

RAPPORT ANNUEL
DU MEDIATEUR DE LA CONSOMMATION
2017

HSBC France

HSBC Epargne Entreprise

Jean-Louis GUILLOT

Juin 2018

Contactez le Médiateur de la consommation auprès de HSBC France ou HSBC Epargne
entreprise

Par écrit

Le médiateur de la consommation auprès de HSBC France
ou
Le médiateur de la consommation auprès de HSBC Epargne entreprise

103, avenue des Champs Elysées
75419 Paris Cedex 08

Par formulaire électronique téléchargeable

www.mediateur.hsbc.fr

TABLE DES MATIERES

Le médiateur de la consommation auprès de HSBC France et de HSBC Epargne Entreprise.....	6
L'évolution du nombre des saisines.....	7
L'origine des saisines.....	8
L'analyse des demandes de médiation reçues.....	9
Les principales thématiques des demandes reçues	9
Les demandes et propositions de solution par thématiques	10
Les principales constatations	10
L'interruption de la médiation de la consommation	12
La durée de la médiation de la consommation.....	12
L'analyse des propositions de solution	13
Les aspects financiers.....	13
Le sort des propositions de solution du médiateur de la consommation	13
Les exemples de médiation	14
Le chèque falsifié.....	14
La fraude en matière de paiement par carte bancaire.....	15
Les avantages tarifaires	16
Les effets de la clôture du compte	17
Les recommandations du médiateur de la consommation	18

AVANT PROPOS

L'ordonnance du 20 août 2015 a modifié très sensiblement les règles qui s'appliquaient à la médiation de la consommation en édictant notamment des dispositions innovantes dans le mode de désignation des médiateurs de la consommation, dans leur domaine de compétence et les conditions de leurs interventions.

Ces exigences réglementaires ont consacré la médiation de la consommation en donnant un nouveau droit au consommateur qui lui permet d'avoir gratuitement l'accès à un médiateur de la consommation compétent et impartial.

Cependant, si cette faculté d'avoir recours à la médiation de la consommation est un droit du consommateur, il ne constitue pas pour lui une obligation.

En effet, le consommateur a toujours la faculté de saisir directement la justice pour faire trancher son litige qui l'oppose au professionnel.

Le premier constat que l'on peut faire depuis l'entrée en vigueur de cette nouvelle réglementation est le recours croissant à cette procédure de règlement extrajudiciaire des litiges de consommation.

L'obligation d'information que le professionnel doit délivrer aux consommateurs et l'existence d'un site du médiateur de la consommation ont contribué très certainement à cette meilleure connaissance de la médiation de la consommation et à son utilisation par les clients de la banque.

C'est ainsi que l'on a vu s'accroître le nombre des demandes effectuées durant les 2 premières années de mise en œuvre de l'ordonnance de 2015, puisque j'ai enregistré leur augmentation qui s'élève sur cette période à près de 5 %.

Toutefois, la seconde constatation qui peut être faite porte sur le nombre très élevé des saisines qui ne répondent pas aux règles fixées par l'ordonnance de 2015 et par celles figurant dans la charte de la médiation de la consommation. Celles-ci m'ont conduit à ne pas me reconnaître compétent et à rejeter la demande reçue.

Les demandes non-recevables reçues en 2017 représentent en effet 522 saisines soit près de 66% de celles qui m'ont été adressées au cours de cet exercice.

Or, il faut noter que sur ces demandes irrecevables, 381 d'entre elles, soit 73% l'ont été en raison du non-respect des règles de procédures relatives à la saisine et au traitement des litiges de consommation.

Ce chiffre interpelle et mérite une réflexion pour l'avenir afin d'améliorer encore l'efficacité et la rapidité du traitement des litiges de consommation.

La non-recevabilité de ces saisines et le renvoi de la demande au service Clientèle de la banque à l'expiration d'un délai de 10 jours (sauf opposition formulée par le consommateur), dans le cas où les recours internes n'ont pas été épuisés, engendrent une mauvaise perception de cette procédure et un allongement du délai mis pour le traitement du différend l'opposant au professionnel.

Sur ce point, il apparaît que l'ouverture du site du médiateur de la consommation a peut-être contribué à une amélioration de la non-recevabilité de ces demandes, par le rappel qu'il donne sur les dispositions et des règles relatives au recours à la médiation de la consommation.

