



Politique sectorielle - Politique de Crédit à la consommation

Préambule

Les entités du groupe Crédit Mutuel-CM11 peuvent être sollicitées au travers de leurs différentes activités pour intervenir dans des opérations concernant des secteurs sensibles impliquant des risques sociaux et environnementaux. Soucieux de leur responsabilité en la matière, elles ont entrepris de définir des politiques sectorielles qui visent à délimiter un champ d'intervention, à fixer des critères et des règles à respecter dans le cadre de l'exercice de leurs activités sur des domaines où les impacts sociaux et environnementaux sont les plus sensibles.

Les mesures prises s'appliquent à l'ensemble des entités du groupe Crédit Mutuel-CM11 sous réserve du respect des dispositions légales et réglementaires propres à chaque entité et à chaque pays d'implantation. Elles pourront faire l'objet de révision chaque fois que les entités du groupe Crédit Mutuel-CM11 le jugeront nécessaire.

Les activités de crédit à la consommation sont pleinement intégrées au développement économique des entités du groupe Crédit Mutuel-CM11, dans le respect de ses valeurs et des règles d'éthique professionnelle et de déontologie.

Le crédit à la consommation est un outil de soutien indispensable à la consommation des ménages, notamment dans le contexte économique actuel.

Il est une solution de financement de biens ou des services de consommation courante.

Rappel réglementaire :

Un cadre communautaire harmonisé dans un certain nombre de domaines clés a été progressivement mis en place et notamment avec :

- la directive européenne 2008/48 du 23 avril 2008 (transposée en droit français « loi Lagarde »),
- la directive européenne 2013/11/UE relative à l'obligation d'un dispositif de médiation relatif aux litiges de la consommation (transposée en droit français par l'ordonnance n° 2015-1033).

Le dispositif a également été renforcé par la France avec l'adoption de la loi Hamon en février 2014.

Les pays européens ont procédé à la transposition de ces directives, qui a eu pour effet une modification en profondeur de l'ensemble du marché.

Ces règles sur le crédit à la consommation ont pour enjeux principaux de :

- créer un cadre de confiance dans les relations entre les établissements de crédit et les consommateurs,
- offrir à ces derniers un niveau suffisant de protection et plus de transparence et de performance dans le service clientèle.

Le cadre de l'exercice du métier de crédit à la consommation, notamment sur les aspects de l'information précontractuelle et contractuelle ou de la formation des intermédiaires en opérations de crédit, a été considérablement renforcé.

La présente politique sectorielle -Crédit à la Consommation- s'inscrit dans le cadre de la politique de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE).

Elle traite les points suivants :

1. Pratique marketing
2. Pratique commerciale
3. Pratique en matière d'acceptation et de financement
4. Pratique en matière de recouvrement
5. Prévention du surendettement
6. Pratique en matière de prévention et de lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme
7. Pratique en matière de traitement des données personnelles
8. Pratique en matière de traitement des réclamations

1. Pratique marketing

Les pratiques marketings des entités du groupe Crédit Mutuel-CM11 utilisent l'ensemble des canaux mis à disposition, notamment par les techniques informatiques et digitales, pour entretenir la relation commerciale avec les clients : relevé de compte, mailing, e-mailing, SMS, téléphone, sites internet, réseaux sociaux,....

Dans les réseaux du groupe, les pratiques marketings du crédit à la consommation s'inscrivent dans une logique de gestion de la relation globale.

Les supports à destination des prospects et/ou clients de sollicitations marketing font l'objet de suivi, notamment en matière de fréquence, afin de veiller au

respect de la clientèle. En outre, ces supports et/ou documents marketing font l'objet d'une validation systématique par les services juridiques et/ou de conformité.

Les règles internes visent à préserver le caractère confidentiel et privé des données personnelles des clients (voir partie 7 sur le traitement des données personnelles).

Les clients sont informés des processus de désabonnement aux offres commerciales : un client ne souhaitant plus recevoir d'offres ou d'e-mailing peut à tout moment le signaler pour être radié de la liste de diffusion commerciale. Dans les réseaux bancaires, les clients peuvent se désabonner en ligne ou se manifester auprès de leur conseiller qui enregistrera dans le système d'information leur refus d'être contactés via un ou plusieurs canaux.

2. Pratique commerciale

Le code d'éthique et de déontologie s'inscrit dans le cadre des objectifs généraux que se fixent les entités du groupe Crédit Mutuel-CM11 concernant :

- la qualité de service à la clientèle,
- le respect de l'intégrité et de rigueur dans le traitement des opérations,
- le respect de la réglementation, des procédures et normes internes.

a. La prise en compte des intérêts de la clientèle

Une attention particulière est portée à l'identification, la prévention et/ou à la gestion des éventuelles situations de conflits d'intérêt.

