociale.

Son but est de promouvoir, par un travail d'éducation permanente, l'éthique et la solidarité dans les rapports à l'argent afin de contribuer à une société plus juste et plus humaine.

A cet effet, les axes de travail du Réseau Financement Alternatif sont :

Informier et sensibiliser le public afin de favoriser l'éthique et la solidarité dans les rapports à l'argent et être instigateur de débats, initiateur de réflexions et développeur de pistes novatrices en matière de finance éthique et solidaire ;

Promouvoir le développement de nouveaux outils et mécanismes financiers à caractère éthique et solidaire, inciter les différents acteurs économiques à investir de manière responsable et financer, grâce aux produits solidaires sur lesquels le

Réseau Financement Alternatif est partenaire, des projets développés par des organisations poursuivant le même objet.

Depuis 1987, des associations, des citoyens et des acteurs sociaux se rassemblent au sein du Réseau Financement *Alternatif* pour développer et promouvoir la finance éthique et solidaire.

Visitez www.rfa.be et www.financite.be