Mon rapport pour l'année 2016 indiquait que sur les 76% de demandes de médiation qui n'avaient pas été prises en charge par le médiateur de la consommation, 56% de celles-ci entraient bien dans le champ de compétence du médiateur de la consommation, mais étaient irrecevables en l'état, du fait que les recours internes n'avaient pas été épuisés.

Or, en 2016 le site du médiateur de la consommation n'avait pratiquement pas fonctionné.

En 2017, il en a été tout à fait différemment.

Le site du médiateur de la consommation a fonctionné pendant toute l'année et le nombre de saisines effectuées par son intermédiaire a représenté plus de 62% des demandes que j'ai reçues.

Au cours de cette année 2017, le nombre de ces saisies n'ayant pas donné lieu à une prise en charge par le médiateur de la consommation s'est élevé à 67%, soit 9% de moins que lors de l'exercice 2016.

En outre, il faut remarquer que dans ce chiffre les demandes de médiation entrant dans le champ de compétence du médiateur de la consommation, mais qui étaient irrecevables en l'état du fait du non-épuisement des recours internes a diminué pour ne s'élever qu'à 50% en 2017.

La facilité offerte par le site du médiateur de la consommation, entraîne non seulement, un recours plus rapide pour le consommateur, mais aussi permet de lui rappeler les règles fixées pour la saisine dudit médiateur de la consommation.

On peut espérer qu'un renforcement des indications données aux consommateurs, notamment par la publication du présent rapport sur mon site, devrait encore améliorer les choses.

Le troisième constat concerne une évolution notable au cours de l'année 2017 qui mérite d'être soulignée.

Les demandes de médiation reçues sont, dans l'ensemble plus complexes que par le passé, mais, surtout, concernent, dans bien des cas, non plus un seul sujet de litige, mais deux, voire plusieurs causes de différends dans le même courrier.

C'est ainsi que plus de 26% des demandes et des propositions de solutions émises en 2017 traitaient de plusieurs causes de différends formulées par le client de la banque dans un même courrier.

Le médiateur de la consommation auprès de HSBC France et de HSBC Epargne Entreprise

Conformément aux dispositions de la réglementation issue de l'ordonnance du 20 août 2015, j'ai été désigné le 23 juin 2016 par le Comité Consultatif du Secteur Financier en tant que médiateur de la consommation auprès de HSBC France par une décision en date du 28 mars 2017 et à compter du 23 juin 2016 auprès de HSBC Epargne Entreprise par une décision en date du 20 avril 2017.

Le dossier destiné à la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation a été déposé et est actuellement en cours d'examen.

Le domaine d'intervention du médiateur de la consommation est celui défini par les textes légaux et réglementaires qui sont repris en détail dans la Charte du médiateur de la consommation auprès de HSBC et de HSBC Epargne Entreprise qui sont annexées au présent rapport et figurent sur le site du médiateur de la consommation.

Le médiateur de la consommation peut être saisi par toute personne physique client d'HSBC France (banque de particuliers et de patrimoine ; banque privée) ou de tout bénéficiaire d'un compte d'épargne salariale tenu par HSBC Epargne Entreprise, n'agissant pas pour des besoins professionnels.

C'est ainsi que le médiateur de la consommation est notamment compétent pour tous les litiges relatifs aux services fournis et à l'exécution de contrats conclus dans le cadre d'opérations de banque (comptes, moyens de paiement, crédits etc.....) et d'opérations connexes (location de coffre-fort.....), aux services d'investissement et à leurs services connexes, aux instruments financiers et produits d'épargne et enfin à la distribution d'assurance.

Il convient de rappeler que, conformément aux textes en vigueur, à compter du 1er mai 2017, les litiges entrant dans le champ de compétence de l'AMF relèvent exclusivement du Médiateur de l'AMF, tant qu'une convention n'a pas été signée entre celui-ci et le médiateur de l'entreprise.

Il en est ainsi des litiges en matière d'épargne salariale pour les différends concernant HSBC Epargne Entreprise.

Par contre, le médiateur de la consommation n'est pas compétent en matière de différends relatifs à la politique générale de la banque ou de l'établissement financier et ceux concernant les performances de produits liés aux évolutions des marchés ainsi que la gestion des contrats d'assurance, ces derniers relevant de la compétence du médiateur de la Fédération Française des Sociétés d'Assurance.

