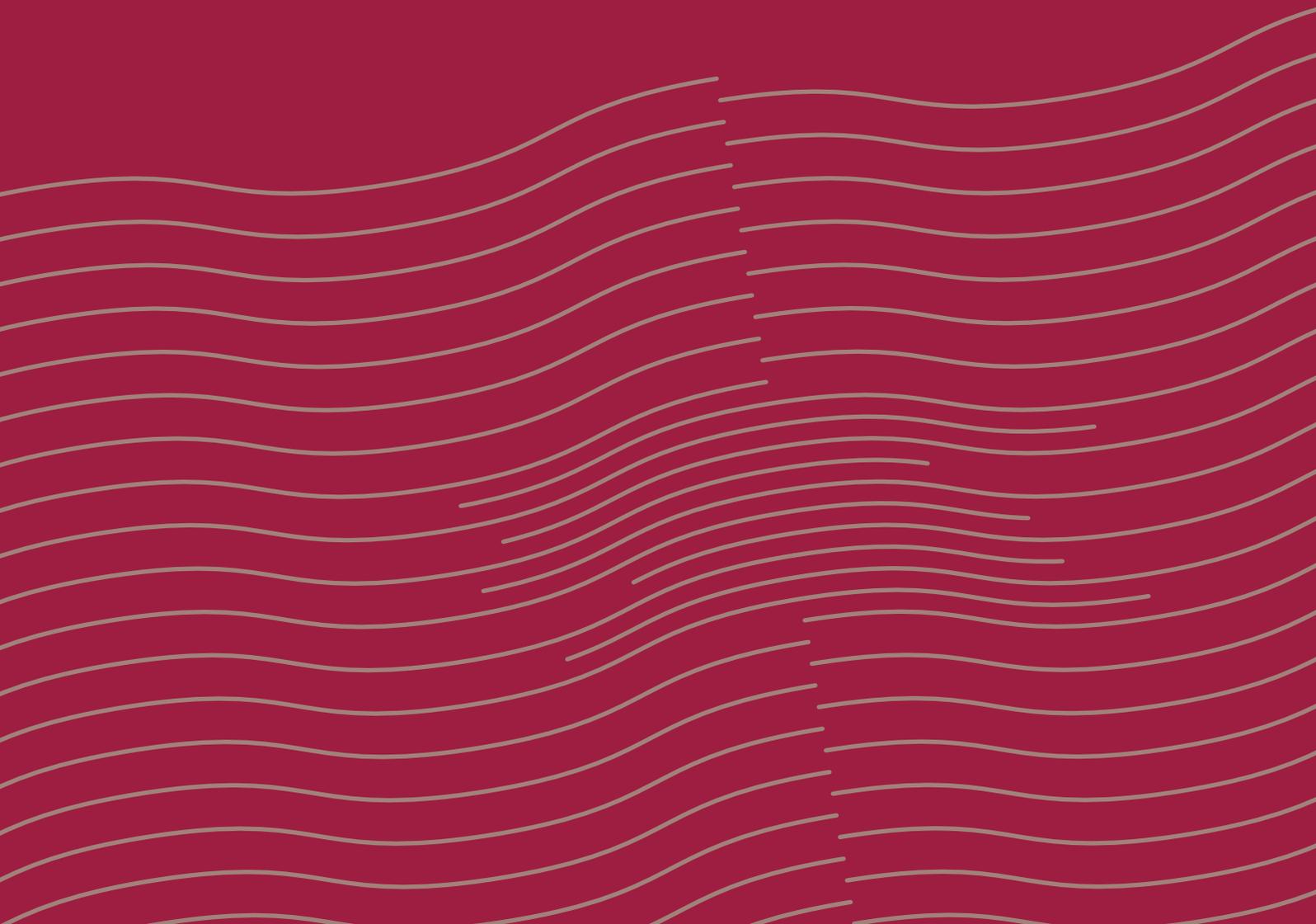


Année 2015

Rapport du médiateur

Médiation entre BNP Paribas et ses clients

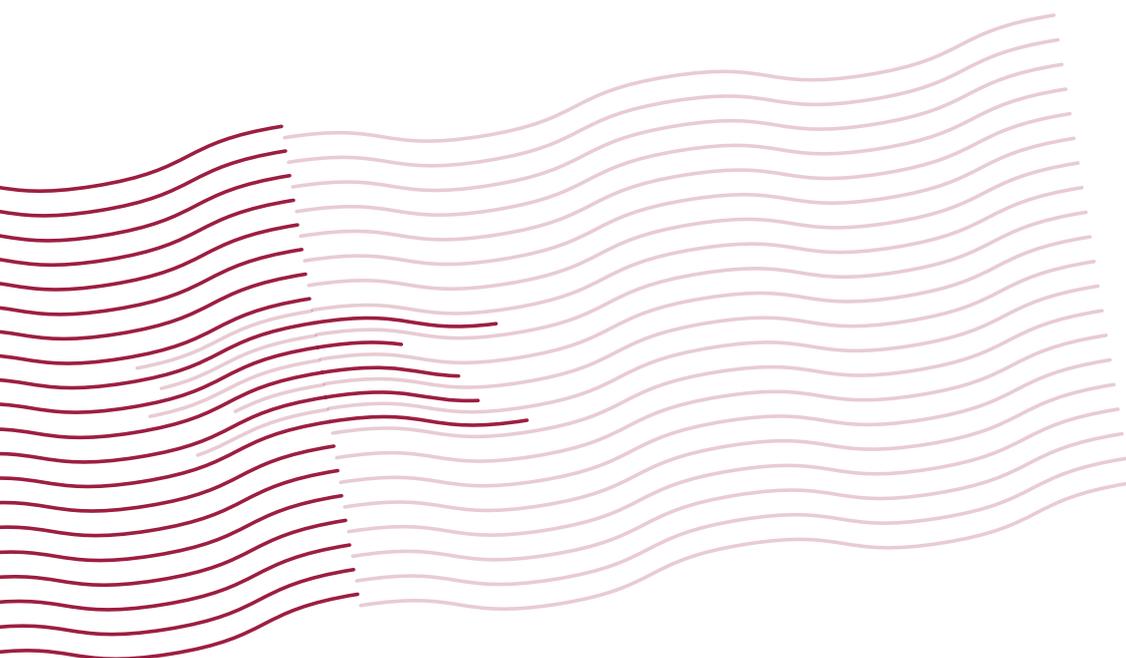
Clientèle des Entrepreneurs



Sommaire

Chiffres clés	4		
1 Le Médiateur	6	6 Les motifs pour les réclamations hors du champ de compétences	20
2 Présentation de la Médiation	8	7 Les avis rendus	22
Champ de compétence	8	Les avis	22
Quel client peut intervenir auprès du Médiateur ?	9	Répartition de avis favorables et défavorables	24
Fonctionnement de la Médiation des Entrepreneurs	9	8 Les délais et remboursements effectués	26
Les moyens humains et matériels mis à disposition du Médiateur	10	9 Les recommandations du Médiateur	27
3 Le contexte économique et juridique de l'année 2015	11	Contexte de la médiation en 2015	28
L'environnement conjoncturel	11	Les recommandation	29
Évolution juridiques	13	Les pistes d'amélioration	31
4 Les grandes tendances de l'année 2015	15	10 Conclusion	32
Évolution de l'activité de la médiation	16	11 Annexe : Charte de la Médiation 2014	34
5 Analyse et évolution des saisines par domaines	17		
Saisines par domaines	17		
Saisines par sous-domaines	18		

Les **chiffres clés** de la médiation auprès de BNP Paribas



697 (+ 37,75 %)

Nombres de saisines

349 (+ 49,79 %)

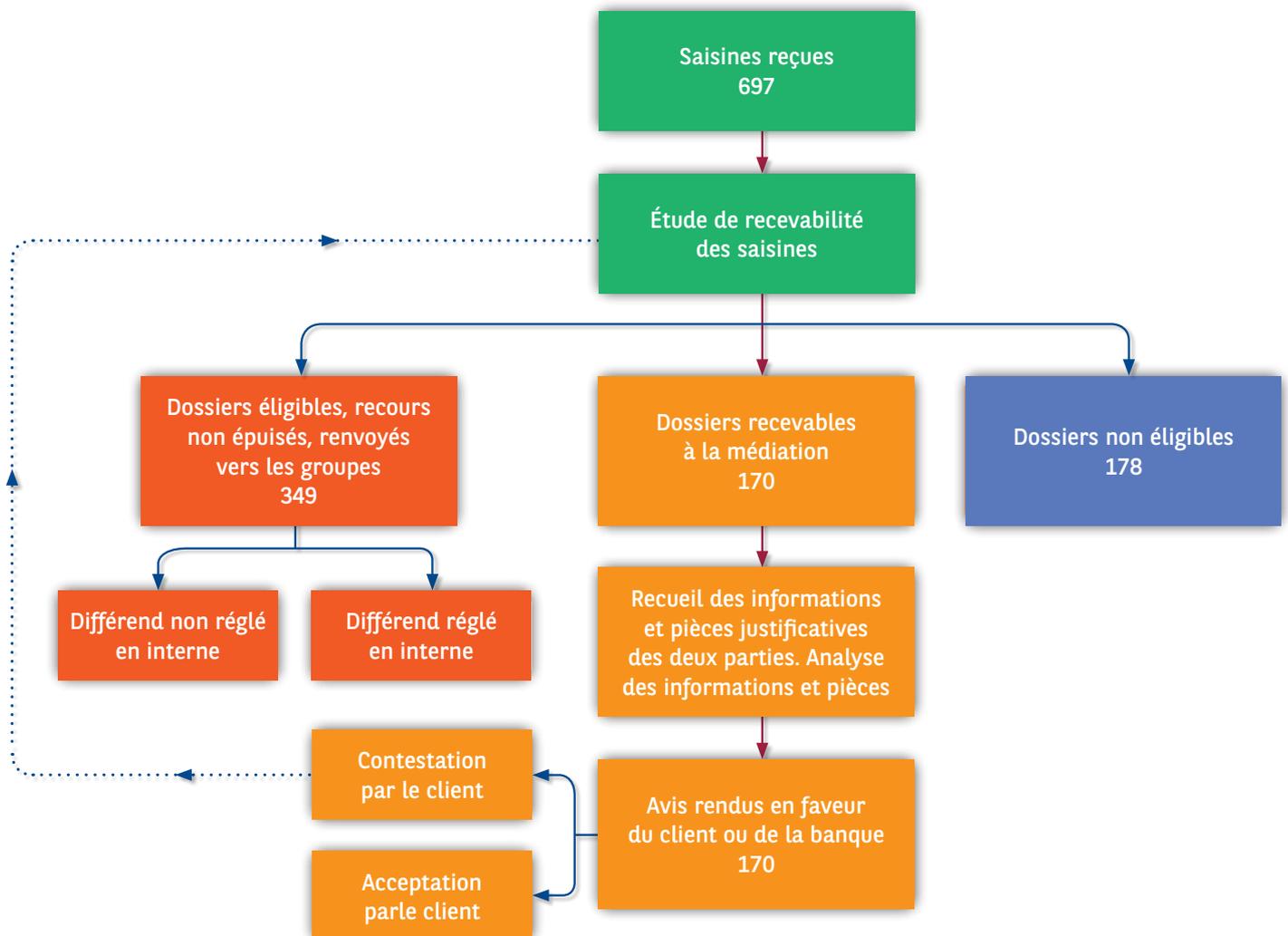
Dossiers recevables
recours internes
non épuisés

170 (+ 38,21 %)

Avis rendus

178 (+ 18,67 %)

Dossiers non éligibles



1

Le Médiateur



Dominique LEGE,
*Médiateur entre BNP Paribas
et ses clients Entrepreneurs*

J'occupe les fonctions de Médiateur auprès de la Clientèle des Entrepreneurs de BNP Paribas depuis le 1^{er} janvier 2013.