Il est à noter que dans les réseaux des entités basées en France, les collaborateurs ne bénéficient pas d'une politique de rémunération variable.

Pour les autres entités, en cas de rémunérations variables, celles-ci sont strictement encadrées et limitées. La qualité de traitement des opérations fait l'objet de contrôles dont les résultats impactent la part variable.

b. Le devoir d'information

La connaissance du client, de ses besoins et des opérations effectuées est primordiale pour répondre à ses attentes et pour nouer une relation de confiance s'inscrivant dans la durée.

Le respect du devoir d'information consiste à donner au client tous les éléments lui permettant de s'assurer que le crédit proposé répond à ses attentes et à ses besoins, mais également d'apprécier les conséquences que le crédit peut avoir sur sa situation financière.

Les collaborateurs doivent donner des informations claires, complètes et objectives ne faisant pas état d'avantages trompeurs, et permettant au client de prendre sa décision en connaissance de cause.

Une opération qui serait manifestement contraire aux intérêts du client ne doit jamais lui être proposée.

c. La diligence dans l'exécution des opérations

L'objectif doit être de toujours apporter la réponse la mieux adaptée aux sollicitations des clients dans le cadre des crédits demandés et du meilleur service commercial.

d. Le comportement attendu lors des contacts avec la clientèle

Les contacts avec la clientèle doivent respecter les principes suivants :

- les relations commerciales doivent être guidées par l'écoute, la recherche d'une solution conforme aux intérêts du client. La nature des solutions proposées est fonction de la connaissance de la situation du client,
- en toute circonstance, la politesse, la considération, le respect de la vie privée et la confidentialité s'imposent.

3. Pratique en matière d'acceptation et de financement

La décision d'accepter ou de refuser d'octroyer un crédit à un client relève de la responsabilité de l'établissement, dans la recherche de l'intérêt de l'emprunteur et le respect des règles prudentielles du prêteur.

Les règles d'octroi d'un crédit garantissent un traitement adapté à chaque situation, elles sont fondées sur des critères objectifs et sans a priori.

L'étude de la solvabilité du client, en sus des lois et réglementations relatives au crédit à la consommation, intègre également les principes édictés par l'autorité réglementaire du pays en matière de protection des données personnelle des clients (CNIL, Commission Nationale de l'informatique et des libertés pour les entités basées en France) et qui se fonde sur :

- la collecte structurée d'informations,
- la consultation de fichiers externes.

Les informations sur les clients sont actualisées tout au long de la relation commerciale et notamment en cours de vie des crédits.

Lors de l'étude du dossier de crédit, le prêteur interroge selon la réglementation nationale applicable, les fichiers légaux, notamment ceux permettant d'identifier les Incidents de paiement.

(En France, Fichier des Incidents de Paiement (FICP), Fichier Central des Chèques de la Banque de France (FCC)).

4. Pratique en matière de recouvrement

Malgré les diligences apportées à l'acceptation des dossiers des clients, certains d'entre eux peuvent se retrouver dans une situation difficile liée à des problèmes personnels, professionnels, ou encore de santé et plus généralement généré par des accidents de la vie.

La déontologie des entités du groupe Crédit Mutuel-CM11 et ses valeurs conduisent à maintenir le contact et à conserver les relations avec le même respect et la même considération.

Les actions tendant au recouvrement amiable des créances sont conduites dans un esprit de soutien, d'accompagnement et de continuité de relation avec la clientèle.

Le groupe veille à optimiser ses processus de recouvrement, à travers un renforcement et une formation spécifique des équipes en charge, pour une meilleure proximité relationnelle avec les clients concernés et un traitement plus efficace des dossiers.

Les objectifs des services concernés et plus particulièrement ceux du service recouvrement dans de tels cas est de trouver avec les clients une solution de régularisation adaptée à la situation et satisfaisante pour les 2 parties.

5. Prévention du surendettement

La prévention du surendettement consiste à mobiliser des moyens humains et techniques pour renforcer l'éducation des clients sur les impacts liés à l'octroi d'un crédit.

Ainsi, une attention particulière est donnée à l'accompagnement du client pour faciliter la compréhension de sa gestion budgétaire, lors de la demande de crédit, en mettant à disposition les informations préventives sur le crédit à la consommation permettant un choix éclairé.

De plus, des actions de détection préventive pourront être déployées par les entités du groupe en complément d'une aide personnalisée aux clients devant gérer une situation difficile liée à la survenance d'un accident de la vie.

6. Pratique en matière de prévention et de lutte contre le blanchiment et le financement du terrorisme

Les activités de crédit à la consommation des entités du groupe Crédit Mutuel-CM11 sont réalisées dans le respect des réglementations locales et européennes en matière de Lutte Contre le Blanchiment et le Financement du Terrorisme (LCBFT).