L'évolution du nombre des saisines

Le nombre des demandes de médiation adressées au médiateur de la consommation a connu une augmentation sensible au cours de l'année 2017.

	2015	2016	2017
Nombre de demandes de médiation reçues (dont HSBC Epargne Entreprise)	750	746	783
Nombre de saisines entrant dans le champ du médiateur de la consommation	192	198	258
Nombre de propositions de solution émises par le médiateur de la consommation	192	220	250

Ces chiffres traduisent un accroissement sensible du nombre des demandes reçues par le médiateur de la consommation (+ 23, soit + 3%) et des propositions de solution émises (+ 30, soit + 13,6%).

En outre ce nombre de propositions de solution émises ne tient pas compte de l'évolution constatée dans la pluralité des problèmes évoqués par le consommateur dans un même courrier.

En effet, alors que la demande de médiation formulée par le consommateur portait dans le passé, essentiellement, sur un seul objet de différend, j'ai constaté, au cours de l'année 2017, que plus de 26% des propositions de solution émises abordaient, pour répondre complètement à la pluralité de réclamations faites dans un même courrier, de domaines très différents.

L'examen de l'origine des demandes formulées par les consommateurs est intéressant cette année.

En effet, les consommateurs ont eu accès pendant toute l'année 2017 au site du médiateur de la consommation.

De ce fait le mode de saisie du médiateur de la consommation a considérablement évolué par rapport à l'année précédente, au cours de laquelle la quasi-totalité des demandes avaient été faites par écrit, le site n'ayant été ouvert qu'en fin d'année.

Les demandes de médiation ont été faites :

Par écrit	286	36,5%
Via le site internet	497	63,5%

La répartition globale des demandes adressées au médiateur de la consommation s'établit comme suit :

Demandes de médiation entrant dans le champ de compétence mais irrecevables car les recours internes n'ont pas été épuisés	50%
Demandes de médiation prises en charge par le médiateur de la consommation	33%
Demandes de médiation hors champ de compétence du médiateur de la consommation	17%

Les demandes de médiation non prises en compte

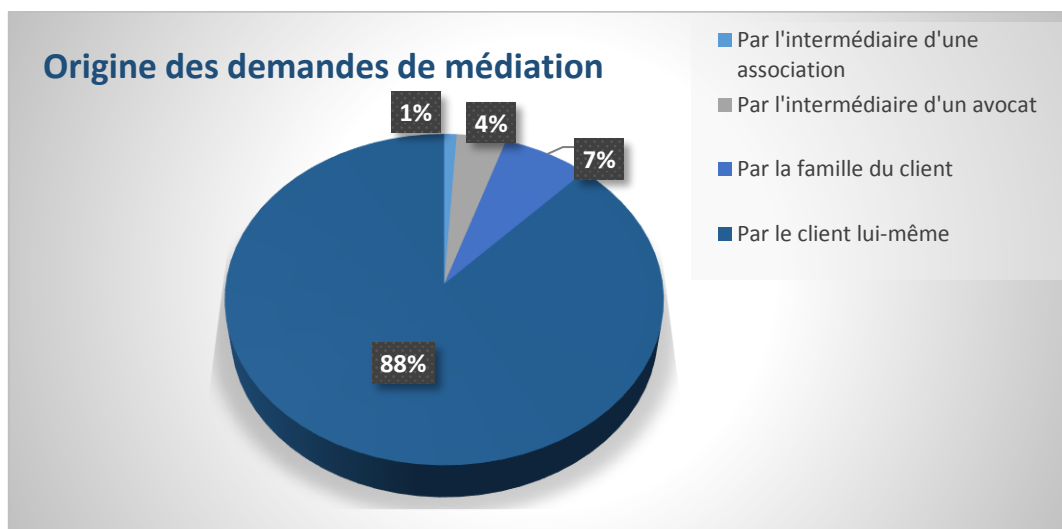
Sur les 783 demandes de médiation dont j'ai été saisi, 522 n'ont donné lieu à aucune proposition de solution pour les raisons suivantes :

Voies de recours non épuisées	80,0%
Décision d'octroi de crédit	3,5%
Personne morale	9,0%
Assurance et/ou médiateur des assurances	2,5%
Contentieux en cours	2,0%
Médiateur de l'AMF	3,0%
Absence de litige	NS

On peut remarquer une constante par rapport à l'exercice précédent entre les différents motifs pour lesquels je n'ai pu me saisir de certaines demandes de médiation.