Ingénieur Agricole de formation, avec une spécialisation Gestion Institut administration des Entreprises I.A.E.

Je me suis beaucoup impliqué dans la sphère entrepreneuriale et la Banque Française en occupant diverses fonctions : Direction d'une filiale des Champagnes « Piper Heidseick », Direction de la Coopérative viticole « Les Caves de la Loire ». J'ai mis mes compétences au service d'une Caisse Locale du Crédit Agricole, la plus importante des Caisses Locales Anjou-Maine en tant qu'Administrateur puis de Président, ainsi que membre du Comité de prêts de la Caisse Régionale.

J'ai donc une bonne connaissance des problématiques que peuvent rencontrer les Entrepreneurs ce qui me permet d'exercer pleinement mes fonctions de Médiateur.

Depuis 3 ans j'exerce cette fonction, j'ai eu à étudier 1700 saisines, j'ai rendu 400 avis, j'ai donc eu à traiter beaucoup de situations ce qui m'a permis de mieux percevoir la fonction et de parfaire mes connaissances.

Pour mieux assurer ma mission de Médiateur, j'ai suivi plusieurs formations à la médiation assurées par le Centre de Formation des Finances et le Club des Médiateurs de Services Publics.

Je participe également à diverses rencontres interprofessionnelles dédiées à la médiation. Je prends part, tous les ans, aux différentes réunions et colloques de l'Association Nationale des Médiateurs A.N.M.

Je suis membre de cette Association.

Je suis membre également du Cercle des Médiateurs bancaires. Je participe aux différentes journées de formations organisées par cette Association (Président Yves Gérard, médiateur auprès de la Société Générale et groupe Crédit du Nord. Vice-Président Paul Loridant, Fédération Bancaire Française).

L'objet de cette Association, qui regroupe 36 Médiateurs bancaires, est entre autre de :

- Promouvoir, développer et favoriser le recours à la médiation bancaire par tous moyens appropriés,
- Offrir à ses membres un lieu d'échange, d'information et de formation,
- Formuler des « recommandations et guides de bonne pratique à l'usage de ses membres ».

Ces différentes réunions et journées de formation me permettent de continuer à évoluer dans mon travail d'analyse et d'être informé de l'évolution de ma mission.

2

Présentation de la médiation



Afin de répondre aux attentes de la clientèle des Entrepreneurs, une Médiation a été mise en place le 31 mars 2009 par BNP Paribas.

Champ de compétence du médiateur

Celui-ci est défini par une Charte consultable sur le site internet suivant :

<http://www.mabanque.bnpparibas.net>

Cette charte est remise à toute personne qui en fait la demande. Elle est adressée avec chaque courrier du médiateur.

Le médiateur peut être saisi de tout différend ou litige portant sur les produits bancaires et financiers ainsi que sur les services proposés par la Banque. Sont exclus les aspects relevant de la politique tarifaire de la banque, de la conception des produits et ceux concernant les performances des produits liées aux évolutions du marché.

Quel client peut intervenir auprès du médiateur ?

Tout client détenant un compte courant et exerçant :

- À titre individuel une activité commerciale, libérale, artisanale ou agricole
- ou
- Sous forme de société répondant aux 2 critères suivants :
 - moins de 20 salariés,
 - chiffre d'affaires annuel inférieur ou égal à 3 millions d'euros.

Fonctionnement de la Médiation des Entrepreneurs

Lorsqu'aucune solution n'a pu être trouvée entre BNP Paribas et son client et que tous les recours internes sont épuisés, le Médiateur peut alors être saisi de tout différend ou litige portant sur les produits bancaires et financiers, ainsi que sur les services proposés par la Banque.

Ainsi le médiateur peut être saisi par un client détenant un compte courant et exerçant :

- à titre individuel une activité commerciale, libérale, artisanale ou agricole
- ou
- sous forme de société (moins de 20 salariés, chiffre d'affaire annuel < ou = à 3 millions €)

La saisine se fait :

- en ligne (depuis 2014) sur le site mabanque.bnpparibas
- par voie postale (Médiation auprès de BNP Paribas)

La durée maximum de la Médiation est de 45 jours.

Le médiateur des Entrepreneurs doit respecter un certain nombre de règles de déontologie telles que confidentialité, loyauté, impartialité et indépendance.

BNP Paribas met à la disposition du médiateur une équipe de 3 personnes chargée de constituer et d'instruire les dossiers en collaboration avec des experts (juristes, spécialistes produits). Le médiateur étudie ensuite le dossier et élabore un avis.

Les avis s'imposent à la banque lorsque le litige porte sur la gestion administrative du compte courant (par exemple, le délai d'exécution d'un ordre donné par le client, une tarification excessive par rapport au service rendu).

Lorsque le différend a trait au crédit (refus, rupture) et que le médiateur estime que la banque peut faire évoluer sa position, son courrier, qu'il adresse au client, est précédé d'un contact avec la banque. Celle-ci tient le plus grand compte des recommandations formulées par le médiateur des Entrepreneurs.

Il est important de souligner que le médiateur des Entrepreneurs ne peut statuer en cas de :

- saisine du Médiateur national du crédit aux entreprises,
- clôture du compte ou d'exigibilité des concours prononcée par la banque et constatant la créance de cette dernière,
- nomination d'un mandataire ad hoc ou d'un conciliateur au sens de la loi du 25 juillet 2005,
- procédure collective ouverte à l'encontre du client,
- assignation en justice par l'une des parties à propos de l'objet du litige ou de mandat de représentation confié à un conseil à des fins contentieuses.

Les moyens humains et matériels mis à disposition du Médiateur

Le Médiateur, pour la clientèle des Entrepreneurs, dispose d'une équipe en commun avec le Médiateur pour la clientèle des Particuliers, Dominique CHEVAILLIER-BOISSEAU.

Cette équipe est dirigée par Frédéric GAUDIN.

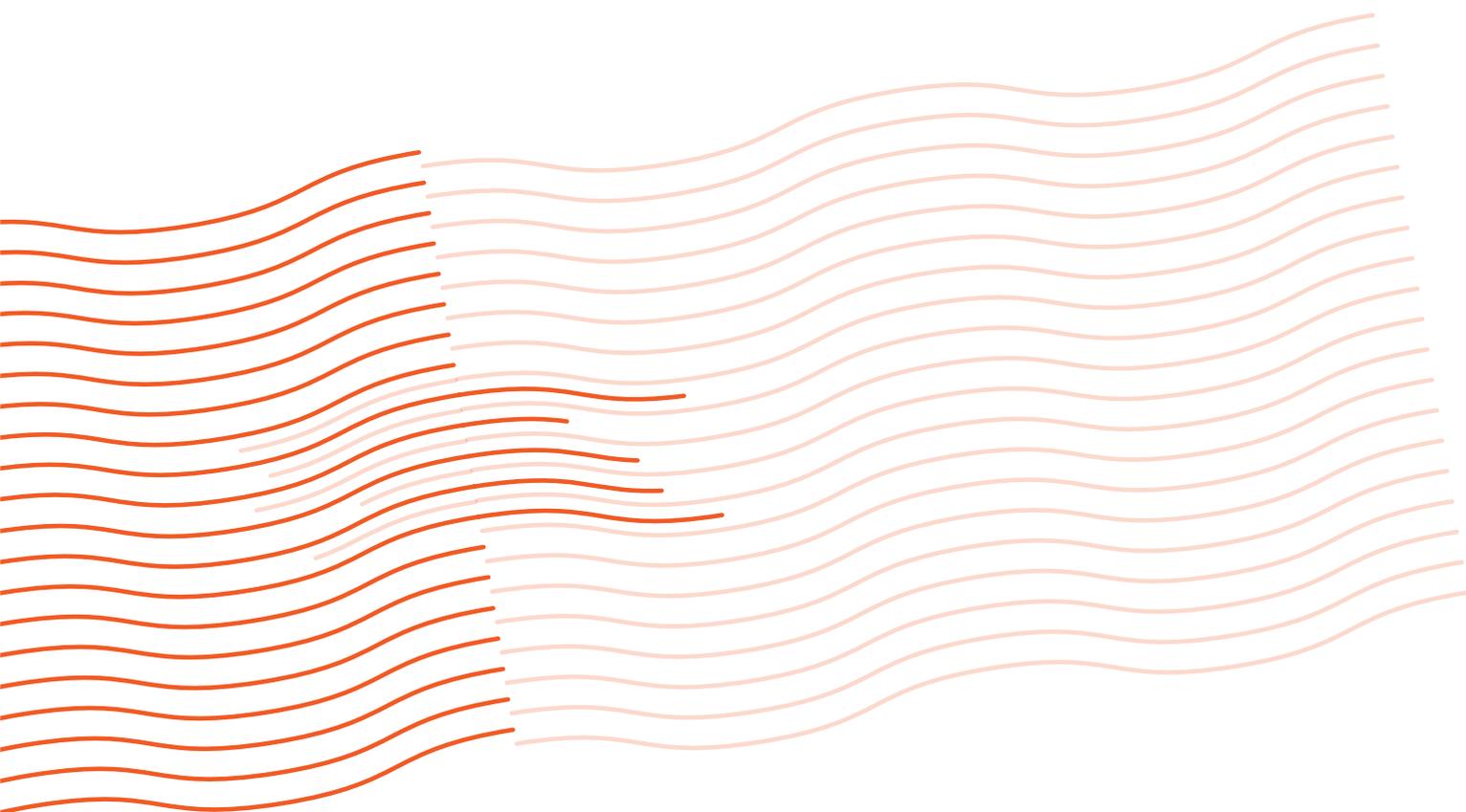
Neufs experts et deux assistants composent cette équipe, un expert est plus particulièrement dédié à la Médiation des Entrepreneurs.

Trois juristes sont à ma disposition pour tous les problèmes de droit rencontrés.

Le Médiateur dispose d'un bureau et a accès à tous les moyens d'informations pour pouvoir vérifier les éléments fournis par le client et la Banque.

3

Le contexte économique et juridique de l'année 2015



L'environnement conjoncturel

L'environnement conjoncturel, pour l'année 2015, est en amélioration comparativement à l'année 2014.