Les activités de crédit à la consommation font l'objet d'une vigilance permanente adaptée à la nature et aux spécificités des produits, ainsi qu'aux particularités de

chacun des canaux de distribution grâce à différents dispositifs :

- les principes d'identification systématique de la clientèle lors de l'entrée en relation d'affaires et de connaissance des clients sont repris dans les procédures,
- la nature, le mode de commercialisation des produits et le respect des procédures référentes permettent de s'assurer de l'identité réelle du bénéficiaire effectif de la relation d'affaires et qu'aucune opération anonyme n'est possible,
- les informations et documents nécessaires à la connaissance de la relation d'affaires sont prévus dans les procédures, conservés, analysés et régulièrement mis à jour,
- les dispositifs de suivi et d'analyse permettent de détecter les personnes faisant l'objet d'une mesure de gel des avoirs et des personnes politiquement exposées,
- les dispositifs de suivi et d'analyse sont définis en fonction de la cartographie des risques,
- les critères et seuils d'alerte spécifiques et adaptés aux opérations de crédit à la consommation ont été mis en place afin de surveiller les opérations, détecter les opérations suspectes et d'alerter les autorités compétentes le cas échéant,

De plus, les salariés sont formés à la LCBFT et aux diligences prévues dans les procédures de chaque entité.

A noter qu'aucune implantation et qu'aucune activité de crédit à la consommation n'est réalisée dans les Etats ou territoires non coopératifs ; les entités du groupe exerçant des activités de crédit à la consommation sont toutes implantées dans des pays européens ayant transposé les directives européennes en matière de LCBFT.

7. Pratique en matière de traitement des données personnelles

Les activités de crédit à la consommation du groupe Crédit Mutuel-CM11 sont réalisées dans le respect des réglementations locales et européennes en matière de traitement des données personnelles, et répondent aux recommandations émises par les autorités locales compétentes.

Tout collaborateur est tenu au secret professionnel comme le précise le recueil de déontologie du Groupe Crédit Mutuel-CM11 sous peine des sanctions prévues par la loi.

Le respect du secret professionnel consiste à ne pas communiquer à des tiers externes ou internes à l'entité des informations qu'ils n'ont pas à connaître et/ou dont la divulgation pourrait engager la responsabilité professionnelle, civile et/ou pénale de celui qui en serait l'auteur.

Le secret professionnel concerne toutes les informations mises à la disposition du collaborateur par l'entité, ou auxquelles il a accès à l'occasion de son activité. Il couvre également l'identité des clients et leurs données personnelles, ainsi que les opérations qu'ils effectuent et les renseignements divers qu'ils fournissent.

Le secret professionnel ne peut être levé que dans le cadre précis des dispositions réglementaires ou législatives.

Les collaborateurs restent tenus par le secret professionnel après toute cessation d'activité dans l'entreprise, pour quelque cause que ce soit.

Les coordonnées des médiateurs sont disponibles sur les sites :

WWW.lemediateur-creditmutuel.com
WWW.lemediateur.asf-france.com

8. Pratique en matière de traitement des réclamations

Le traitement d'une réclamation émanant d'un client ou d'un prospect permet d'apporter une réponse adéquate aux attentes exprimées par celui-ci.

Le traitement approprié des réclamations s'effectue dans une double démarche générale de protection de la clientèle et de détection de dysfonctionnements, ayant pour objectif la satisfaction des clients.

La mise en place de plans d'actions préventifs et/ou correctifs empêche la reproduction de ceux-ci, et notamment diminuent les risques de non-conformité. De cette manière, le traitement des réclamations s'inscrit dans une logique d'amélioration continue des processus.

Pour les entités du Groupe Crédit Mutuel-CM11 implantées en France et relevant du statut bancaire, le médiateur du groupe Crédit Mutuel et le médiateur des établissements adhérents à l'Association Française des Banques (ASF) ont été désignés conformément aux exigences de la réglementation :

- l'Ordonnance n° 2015-1033 du 20 août 2015 relative au règlement extrajudiciaire des litiges de consommation,
- le Décret n° 2015-1382 du 30 octobre 2015 relatif à la médiation des litiges de la consommation
- le Décret n° 2015-1607 du 7 décembre 2015 relatif aux conditions de désignation des médiateurs d'entreprises.

Il est inscrit sur la liste des médiateurs notifiée auprès de la Commission européenne par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECM) depuis le mois d'octobre 2016, gage de son indépendance.

Une charte de la médiation, disponible sur son site et sur celui de la banque, précise les règles de fonctionnement de la médiation.

La médiation est un processus par lequel les deux parties à un litige essaient de parvenir à un accord avec l'assistance d'un tiers, le "Médiateur", afin de les aider à résoudre leur différend et trouver un accord amiable. Les litiges relevant de sa compétence sont détaillés sur son site et dans la charte de la médiation.