L'origine des saisines

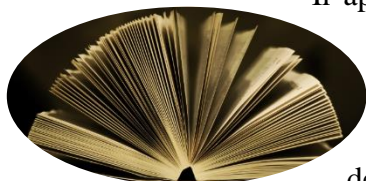
La répartition des demandes selon l'origine du demandeur n'a pratiquement pas évolué, elle aussi, par rapport à l'année précédente :



L'analyse des demandes de médiation reçues

Les principales thématiques des demandes reçues

	2016	%	2017	%
Fonctionnement, ouverture et clôture de compte	201	30%	314	41%
Crédits immobiliers	129	20%	136	18%
Flux et moyens de paiement (Hors carte bancaire)	82	12%	66	9%
Carte bancaire et DAB	79	12%	85	11%
Découvert et crédit court terme	69	10%	71	9%
Assurance-vie et retraite	59	9%	64	8%
Titres et produits financiers	25	4%	22	3%
Epargne salariale	16	2%	12	1%



Il apparaît une certaine stabilité sur les thèmes des demandes reçues, avec toutefois une progression des questions relatives à l'ouverture, à la clôture et au fonctionnement des comptes.

Une analyse plus détaillée des thématiques tant des demandes reçues que des propositions de solutions formulées permet de faire un meilleur bilan de l'activité de la médiation de la consommation au cours de l'exercice 2017.

Les demandes et propositions de solution par thématiques

	Demandes de médiation	% du total	Propositions de solution	% du total
Opérations de crédit	212	27%	78	31%
<i>dont :</i>				
<i>Crédit renégociation</i>	8	1%	5	2%
<i>Crédit immobilier</i>	136	17%	52	21%
<i>Recouvrement amiable</i>	3	NS	0	NS
<i>Découvert</i>	64	8%	21	8%
<i>Autres</i>	1	NS	0	NS
Moyens de paiement	151	19%	60	24%
<i>dont :</i>				
<i>Carte bancaire</i>	66	8%	24	10%
<i>DAB/GAB</i>	17	2%	8	3%
<i>Chèque</i>	25	3%	9	4%
<i>Flux</i>	43	5%	19	8%
Fonctionnement de compte	261	33%	69	28%
<i>dont :</i>				
<i>Ouverture, clôture, transfert, droit au compte</i>	184	23%	43	17%
<i>Relevé de compte</i>	7	1%	4	2%
<i>A.T.D., saisie</i>	13	2%	6	2%
<i>Perception de frais et commissions</i>	45	6%	12	5%
<i>Autres</i>	12	2%	4	2%
Epargne bancaire (PEL, CEL PERP)	15	2%	5	2%
Assurances	66	8%	22	9%
Bourse, placements financiers	22	3%	6	2%
Epargne salariale	12	2%	0	0%
Successions	44	6%	10	4%
TOTAL	783	100%	250	100%

Les principales constatations

L'examen de ces différentes thématiques des demandes reçues et des propositions de solution émises et leur évolution par rapport à celles de l'année 2016 permet de faire 4 constatations principales.

1°) Les demandes de médiation relatives au traitement des successions se sont fortement accrues puisque les demandes ont progressé de plus de 76% en 2017 par rapport à l'exercice précédent.

Elles font souvent apparaître d'une part des lenteurs importantes dans le traitement des dossiers et d'autre part des anomalies dans la gestion assurée par le service en charge des successions qui sont à la source des incompréhensions et des litiges avec les héritiers.

2°) Les questions relatives aux problèmes liés aux clôtures et aux transferts des comptes ont également augmentés très sensiblement (+ 45%).

La cause principale de ces réclamations provient des délais d'exécution des ordres donnés par les clients et de difficultés dans leur mise en œuvre.

D'une façon générale, ces litiges émanent en partie d'indications peu claires, voire erronées des clients de la banque, mais aussi de réactions lentes et parfois inadéquates du conseiller en charge de la relation clientèle auxquels il faut rajouter les problèmes techniques liés à la mise en œuvre du mandat de mobilité bancaire.