La Banque de France, dans son rapport annuel, relève les éléments suivants :

Les atouts de la France

- La France est le 2^e puissance économique de l'Europe,
- La démographie est l'une des plus importantes de l'Europe, relevant ainsi les avantages de la jeunesse pour l'avenir,
- La productivité horaire est l'une des meilleures au monde,
- On constate un rebond de la consommation et de l'investissement,

- Les taux d'intérêts d'emprunts sont faibles,
- Elle figure dans le « top 100 » des entreprises les plus innovantes du Monde,
- Elle est l'un des pays les plus actifs dans la création d'entreprises.

Les points faibles de la France

- Le chômage n'a pas connu de baisse en 2015 et reste élevé : 3,5 millions de chômeurs, 24 % des jeunes actifs de moins de 25 ans sont au chômage,
- La dette publique reste très élevée : 96 % du P.I.B.,
- Le déficit public se situe à (-) 3,4 % du P.I.B. comparativement à - 2,1 % du P.I.B. dans la zone Euro,
- Le coût du travail est important pour l'employeur,
- La croissance reste inférieure à celle de la zone Euro.

Quelques chiffres

- Croissance : + 1,3 de P.I.B. mais inférieure de 0,3 point à celle de l'Euro,
- Croissance de l'emploi : + 0,2 en France en comparaison de 1,1 % dans la zone Euro,
- Hausse de la consommation des ménages : + 1,5 %,
- L'investissement dans les entreprises : + 2,8 %.

Les leviers pouvant influencer la croissance durablement seraient :

- La confiance. C'est le levier micro-économique essentiel et sûrement trop négligé.
- Pour ancrer durablement la croissance, il faudrait simplifier et faciliter les règlements, et avoir un vrai dialogue entre les acteurs de l'Entreprise : patronat, syndicats et Pouvoirs Publics.

Observations sur l'évolution des P.M.E. en 2015

Les P.M.E. représentent 50 % des entreprises et de la valeur ajoutée.

Il y a un retour à l'investissement en 2015.

On constate moins de défaillances et une reprise de la création d'entreprises.

Concernant notre médiation suivant la classification de la Loi du 4 août 2008, nous nous situons au dessus des micro-entreprises.

ENTREPRISES	CHARTRE B.N.P. CLASSIFICATION LOI 2008	MICRO-ENTREPRISES
Nombre de salariés	< 20 salariés	< 10 salariés
Chiffre d'affaires	<3 000 000 €	< 2 000 000 €

Évolutions juridiques

La médiation : une obligation de mode de résolution des litiges entre professionnels et consommateurs

Cette obligation impacte la clientèle des Entrepreneurs de BNP Paribas. En effet, l'ordonnance du 20 août 2015 et le décret du n°2015-1382 du 30 octobre 2015 mettent en place un régime de médiation des litiges de consommation généralisé à tous les secteurs professionnels.

Le principe est le suivant « *tout consommateur a le droit de recourir gratuitement à un médiateur de la consommation en vue de la résolution amiable du litige qui l'oppose à un professionnel. À cet effet, le professionnel garantit au consommateur le recours effectif à un dispositif de médiation de la consommation* ».

La médiation est un mode de résolution des conflits avec l'aide d'un tiers choisi, le médiateur, pour tenter d'éviter une action en justice et régler des litiges individuels entre les consommateurs et les entreprises.

Le mécanisme de médiation ne se substitue cependant pas à un possible règlement des litiges par voie amiable. Le consommateur doit au préalable avoir tenté de résoudre son litige directement auprès de l'entreprise par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat.

Il dispose d'un délai de 1 an après sa réclamation écrite pour recourir à la médiation.

Ainsi, à compter du 1^{er} janvier 2016, le professionnel sera dans l'obligation de proposer à ses clients consommateurs, la médiation comme mode de résolution des litiges.

Si le professionnel est dans l'obligation de la proposer, le consommateur demeure libre de choisir entre la médiation et la saisine du juge.

Dans quels cas le professionnel doit-il proposer la médiation à son client consommateur ?

Dès que l'entreprise conclut un contrat de prestation de services ou de vente avec un consommateur, il doit permettre à ce dernier de recourir à la médiation en cas de litiges. La médiation de la consommation s'applique à un litige national ou transfrontalier.

L'entreprise n'est pas soumise à cette obligation pour :

- les litiges entre professionnels ;
- les réclamations portées par le consommateur auprès du service clientèle du professionnel ;
- les négociations directes entre le consommateur et le professionnel ;
- les tentatives de conciliation ou de médiation ordonnées par un tribunal saisi du litige de consommation ;
- les procédures introduites par un professionnel contre un consommateur.

Quelles sont les nouvelles obligations pour le professionnel ?

1. Garantir le recours effectif à un dispositif de médiation

Les textes prévoient que le professionnel doit garantir « le recours effectif à un dispositif de médiation ».

Les solutions réglementaires proposées pour répondre à cette nouvelle exigence sont :

- la mise en place de son propre dispositif de médiation de la consommation ;
- le recours à tout autre médiateur de la consommation répondant aux exigences de la réglementation et notamment un médiateur dont la compétence s'étend à l'ensemble des entreprises d'un domaine d'activité économique dont le professionnel relève.

Pour mettre en place son dispositif de médiation, le professionnel devra respecter le dispositif légal et pourra s'inspirer des préconisations du ministère de l'économie et des finances.

À ce titre, le Ministère de l'économie et des finances précise que pour les professionnels, « le recours à un médiateur d'entreprise s'accompagne d'exigences supplémentaires garantissant son impartialité : il doit être désigné par un organe collégial composé d'associations de consommateurs et de professionnels, disposer de moyens autonomes et suffisants, et n'avoir aucun lien hiérarchique avec l'entreprise ».

Le Ministère ajoute que « seront encouragés à l'avenir tous les secteurs qui privilégient un médiateur sectoriel.

Lorsqu'il existe un médiateur public, une convention avec les médiateurs du secteur d'activité doit organiser la coopération entre eux ».

La médiation des litiges de la consommation doit être aisément accessible par voie électronique ou par courrier simple à toutes les parties, consommateur ou professionnel. Elle est gratuite pour le consommateur.

2. L'entreprise doit indiquer la possibilité de recourir à la médiation

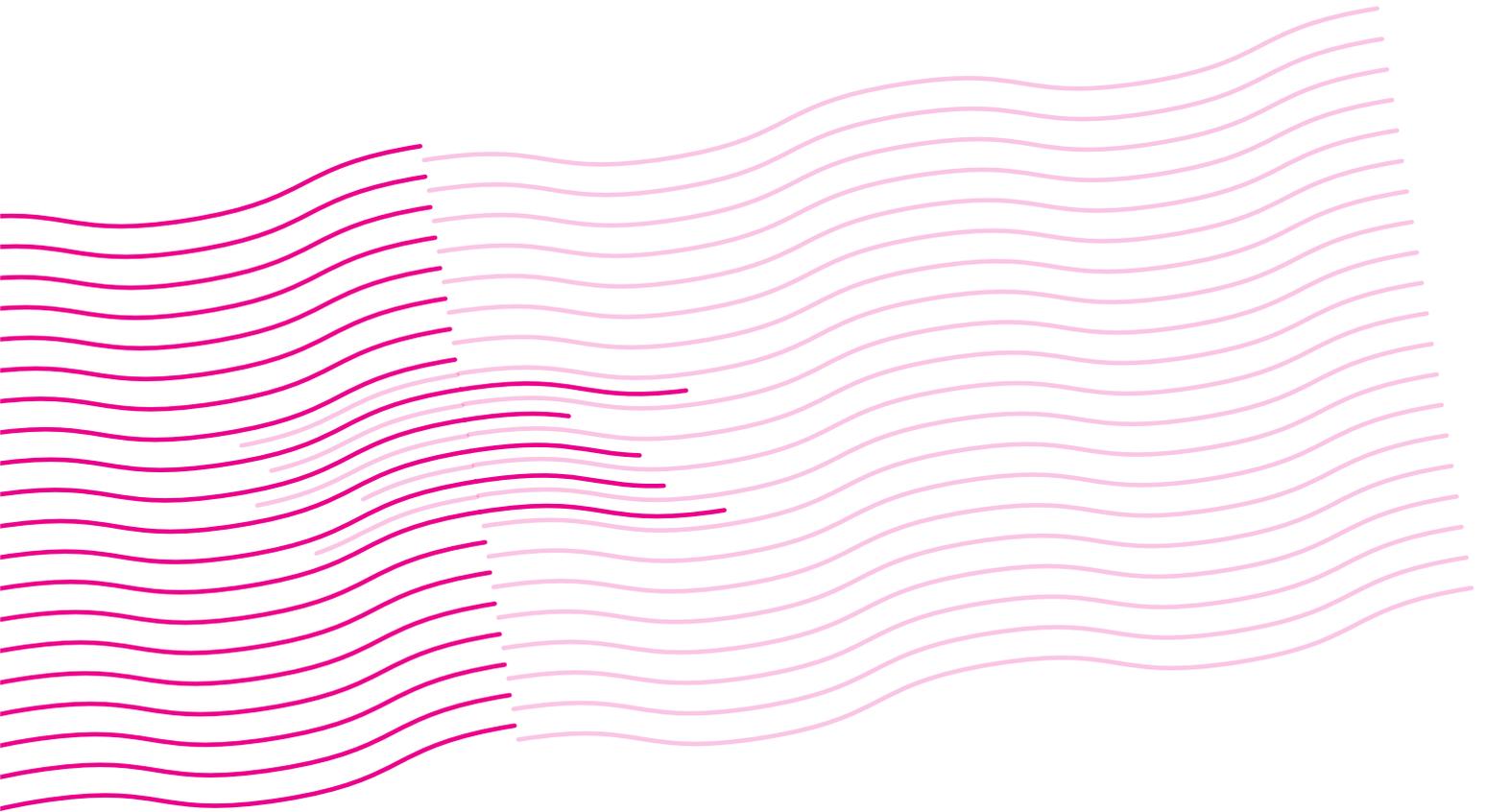
Le professionnel doit communiquer au consommateur les coordonnées du ou des médiateurs de la consommation dont il relève, en inscrivant ces informations de manière visible et lisible sur :

- son site internet
- ses conditions générales de vente ou de service
- ses bons de commande
- sur tout autre support adapté.

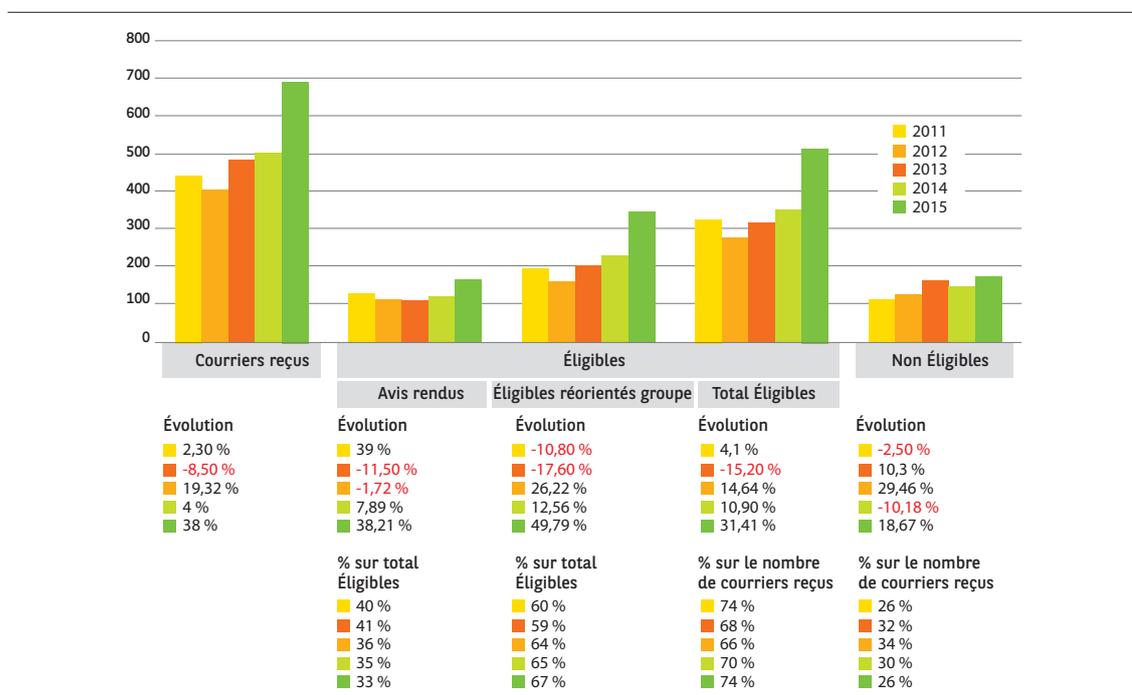
Le professionnel doit également mentionner l'adresse du site internet du ou de ces médiateurs. Attention, le texte précise que le professionnel est également tenu de fournir cette même information au consommateur, dès lors qu'un litige n'a pas pu être réglé dans le cadre d'une réclamation préalable directement introduite auprès de ses services.

4

Les grandes tendances de l'année 2015



Évolution de l'activité de la médiation



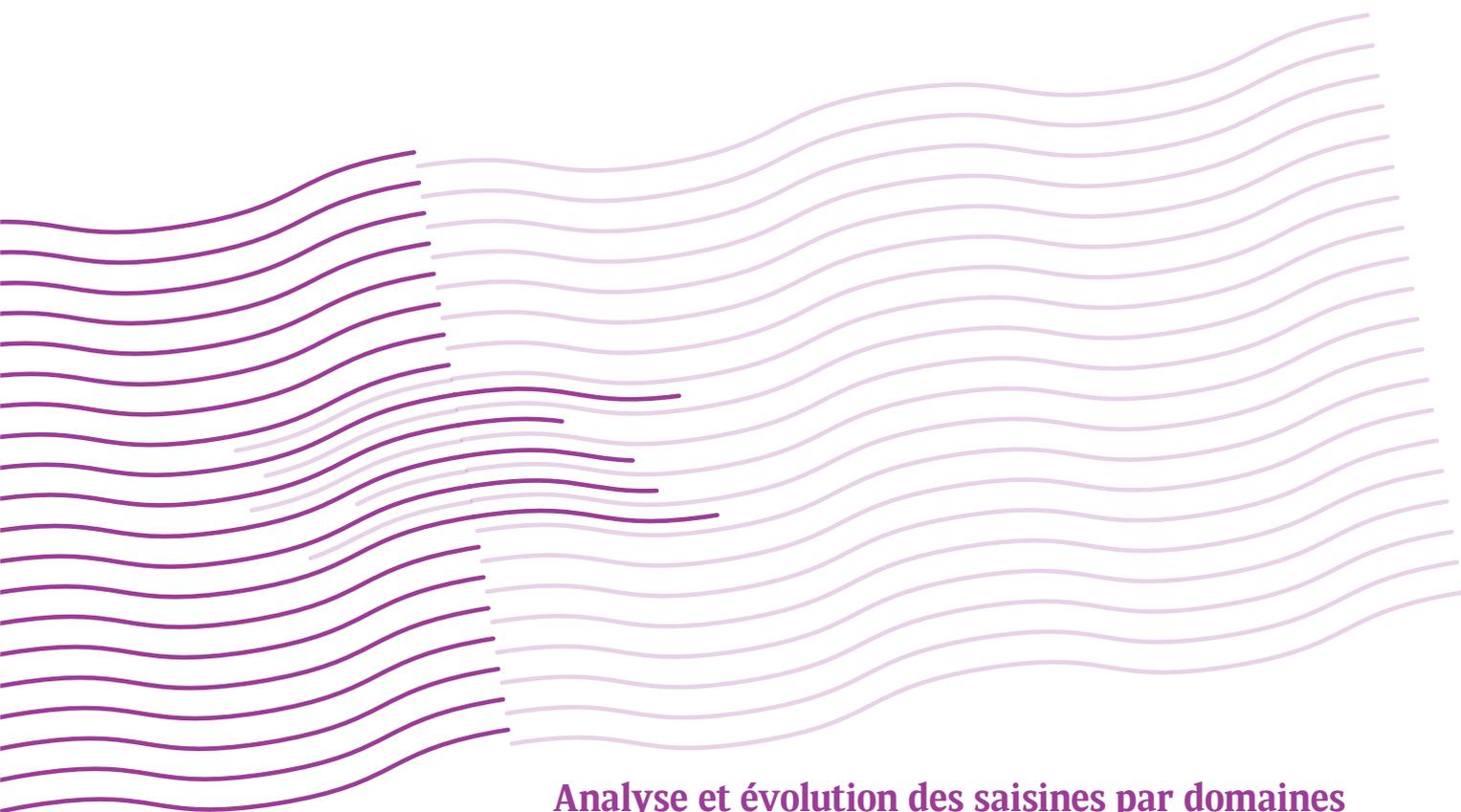
En 2014 les saisines étaient en augmentation de 4 %, par rapport à 2013. Nous enregistrons, en 2015, une forte progression des demandes (38 %). Cette évolution est due à une plus grande visibilité de la médiation et à la possibilité de me saisir, « en ligne », au moyen du site internet de la banque depuis juillet 2014. En cinq ans, les saisines ont progressé de 56 %.

Les dossiers non éligibles, en baisse de 10 % en 2014, progressent de 18,67 % (+52 % en cinq ans). Ils représentent encore un quart des demandes car les clients ne consultent pas nécessairement la charte pour prendre connaissance de mes domaines d'intervention.

Concernant les « avis rendus », ils progressent de 31,41 % par rapport à 2014 et de 30 % en cinq ans.

5

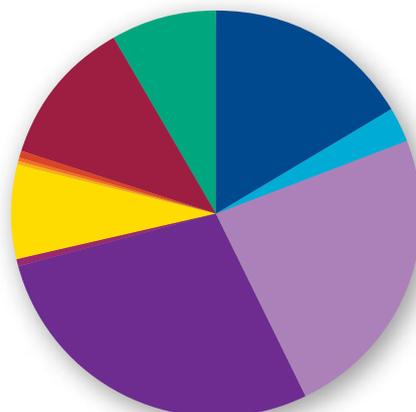
Analyse et évolution des saisines par domaines



Analyse et évolution des saisines par domaines

En 2014, les demandes portaient sur onze domaines, douze en 2015 (trois dossiers sur l'épargne bancaire).

■ 116	Fonctionnement du compte
■ 18	Banque à distance
■ 160	Prêts
■ 5	Ventes groupées
■ 195	Tarifification
■ 4	Assurances prévoyance
■ 52	Moyens de paiement
■ 2	Assurance vie / titres
■ 3	Banque libre service
■ 3	Épargne bancaire
■ 82	Hors périmètre (non clients/autres banques)
■ 57	Contentieux
Total	697



Trois domaines restent majoritaires et représentent 68 % des demandes (60 % en 2014).

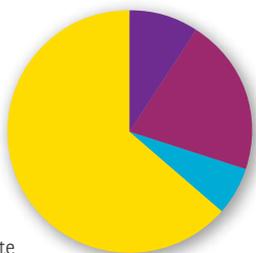
	2015	2014
Tarifification	21 % (105)	28 % (195)
Prêts	21 % (104)	21 % (104)
Fonctionnement du compte	18 % (89)	17 % (116)

Les neufs autres domaines se partagent ainsi 32 % des demandes, dont 27 % pour les seuls hors périmètre (non client...), les moyens de paiement et le contentieux. Le constat était le même en 2014, pour les huit autres domaines.

Analyse et évolution des saisines par sous-domaines

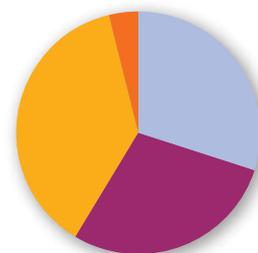
Tarifification 195

- 18 Incident compte
- 41 Autres (prêts, titres, moyens de paiement...)
- 12 Ventes groupées
- 124 Frais, conditions et tarifs de fonctionnement compte



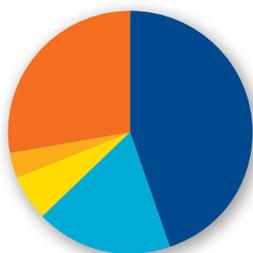
Prêts 160

- 48 Crédit équipement
- 46 Crédit fonctionnier
- 60 Crédit immobilier
- 6 Autre prêt



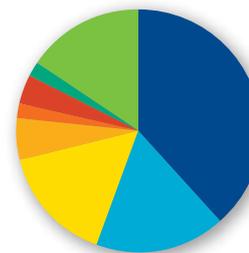
Fonctionnement du compte 116

- 52 Clôtures
- 21 Gestion / modifications
- 7 Ouvertures
- 4 Contestations écriture
- 32 Incidents compte



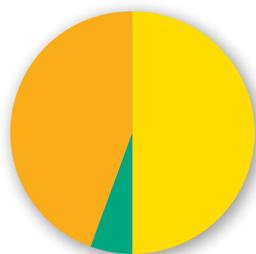
Moyens de paiement 52

- 20 Carte
- 9 Virement
- 8 Prélèvement
- 3 Émission de chèque
- 1 Opération étranger
- 2 Dépôt espèces
- 1 Chéquier
- 8 Remise de chèques



Banque à distance 18

- 9 BNP Paribas NET
- 1 Téléservice
- 8 Contrat commerçant



Hors périmètre 82

Contentieux 57

**Ventes groupées
Esprit Libre
5**

**Épargne bancaire
Clôture
3**

**Assurance prévoyance
Gestion
4**

**Banque libre service
Dépôts
3**

**Assurance vie / titres
Ouverture
2**

La tarification, qui représente le premier motif d'intervention des clients est constituée principalement de contestations liées aux frais de tenue de compte, dont le montant est fixé par la banque en fonction du niveau de suivi que demande le fonctionnement du compte, et de frais liés aux incidents de paiement survenus sur le compte. Je reçois également des contestations qui portent sur les indemnités de remboursement anticipé (IRA) des prêts consentis.