Pour ce mandat de mobilité bancaire, il est souvent difficile de trouver la cause exacte du dysfonctionnement entre les services des 2 banques concernées, ce qui ne fait qu'accroître l'incompréhension du consommateur.

Enfin, il faut noter la problématique posée par les frais et les perceptions des commissions bancaires.

Bien qu'en nombre, leur évolution n'est pas significative, par contre, elle se concentre sur les derniers mois de l'année 2017.

Leur importance dans les relations entre la banque et son client, la clarté des conditions de leur calcul et de leur perception sont sources de nombreux différends.

3°) Les litiges relatifs au fonctionnement des moyens de paiement et principalement des cartes bancaires demeurent élevés.

Certes, au regard du nombre de transactions effectuées au cours de l'année 2017, par les clients de la banque, la quantité de réclamations enregistrées sur ce thème est marginal, mais il constitue néanmoins l'une des causes principales des contestations soulevées.

Leurs causes sont multiples et les responsabilités ne sont pas uniformément à la charge de la banque ou de son client.

Les faits et les situations sont diverses et conformément à l'état de la jurisprudence, le sort des réclamations est variable.

Cependant, certains commentaires et articles de presse font apparaître une responsabilité automatique et systématique des établissements de crédit et concluent au fait que ceux-ci doivent en tout état de cause rembourser leur client en cas de paiement non-autorisé.

Ces affirmations générales suscitent de nombreux espoirs chez les clients des banques qui ne sont pas toujours couronnés de succès dans la mesure où l'état du droit et le traitement de ce type de difficultés est en fait plus complexe.

4°) Enfin, la contestation du Taux Effectif Global indiqué dans les offres de prêt a continué à susciter des réclamations pendant l'année 2017.

Là encore, la large publicité faite dans certains media sur la problématique du TEG erroné et à ses conséquences pour l'emprunteur ont alimenté les contestations.

La faculté pour celui-ci de voir le taux légal se substituer au taux conventionnel si le TEG annoncé dans l'offre de prêt s'avère erroné suscite là aussi bien des espoirs.

En fait, les évolutions de la Cour de Cassation ont fixé des limites à ce recours qui restreignent fortement les conditions dans lesquelles les sanctions d'un TEG erroné peuvent s'appliquer.

Dans la pratique, si les contestations ont été nombreuses, les situations dans lesquelles la substitution du taux légal au taux conventionnel résultant d'un faux TEG se sont révélées rares.

L'interruption de la médiation de la consommation

Au cours de l'année 2017, le délai de 90 jours prévu par la réglementation, n'a été suspendu en raison de la complexité de la réclamation et de la nécessité de procéder à des recherches approfondies que dans 13 dossiers sur les 250 réclamations qui ont fait l'objet d'une proposition de solution.

Cette suspension n'a été pour la quasi-totalité des cas que d'une dizaine de jours.

Lorsque j'ai eu besoin d'avoir recours à une telle suspension du délai de 90 jours, j'en ai informé les parties par écrit en expliquant les raisons de cette suspension.

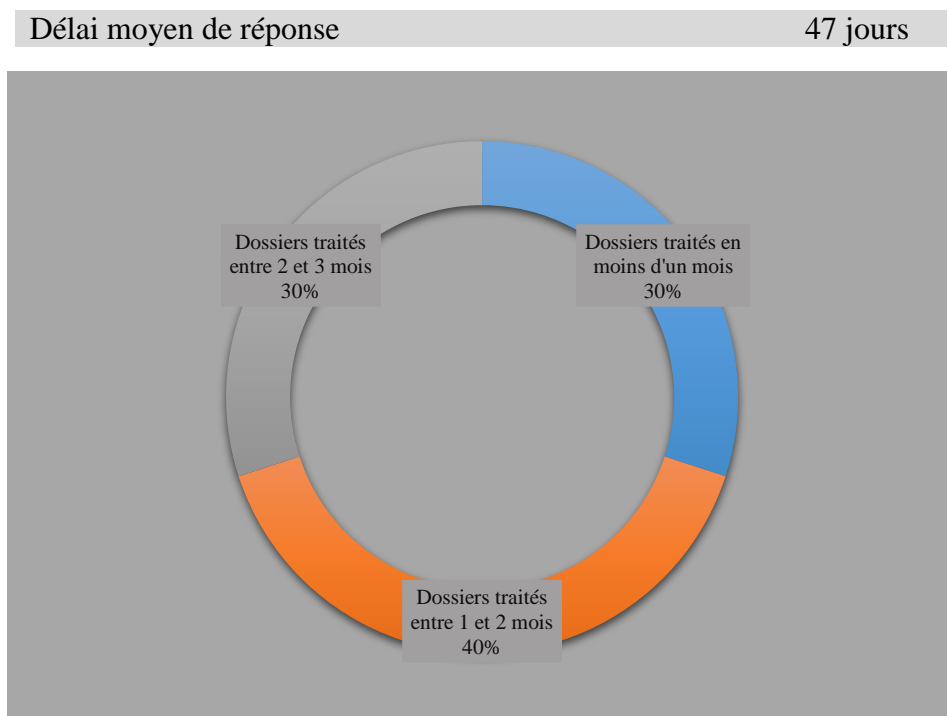
De même je leur ai précisé, par la suite, la date de reprise de ce délai.