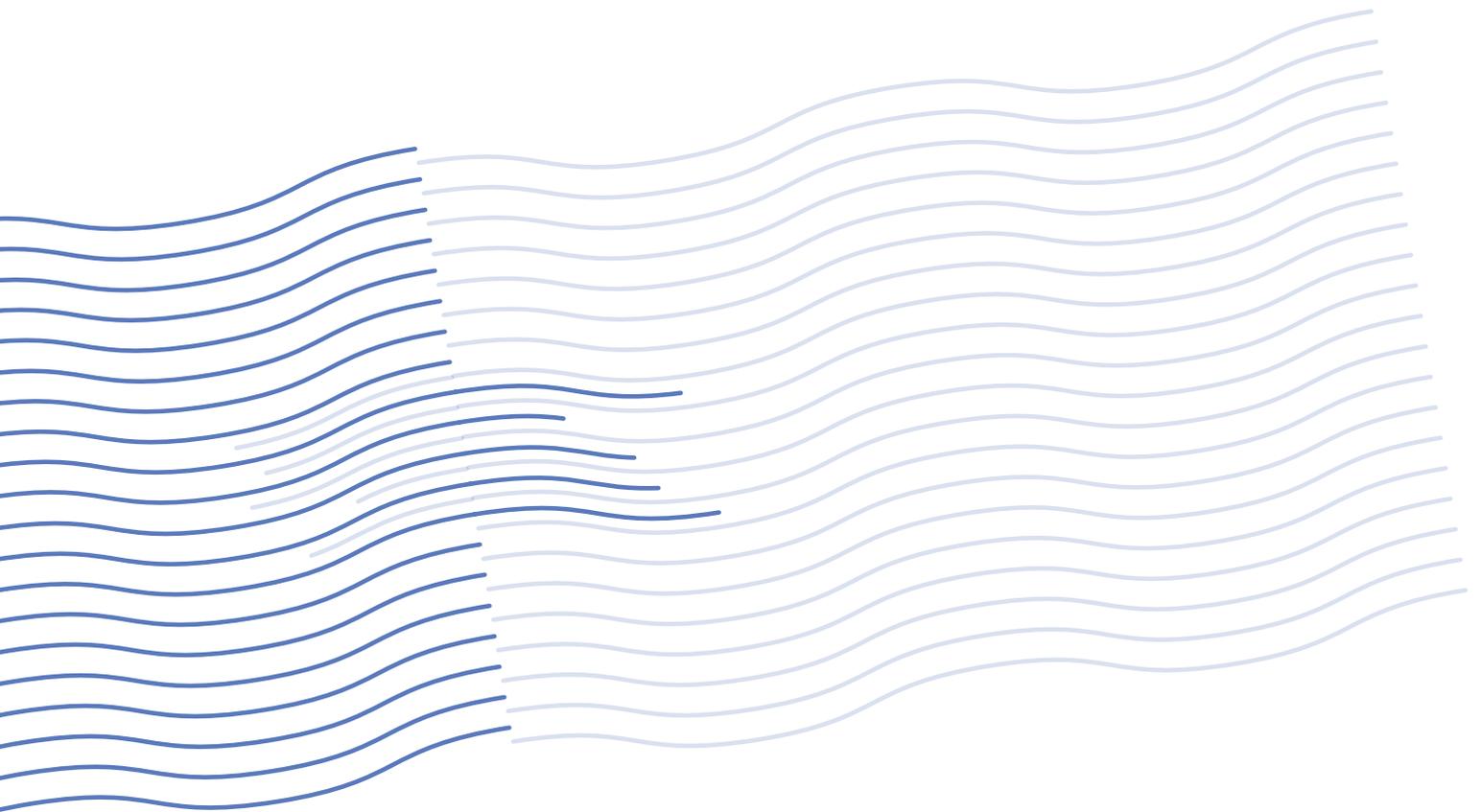
Concernant les prêts, deuxième motif d'intervention, le refus d'octroi ou de renégociation et les délais sont à l'origine des réclamations.

En troisième position vient le domaine fonctionnement du compte. Les clients interviennent principalement pour contester la clôture du compte par la banque ou l'absence d'information préalable. Ils contestent également des incidents de paiement générés par l'attitude plus restrictive de la banque.



6

Les motifs pour les réclamations hors du champ de compétence (non éligibles)



MOTIFS INVOQUÉS POUR LES RÉCLAMATIONS HORS DU CHAMP	NOMBRE DE DOSSIERS CONCERNÉS	
	2015	2014
Litige ne concernant pas la banque ou absence de litige	27	21
Action contentieuse en cours	55	57
Politique tarifaire	6	5
Relances	20	38
Politique générale / commerciale	26	36
Non clients	16	21
TOTAL	150	178

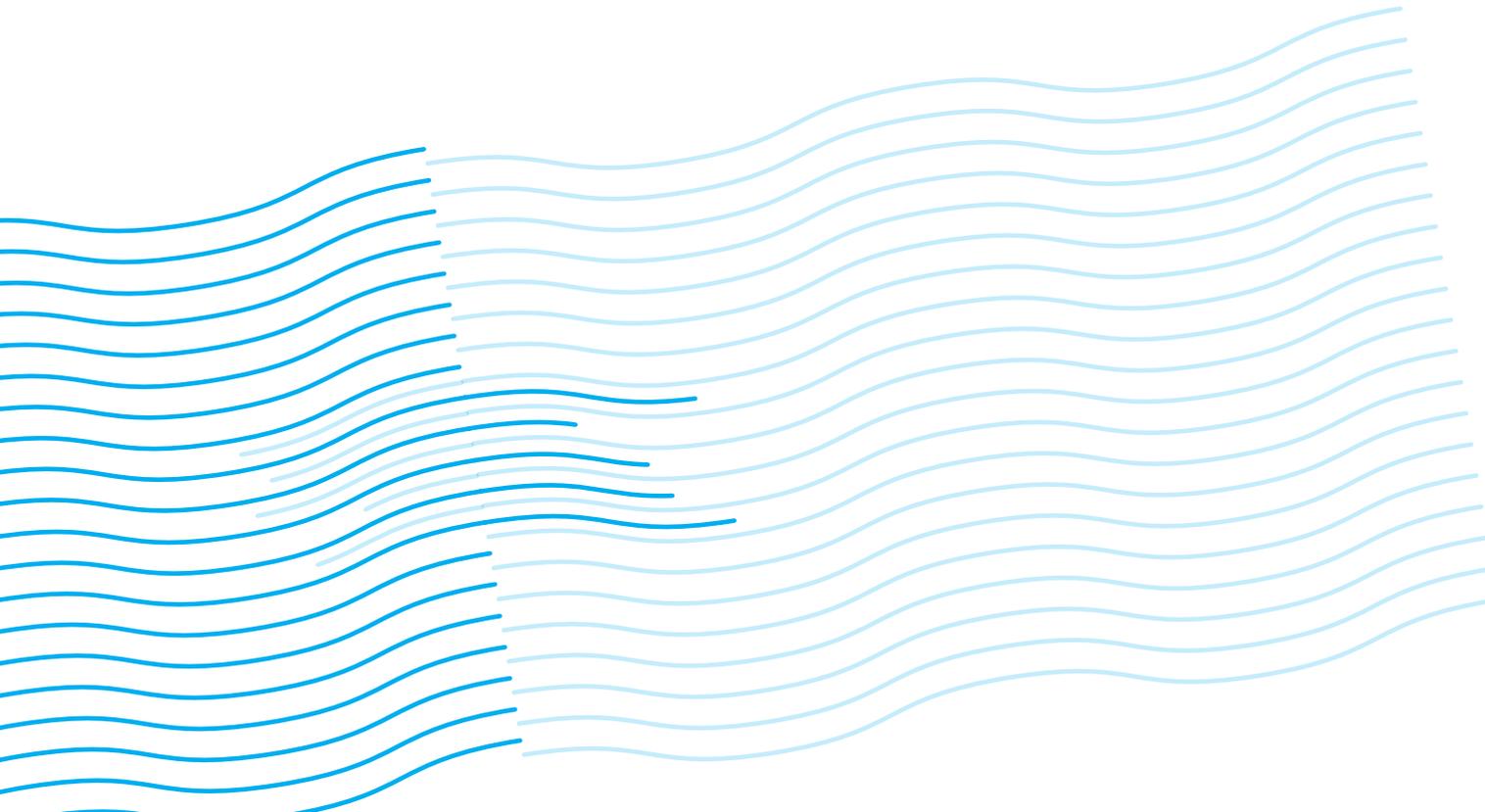
En hausse de près de 19 %, après une baisse de 10 % en 2014, les dossiers non éligibles portent en majorité sur la contestation d'action contentieuses, 32 % (37 % en 2014). Le client dénonce le manque de soutien de sa banque, un défaut d'information préalable avant la dénonciation du compte et l'éligibilité des concours, voire le montant de la dette.

Les relances concernent des dossiers que j'ai fait suivre à la banque car les recours n'étaient pas épuisés. Les clients s'impatientent alors que le délai de deux mois, dont dispose la banque pour répondre, n'est pas épuisé. Je ne peux me saisir du dossier, mais je contacte le pôle régional relations clients concerné, afin de m'enquérir de l'avancement du dossier et d'en informer le client.

Dans le domaine « politique générale », nous trouvons principalement les clôtures à l'initiative de la banque que le client conteste. Je ne peux intervenir, dès lors que la banque a respecté les conditions prévues dans la convention de compte, relatives à l'information préalable.

7

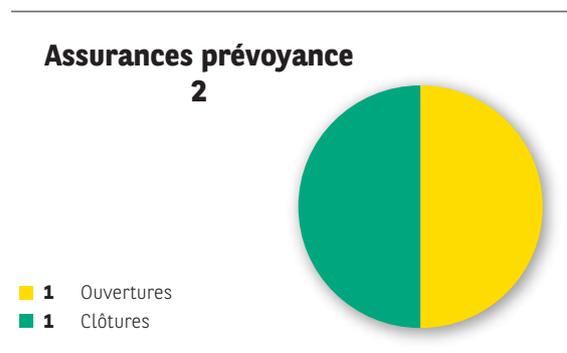
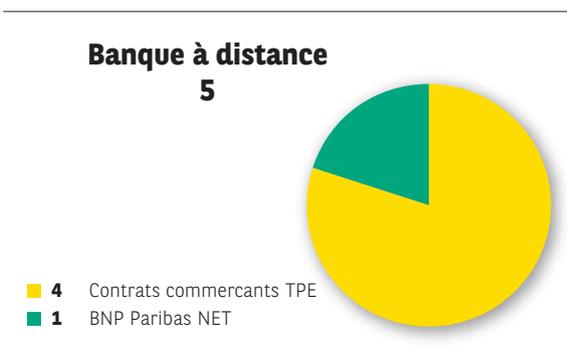
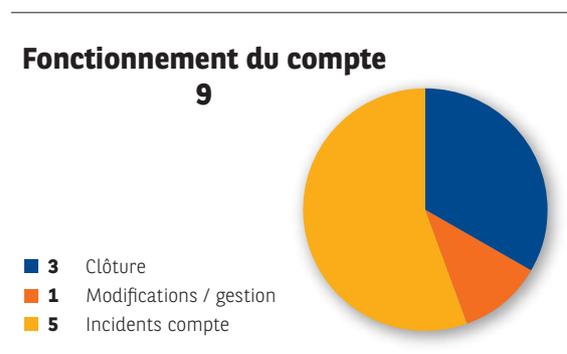
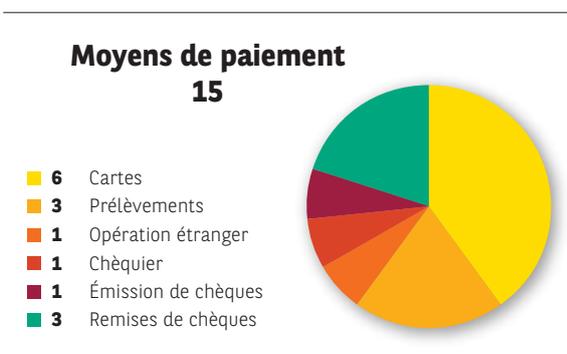
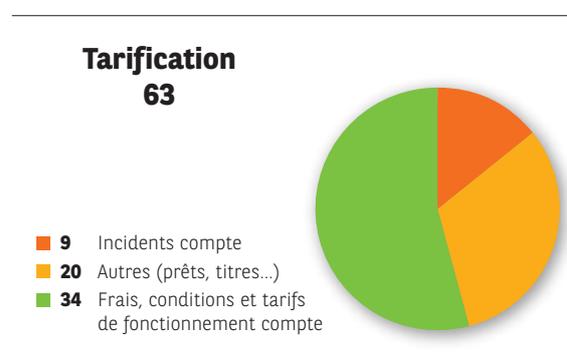
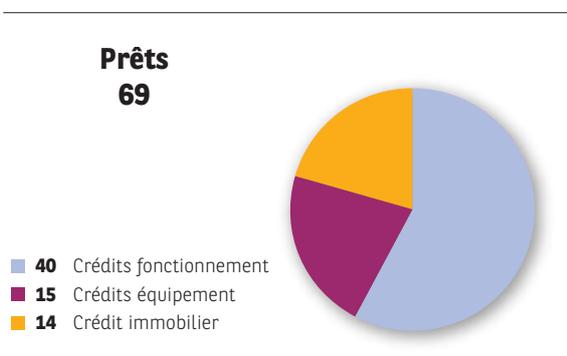
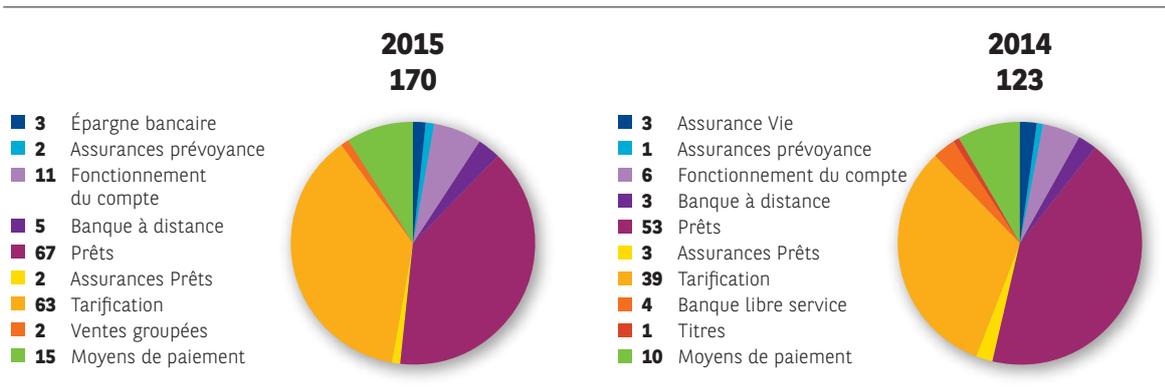
Les Avis rendus



170 avis en 2015, soit une augmentation de 38 % par rapport à 2014. Cette évolution est néanmoins proportionnelle à celle constatée sur les demandes de médiation (697, +38 %) ; 76 % des avis portent sur deux domaines ; les prêts et la tarification (75 % en 2014).

Concernant les prêts, les clients interviennent principalement lors d'un refus opposé par la banque et dans la majorité des cas sur du crédit de fonctionnement, facilité de caisse et délai de règlement du découvert.

Les réclamations relatives à la tarification portent en premier lieu sur les frais de gestion de compte. Ils peuvent augmenter à la suite de difficultés rencontrées par le client, lesquelles, du point de vue de la banque, génèrent un suivi plus important du compte. Néanmoins, les clients contestent cette augmentation qui pèse sur leur trésorerie. Les frais liés aux prêts concernent les indemnités perçues lors d'un remboursement anticipé. Pour ces dernières, le client dénonce la formule de calcul, il est vrai complexe, au motif qu'elle ne lui a pas été suffisamment expliquée.



**Épargne bancaire
Clôture
3**

**Ventes groupées
Esprit Libre
2**

**Assurances prêts
dit perte emploi
2**

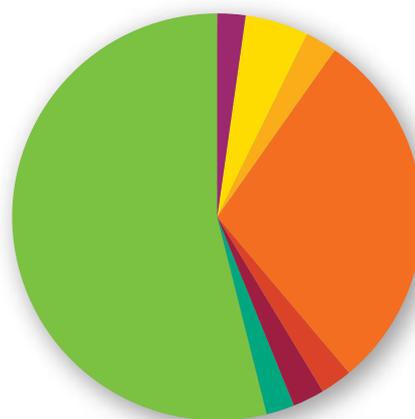
Répartition des avis favorables et défavorables

VOLUMÉTRIE ET RÉPARTITION		NOMBRE	%
Total Avis médiateur		170	
<i>dont :</i>	Avis favorables clients	5	3 %
	Avis partiellement favorables clients	22	13 %
	Préconisations favorables	14	8 %
	Avis défavorables clients	129	76 %
<i>dont interventions sur refus de crédit</i>		58	34 %
	dont préconisations favorables	9	16 %

À noter, en 2015, 24 % de mes avis ont été favorables au client, contre 20 % en 2014, mes interventions sur refus de concours, diminuent un peu 34 % des avis en 2015 contre 37 % en 2014.

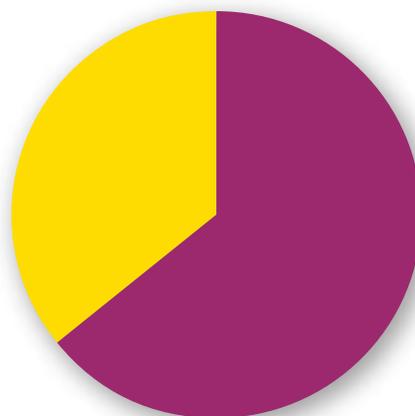
Répartition par domaines des préconisations et avis favorables et des avis partiellement favorables 41

- 1 Banque à distance
- 2 Fonctionnement du compte
- 1 Moyens de paiement
- 12 Prêts
- 1 Assurances prêts
- 1 Ventes groupées
- 1 Assurances prévoyance
- 22 Tarification



**Répartition par domaines
des préconisations favorables**
14

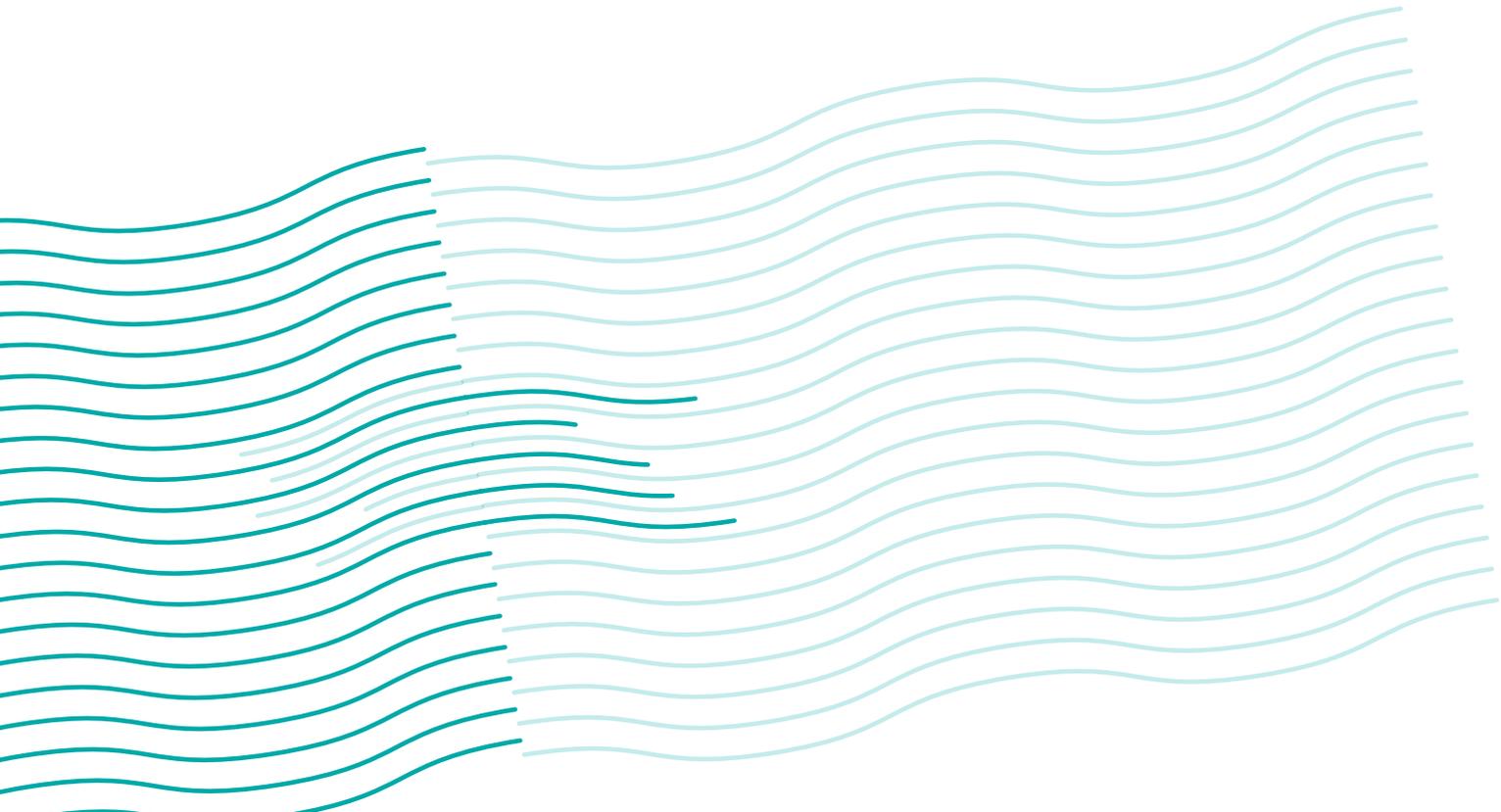
- 9 Prêts
- 5 Tarification



83 % de mes avis favorables au client concernent la tarification et les prêts, ce qui est un peu plus important que leur poids dans mes avis, puisqu'ils représentent 76 % de ces derniers.