Par ailleurs, en 2017, il n'y a pas eu d'accord résolu à l'amiable entre les parties après que je me sois saisi d'une demande de médiation.

La durée de la médiation de la consommation

La durée moyenne de traitement des demandes de médiation, en tenant compte de la suspension du délai de 90 jours dans les dossiers concernés, a été de 47 jours entre la date d'envoi de l'accusé de réception informant les parties de ma saisine et l'envoi de ma proposition de solution.

Un examen plus précis permet de constater en détail les délais de traitement :



L'analyse des propositions de solution

L'examen des propositions de solution que j'ai émises ont été rendues, totalement ou partiellement en faveur du consommateur à hauteur de 41%.

Les propositions de solution se décomposent comme suit :

	2015		2016		2017	
Conclusions favorables	59	30%	55	25%	57	23%
Conclusions partiellement favorables	28	15%	47	21%	47	19%
Conclusions défavorables	105	55%	118	54%	146	58%

Les aspects financiers

Le montant minimum du préjudice retenu aux termes des propositions de solution émises a été de 31€ et le maximum de 85.036€.

La décomposition de ces montants se répartit comme suit :

	Préjudice invoqué	Rétrocessions et indemnisations proposées
Minimum par dossier	31 €	31 €
Maximum par dossier	85 036 €	85 036 €
Moyenne	7 189 €	1 370 €

Le sort des propositions de solution du médiateur de la consommation

Les propositions de solution émises par le médiateur de la consommation font clairement mention du fait que les parties aux litiges disposent d'un délai d'un mois pour les accepter ou les refuser et qu'à l'échéance convenue la médiation de la consommation prendra fin.

Un processus de suivi des propositions de solution a été mis en place et permet ainsi de s'assurer de la réponse donnée par le consommateur et par la banque et après un mois de procéder à la clôture de la médiation de la consommation en l'absence de leur réponse.

En 2017, HSBC France a suivi sans exception, toutes les propositions de solution que j'ai émises.

Les consommateurs ont également suivi les propositions de solution, dès lors que celles-ci leur donnaient totalement ou partiellement satisfaction.

Par contre, lorsque la proposition de solution est défavorable au client, dans la très grande majorité des cas, le client de la banque ne répond pas.

Il arrive cependant, que dans environ 10% des cas une réponse de refus de la proposition de solution me soit adressée par le client de la banque ou encore qu'il accepte celle-ci tout en regrettant qu'elle ne lui ait pas donné satisfaction.

Enfin, de plus en plus souvent, le client de la banque qui n'a pas obtenu satisfaction aux termes de la proposition de solution, réécrit en envoyant de nouveaux documents ou de nouveaux éléments dont il dit qu'ils sont de nature à modifier les conclusions données.

En fait, à une exception près, ces nouveaux éléments sont, en règle générale, soit déjà connus et figuraient dans les pièces du dossier qui m'avait été communiqué pour étudier le différend opposant la banque à son client, soit n'apportent aucune indication de nature à modifier la proposition de solution.

HSBC Epargne Entreprises, pour sa part, n'a pas été concerné par ce suivi des propositions du médiateur de la consommation dans la mesure où c'est la Médiatrice de l'AMF qui est compétente pour prendre en charge les différends qui l'opposent aux demandeurs.

Les exemples de médiation

Les cas évoqués ci-dessous sont caractéristiques des principales demandes que j'ai reçues au cours de l'année 2017.

Le chèque falsifié

Plusieurs cas similaires m'ont été soumis par des clients de la banque, à propos d'une falsification d'un chèque qu'ils avaient émis.

Les faits sont toujours à peu près les mêmes.

Le client indique qu'il a bien émis un chèque au profit d'un bénéficiaire qui a été débité sur son compte, mais qu'il s'est, alors, aperçu que la personne qui avait encaissé le moyen de paiement n'était pas celle qu'il avait mentionné sur le moyen de paiement.

En outre, dans certains cas, le montant du débit passé au compte de l'émetteur ne correspond pas au montant dont il avait fait mention sur la formule de chèque.

Le chèque a donc été falsifié, et le client demande à la banque de le rembourser.

S'agissant de la responsabilité en matière de chèque falsifié, la jurisprudence est clairement fixée.

Pour que le chèque soit falsifié, il faut qu'il ait bien été signé par le titulaire du compte ou une personne dûment mandatée et que l'une des mentions obligatoires de la formule de paiement rédigée par l'émetteur, soit ultérieurement modifiée par un tiers.

La Cour de Cassation, de façon constante, a jugé que le paiement du chèque falsifié est libératoire pour le banquier, dès lors qu'il n'y a pas d'anomalie apparente sur le chèque détectable par un employé de banque normalement diligent. Par contre, le titulaire du compte peut engager la responsabilité de la banque s'il démontre la faute de celle-ci ou de son préposé dès lors que la falsification du chèque est grossière et visible par un œil normalement aguerri.

Il s'en suit que l'examen de la formule de chèque est essentielle pour juger si la falsification était apparente ou non.

A défaut de production de l'original du chèque, il faut que la qualité de la photocopie soit telle qu'elle permette de voir si un « lavage du chèque » a pu avoir lieu.

Cette preuve incombe en effet à l'établissement de crédit qui entend se prévaloir de cette jurisprudence.

La solution retenue dans la proposition de solution dépend donc de cette vérification.

Si l'examen de l'original du chèque ou la photocopie produite fait apparaître une falsification apparente, j'en conclus que la responsabilité de la banque est engagée.

Il en va de même si la qualité de la photocopie produite ne permet pas de procéder à cet examen, puisque la charge de la preuve incombe à la banque.

En effet, c'est à la banque qu'il appartient de produire l'original du chèque nécessaire pour vérifier avec certitude, si « un lavage » ou une falsification apparente apparaissait sur le titre en question.

Par contre, si la falsification n'est pas visible par « un œil normalement aguerri », il ne m'est pas possible de conclure à une prise en charge du remboursement de l'effet par l'établissement de crédit.

La fraude en matière de paiement par carte bancaire

Je constate une recrudescence de fraude à la carte bancaire dont les consommateurs sont victimes dans le cadre d'une fraude organisée.

L'une de ces fraudes consiste dans le fait qu'un client reçoit un message d'une personne qui au cours d'un entretien téléphonique le met dans une situation très inconfortable en se prévalant notamment de son appartenance aux services fiscaux, puis de lui proposer une solution rapide et efficace afin d'y remédier.

Le fraudeur arrive à convaincre son interlocuteur que, pour lui permettre d'éviter de graves inconvénients, il doit le jour même, acheter notamment dans un bureau de tabac des vignettes prépayées.

Une variante provient de l'envoi d'un mail semblant provenir d'un ami proche qui indique être en déplacement et se trouver dans le plus grand dénuement, son portable ayant été de surcroît piraté ou volé.

Il est demandé une aide d'urgence pour lui permettre de s'en sortir en réclamant à cette occasion une totale discrétion.

Dans les 2 cas la victime procède ainsi qu'il lui a été indiqué, et fait l'acquisition de recharge prépayées, en réglant leur acquisition au moyen de sa carte bancaire, et en faisant usage de son code confidentiel.

Par la suite, il les adresse à son interlocuteur avec leurs numéros et leurs codes, ce qui permet à ce dernier de disposer instantanément des fonds correspondants.

Le compte du client est débité du montant de l'achat ainsi effectué.

Ce n'est que *a posteriori* que la victime s'aperçoit qu'il a fait l'objet d'une escroquerie.

Après avoir déposé plainte, le client se retourne contre la banque pour lui demander de le rembourser du paiement frauduleux dont il a été victime.