8

Les délais et remboursements effectués



Délais de réponse

Les délais moyens de réponse ont augmenté, ils sont passés de 40 jours en 2014 à 45 jours en 2015. Toutefois, cette moyenne est conforme à l'engagement repris dans la charte de la médiation pour la clientèle des Entrepreneurs.

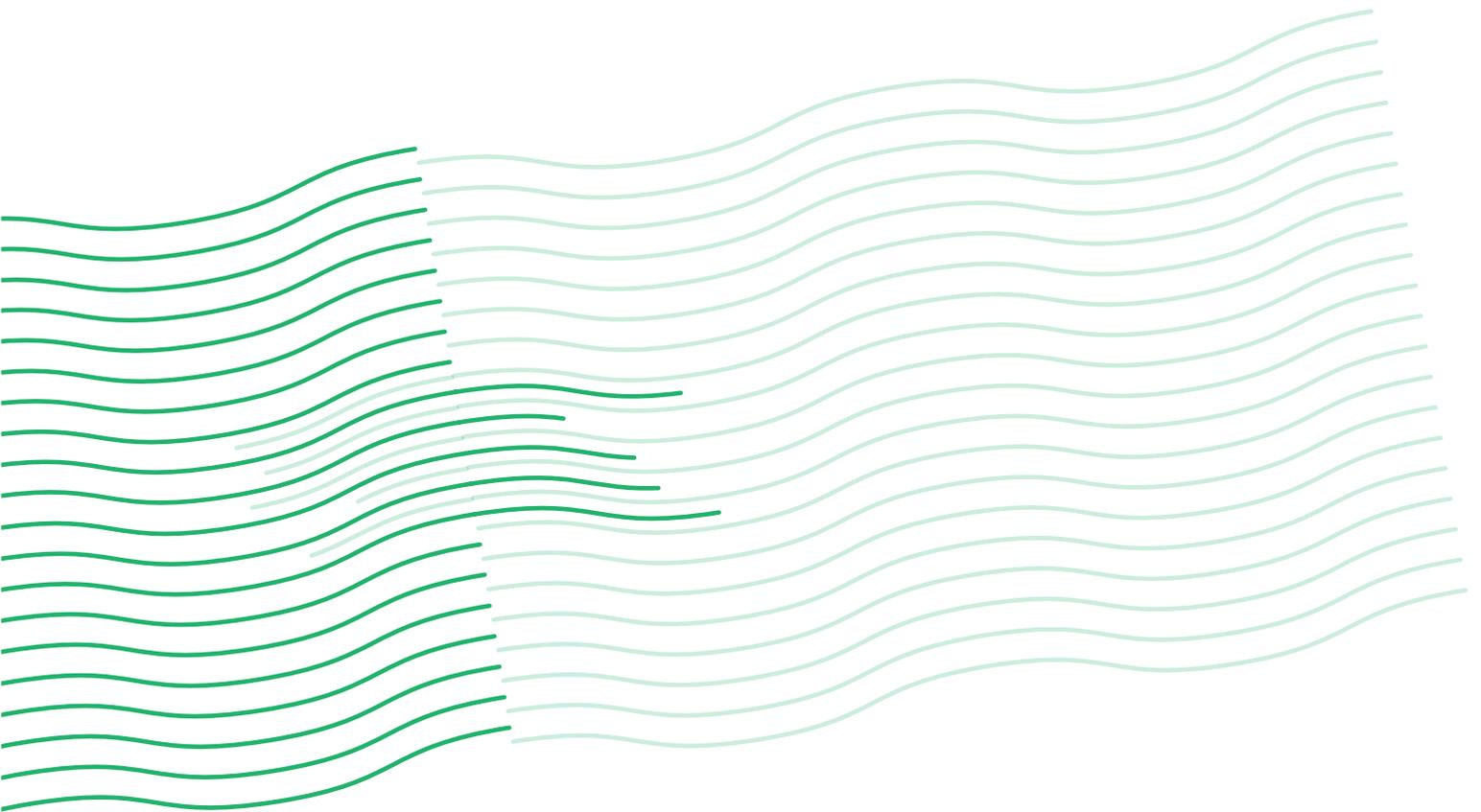
Les coûts en Droit et en Équité

En droit	6 428 €
En équité	3 790 €
	<hr/>
	10 218 €

La moyenne est de 378 euros, avec un maximum de 2 150 euros et un minimum de 4,5 euros.

9

Les recommandations du Médiateur



Le Médiateur est un prestataire extérieur neutre et indépendant.

Le Médiateur intervient sur tous les sujets à l'exception de la politique générale de l'entreprise : tarifs, taux de crédit, conception des produits...

Contexte de la Médiation en 2015

L'objectif de la Médiation est d'être dans l'Humain, la considération et la confiance.

La confiance, le thème des quatorzièmes rendez-vous d'Automne de l'A.N.M.. Gabrielle PLANES, la Présidente, disait « Les retours d'expérience vous convaincront que l'utopie de la confiance « ça peut marcher » si on y croit et que l'on joue le jeu ! ». La confiance ne se décrète pas, elle se gagne !

Le client peut recevoir un dédommagement :

- en DROIT : ce qu'on lui dit selon les règles,
- en ÉQUITÉ : un geste au vu de la situation.

En tant que Médiateur auprès des Entrepreneurs, je contacte très souvent les clients par téléphone :

- dans le cas de recours non épuisés pour m'assurer que les réponses ont bien été apportées par la Banque,
- en cours de Médiation pour avoir des informations du client,
- à la fin de la médiation pour avoir le retour du client sur mon « AVIS ».

Les constatations de ces contacts téléphoniques sont les suivantes :

- Souvent la médiation laisse une part importante à l'insatisfaction.
- Parfois, peu d'apaisement au final même quand le litige est réglé, il reste un fond d'incompréhension et/ou de mécontentement.
- La médiation propose un règlement factuel du conflit mais ne joue pas assez sur le contexte relationnel.
- Le rôle du conseiller et du Responsable Relations Clients (R.R.C.) est primordial dans la perception finale du client.
- Le parcours pour la médiation apparaît souvent long, lent, difficile...
- La connaissance du service Médiation n'apparaît pas toujours très lisiblement. Il arrive que le recours à la médiation soit le résultat d'une recherche personnelle (internet *via* « Google » site «B NP PARIBAS » voire des organismes de défense des Consommateurs.
- Le principe des échanges par écrit n'est pas toujours simple, il apparaît comme déshumanisé, difficile d'argumenter, le client se considère comme inférieur face au « sachant ».

À ce niveau, il est important de relever que le client est très satisfait du contact téléphonique, il lui permet d'avoir une écoute, même quand les avis sont défavorables.

Il est important de relever que la Médiation est perçue plus positivement dans beaucoup de cas. Si ce n'était pas le cas, le recours à la Médiation ne serait pas de plus en plus important.

La relation client au centre de la stratégie B.D.D.F. (Banque de détail en France).

En 2014, nous avons relevé l'importance que BNP PARIBAS apportait à la relation client, en étant cofondateur de l'Institut National de la relation client (I.N.R.C.).

En 2015, B.N.P. Paribas a conforté sa stratégie dans ce domaine mettant en pratique un point important de la charte :

- « Notre responsabilité sociale, civique et environnementale ».

La Banque prépare une réforme de mode de commissionnement de ses conseillers pour 2016 afin de mettre davantage l'accent sur la Relation Client.

Raphaële LEROY, responsable de ce projet, annonce un changement important pour les conseillers concernant la rémunération qu'ils perçoivent sur les produits et services, en les impliquant plus, avec un contrôle sur les conditions de vente du produit, notamment.

Cette dynamique va dans le sens de nos observations : plus d'implication dans le suivi des dossiers et de la relation faite avec le client ; c'est particulièrement important pour les Entrepreneurs entrant dans le champ de compétence de notre médiation.

Placer un maximum de produits ne sera plus un objectif, mais la banque misera plus sur la qualité. Conséquence de cette politique, nous devrions, en médiation, recevoir moins de dossiers liés au fait de l'incompréhension du client sur certains aspects : mal présentés, mal expliqués lors de la signature (dossier de prêt, carte de crédit, frais de tenue de comptes divers, etc...).

Les recommandations

Pour appuyer mes recommandations, je vais donner des exemples de saisines qui sont représentatives des dysfonctionnements :

1. Lenteur de la Banque. Défaut de communication

Mi octobre 2014 : Une S.C.I. - 3 associés - souhaite se rapprocher de B.N.P. pour avoir une offre de financement pour l'achat d'un appartement (signature d'un compromis pour l'achat).

Novembre 2014 : premier contact avec la Banque (dossier qui devrait être rapide vu le profil des associés).

Décembre 2014 : mail du Conseiller Bancaire proposant 2 offres de financement (signature possible mi janvier 2015).

7 janvier 2015 : depuis un mois pas de retour d'information malgré des relances hebdomadaires.

Réception de l'ensemble des documents à remplir pour constituer le dossier : le dossier est finalisé, signé par les 3 associés le 22 janvier 2015.

Mi février 2015 : pas de retour de la Banque. Sur insistance, le Directeur de l'Agence promet l'offre définitive sous 15 jours.

13 mars 2015 : nouvel interlocuteur à la Banque qui promet une offre rapide du nouveau Directeur de l'Agence (donc changement de Conseiller et de Directeur d'Agence).

19 mars 2015 : le Conseiller fait part de problèmes au « back-office ». Afin d'accélérer le dossier, proposition de confirmation par mail au Notaire de l'accord de financement.

27 mars 2015 : confirmation effective auprès du Notaire et du vendeur de l'appartement.

7 mai 2015 : demande de rapporter l'ensemble des pièces constitutives du dossier car on ne retrouve aucune trace, ni informatique, ni papier.

15 mai 2015 : reconstitution et remise à l'agence de l'ensemble du dossier.

24 juin 2015 : enfin, signatures de l'offre de prêt.

2. Conclusion

- 8 mois pour finaliser le dossier,
- 5 interlocuteurs
- Perte du dossier,
- Dédommagement du propriétaire pour retard.

Cet exemple nous montre les dysfonctionnements que peuvent rencontrer les clients.

3. Problèmes récurrents pour les calculs des I.R.A.

Nombreuses saisines sur la compréhension, ou plutôt l'incompréhension pour le calcul des I.R.A.

- Le client ne comprend pas toujours qu'il doive les payer une indemnité, mais surtout il conteste son importance car la formule de calcul, complexe et qui ne lui a pas été expliquée, ne lui a pas permis d'en évaluer le montant.
- Lorsque c'est la banque qui demande le remboursement du prêt, attention au fait que les I.R.A. ne sont pas dues.

4. Complexité des frais de tenue de compte

Tarifification personnalisée que la Banque peut réexaminer périodiquement. Manque d'information vis-à-vis du client qui ne prête pas attention à un courrier qu'il considère comme une information générale de la Banque.

5. Problèmes liés lors de la suppression d'un découvert

Le client se considère souvent mal informé,

Le client reproche à la Banque de ne pas jouer son rôle d'aide,

Dans ces cas, on relève le manque d'explications, d'informations de la part des Conseillers. Un courrier ne suffit pas, il est important d'avoir un dialogue.

Les pistes d'améliorations

- Nous constatons toujours des liaisons compliquées et lentes, les clients souhaitant plus de considération et des réponses plus rapides.
- Difficultés toujours pour obtenir des rendez-vous avec la Banque, avec souvent des réponses qui laissent perplexes : en congé, en rendez-vous, pas disponible, en formation, etc... etc... quand ce n'est pas l'interlocuteur qui a changé.

Il me semble souhaitable de favoriser ces demandes de rendez-vous et de toujours donner des réponses dans un délai respectable que ce soit positif ou négatif.

- Concernant les prêts, avoir plus de transparence dans le montant des frais de dossier, et surtout bien présenter les diverses rubriques, en particulier prévenir pour les indemnités de remboursement anticipé (les I.R.A.), surtout le mode de calcul.
- Apporter un suivi suite aux avis émis, que cet avis soit favorable ou non.

Dans le cas d'avis défavorable, donner toutes les explications et les conseils.

- Apporter une aide aux clients pour solutionner les problèmes et recréer de la confiance, de la considération...

Enfin il me semble qu'il serait très constructif d'avoir une rencontre annuelle entre la Médiation (Le responsable du service médiation et les deux médiateurs) et les Directeurs régionaux ou les Responsables Relations Clients (RRC). Cette rencontre permettrait de faire une analyse objective des litiges rencontrés en médiation et d'envisager les pistes d'améliorations possibles.



Conclusion



Je voudrais relever le travail important réalisé pour développer « La Qualité Relation Client » par BNP Paribas.

L'importance du « conseil » et de la « connaissance » du client. Cet axe me semble primordial et répond bien aux interrogations que je formule tous les ans dans mon rapport « Le Conseiller doit prendre le temps de bien connaître son client, d'établir un dialogue approfondi ».

Raphaëlle LEROY, Responsable des relations avec les consommateurs et de la R.S.E. BNP Paribas précise que « Nous apprécions l'implication du conseiller, par exemple sa capacité à répondre à une demande urgente d'un client ou la prise en charge des appels téléphoniques ». Cette réflexion va parfaitement dans le sens de mes remarques.

Je relève également, les déclarations de Marie Claire CAPOBIANCO, Directeur des Réseaux France, par lesquelles elle insiste sur l'objectif de mettre plus fortement l'accent sur la responsabilité et réaffirme le rôle de la banque au service des clients.

Le client a besoin de confiance et de considération.

Il faut tenir les promesses et avoir des conseils adaptés. Comme en 2014, j'ai été très vigilant sur le suivi des saisines, tant pour les AVIS que pour les courriers de relance à la Banque aux responsables relations clients (R.R.C.).

Par téléphone, aux clients et aux Responsables Relations Clients concernés, je vérifie si mon avis a bien été compris et si une réponse a été donnée en temps et en heure à mon courrier au client.

Je constate que ce travail est très important et permet de valoriser l'intérêt de la médiation le client d'une manière générale est très satisfait par ces échanges.

Le « capital confiance » est très important quand on parle d'argent.

11

Annexe : Charte de la médiation BNP Paribas clientèle des entrepreneurs Juin 2014

Dans le cadre des dispositions de la loi MURCEF, une médiation a été instituée au sein de BNP Paribas pour sa clientèle des particuliers. L'expérience a montré que le Médiateur bancaire était saisi également par certains entrepreneurs qui souhaitent pouvoir bénéficier de cette procédure.

Désireux de répondre à l'attente de sa clientèle, BNP Paribas a donc décidé de dédier aux entrepreneurs une procédure de médiation.

Elle est organisée et fonctionne selon les règles et principes suivants.

BNP Paribas a désigné un Médiateur pour les entrepreneurs.

Le Médiateur désigné s'engage à respecter le dispositif de la présente Charte.

Le mandat initial du Médiateur est au minimum de deux ans et est renouvelable par tacite reconduction.

BNP Paribas tiendra le plus grand compte des avis du Médiateur, lesquels s'imposeront en tout état de cause à la banque lorsque le différend portera sur la gestion administrative du compte courant.

I - Introduction de la procédure de médiation

- Existence d'un litige ou d'un différend

Lorsque aucune solution n'a pu être trouvée entre BNP Paribas et son client et que tous les recours internes sont épuisés, le Médiateur peut alors être saisi de tout différend ou litige portant sur les produits bancaires et financiers, ainsi que sur les services proposés par la Banque.

Ainsi, le Médiateur peut être saisi par un client détenant un compte courant et exerçant :

- à titre individuel une activité commerciale, libérale, artisanale ou agricole,

ou

- sous forme de société répondant aux 2 critères suivants :
 - moins de 20 salariés,
 - chiffre d'affaires annuel < ou = à 3 millions d'euros,

Sont exclus les aspects relevant de la politique tarifaire de la banque, de la conception des produits et ceux concernant les performances de produits liées aux évolutions des marchés.

Sous peine d'irrecevabilité, la saisine du Médiateur doit s'effectuer obligatoirement en langue française :

- en ligne, sur le site BNPParibas.net – Menu *votre banque*, puis *contactez-nous*, rubrique *faire part d'une réclamation*.

ou

- par voie postale à l'adresse suivante :

Médiateur auprès de BNP Paribas

Clientèle des Entrepreneurs

ACI CIHRCC1

75450 Paris Cedex 09

- Suspension des délais de prescription :

Le Médiateur informe par écrit le client et BNP Paribas de la recevabilité de sa saisine et rappelle que la durée maximum de la médiation est de 45 jours.

La prescription est suspendue pendant cette durée.

II - Mission du Médiateur

Le Médiateur est chargé de recommander des solutions aux différends ou aux litiges relatifs à la relation de BNP Paribas avec sa clientèle des entrepreneurs tels que définis au paragraphe I - **Introduction de la procédure de médiation**.

Le Médiateur s'engage à consacrer à la procédure de médiation le temps nécessaire pour qu'elle puisse être conduite avec rapidité et mettra les moyens disponibles en oeuvre à cette fin.

Il favorise la recherche d'une solution amiable, équilibrée et définitive de la manière qu'il estime la plus appropriée aux intérêts des parties.

S'il estime que les questions en litige ne sont pas de nature à être réglées par voie de médiation, le Médiateur peut proposer les procédures ou moyens qui lui paraissent offrir les meilleures chances d'aboutir à leur traitement.

III - Déroulement de la procédure de médiation

Le traitement est oral ou écrit. La réponse du Médiateur est rédigée en français. La procédure est gratuite.

Chaque partie coopère de bonne foi avec le Médiateur et lui communique sans délai les informations et documents demandés.

Il statue en droit et/ou en équité.

IV - Clôture de la procédure de médiation

La procédure de médiation prend fin :

- par l'envoi de l'avis du Médiateur,
- par la signature d'un accord amiable entre les parties, mettant fin au litige. Cet accord a alors le caractère d'une transaction au sens de l'article 2044 du Code Civil,
- en cas de désistement écrit du client,
- en cas d'exécution volontaire mettant fin à l'objet du litige,
- dans l'hypothèse où le Médiateur pressent qu'en tout état de cause les parties n'arriveront pas à un consensus,
- en cas de saisine du Médiateur du crédit,
- en cas de clôture du compte ou d'exigibilité des concours prononcée par la banque et constatant la créance de cette dernière,

- en cas de nomination d'un mandataire ad hoc ou d'un conciliateur au sens de la loi du 25 juillet 2005,
- en cas de procédure collective ouverte à l'encontre du client,
- en cas d'assignation en justice par l'une des parties à propos de l'objet du litige ou de mandat de représentation confié à un conseil à des fins contentieuses.

Quelle que soit l'issue de la médiation, le Médiateur établit un constat de fin de mission.

Sauf convention contraire des parties, ou en cas de mise en demeure d'une juridiction compétente :

- le Médiateur et les parties s'interdisent d'invoquer comme preuve ou d'aucune autre manière dans une procédure judiciaire ou arbitrale :
 - toute opinion exprimée ou toute suggestion formulée par l'une des parties quant à un éventuel règlement du différend ou du litige ;
 - tout aveu fait par l'une des parties au cours de la procédure de médiation ;
 - toute proposition présentée ou toute opinion exprimée par le Médiateur ;
 - le fait qu'une partie se soit ou non déclarée prête à accepter une proposition de règlement émanant du Médiateur ou de l'autre partie.
- le Médiateur ne peut intervenir à l'occasion d'une procédure judiciaire, arbitrale et d'une manière générale dans toute instance ayant un rapport avec le litige.

V - Règles de déontologie

- Confidentialité

Le Médiateur est tenu de respecter une confidentialité absolue et est aussi tenu au secret professionnel en application de l'article 226-13 du Code Pénal.

Les parties s'engagent à respecter la confidentialité des informations et documents échangés dans le cadre de la procédure de médiation.

Ainsi, les constatations, les déclarations et les avis rendus ne peuvent être ni produits, ni invoqués à l'occasion de toute autre procédure sans l'accord des parties.

Le Médiateur peut, s'il le juge utile, recevoir chaque partie séparément ou ensemble et examine certaines pièces sans que celles-ci soient communiquées à l'autre. Il n'est à cet égard nullement tenu au respect du contradictoire.

- Levée du secret bancaire

La saisine du Médiateur vaut autorisation expresse de levée du secret bancaire par le client à l'égard de la banque pour ce qui concerne la communication des informations nécessaires à l'instruction de la Médiation.

- Loyauté

Le Médiateur s'interdit de représenter ou de conseiller l'une des parties dans une procédure relative au litige faisant l'objet de la Médiation.

- Compétence et Impartialité

Le Médiateur est choisi par BNP Paribas en raison de sa compétence et de son impartialité.

BNP Paribas a pris les mesures nécessaires pour garantir son indépendance.

VI - Exclusion de responsabilité

Sauf faute lourde le Médiateur ne peut voir sa responsabilité engagée à l'égard des parties.

Notamment le Médiateur ne pourra voir sa responsabilité recherchée à l'occasion des déclarations écrites ou verbales, de la rédaction de documents ou lettres utilisés dans le déroulement de la médiation.

VII - Publicité - Rapport annuel et Charte

Le Médiateur établit chaque année un compte rendu d'activité.

Le Médiateur transmet ce compte rendu à BNP Paribas, ainsi qu'un rapport destiné à la communication auprès du grand public.

Un exemplaire de la présente Charte de la Médiation BNP Paribas est remis à toute personne qui en fait la demande. Un extrait de celle-ci est imprimé au verso de chaque courrier du Médiateur.

Elle est consultable à tout moment sur le site internet www.bnpparibas.net/entrepres.