S'agissant d'une telle opération, la banque n'a pas de responsabilité et les règles et décisions de jurisprudence en matière de paiements frauduleux n'ont pas matière à s'appliquer dans une telle situation.

En effet, le paiement qui est intervenu n'est pas frauduleux. La fraude résulte de l'escroquerie qui a été mise en place pour convaincre les victimes de procéder à un paiement.

C'est bien le client qui utilise sa carte bancaire et valide l'opération de paiement, après avoir utilisé son code confidentiel.

Selon la réglementation, telle qu'elle découle des règles établies par le code monétaire et financier, la transaction effectuée, ainsi, par carte bancaire, une fois validée, est parfaitement régulière et entraîne un paiement immédiat et irréversible.

Il n'est donc plus possible à ce stade de l'annuler ou de le contester.

La responsabilité de l'établissement de crédit ne peut donc être engagée à l'occasion d'une telle fraude.

Les avantages tarifaires

Il arrive fréquemment que la banque consente à l'un de ses clients un avantage tarifaire, notamment lors de leur entrée en relation.

Cet avantage ne donne pas toujours lieu à une limitation dans le temps, ni même à un écrit.

Dès lors une contestation naît au moment où l'établissement de crédit vient à supprimer cet avantage.

Le client se plaint de la non-pérennité de l'avantage commercial dont il bénéficiait jusqu'alors et exige son maintien.

Sur le plan juridique, dans le droit positif français, les engagements perpétuels n'existent pas.

Lorsqu'une obligation est souscrite sans limite de durée, le principe est qu'il peut y être mis fin à tout instant moyennant le respect d'un délai de préavis.

Conformément aux dispositions des articles L.312-31 et L.212-1 et L.212-3 du code de la consommation, le professionnel peut apporter des modifications aux charges afférentes aux services financiers proposés à sa clientèle, moyennant le respect d'un délai de préavis raisonnable et sous réserve d'en informer son client préalablement par écrit.

Par ailleurs, l'article L.312-1-1 du code monétaire et financier impose aux établissements bancaires qui modifient leurs conditions tarifaires d'informer leur clients au minimum 2 mois avant l'entrée en vigueur de celle-ci.

Dès lors que ce formalisme a bien été respecté par l'établissement de crédit et que le délai de mise en œuvre de cette modification tarifaire a bien été respectée, il peut être mis fin à l'avantage dont le client bénéficiait jusqu'alors.

A défaut, l'avantage tarifaire doit être maintenu jusqu'à la date à laquelle la banque aura respecté ses obligations en la matière.

Les effets de la clôture du compte

Quels sont les effets de la clôture du compte ouvert au nom d'un client sur les contrats qui peuvent lier celui-ci et la banque ?

A la suite d'une dénonciation des relations commerciales liant un consommateur à sa banque, quels sont les effets de la clôture du compte sur le remboursement des prêts dont il bénéficie.

Cette rupture n'étant pas du fait du client, la banque peut-elle rendre exigible les prêts qu'elle lui a consenti, et les indemnités de remboursement anticipé de ces concours peuvent-elles être réclamées ?

La rupture des relations commerciales entraîne la clôture du compte du client à l'expiration du délai de 60 jours conformément à la réglementation en vigueur.

Si le client détient des prêts, ceux-ci continuent de s'exécuter conformément aux dispositions contenues dans l'offre signée par le client.

La banque n'est en droit de rendre exigible les sommes restant dues par l'emprunteur et mettre fin au contrat de prêt que dans l'hypothèse où l'un des cas contractuellement prévu dans l'offre à l'article relatif à l'exigibilité anticipé du prêt se produisait.

Ce n'est que dans une telle situation que la banque peut se prévaloir de la déchéance du terme et exiger le remboursement par anticipation des sommes restant dues sur le prêt.

Par contre, il convient que le client détermine avec la banque, sur quel compte, dorénavant, les échéances des prêts pourront être prélevées.

Dans une telle situation, il n'y a pas lieu à remboursement par anticipation et donc la mise en jeu de la pénalité de remboursement anticipé n'a pas à intervenir.

Les recommandations du médiateur de la consommation



Le bilan des demandes de médiation traitées en 2018 m'amène à faire 5 recommandations.

1°) Il apparaît qu'un problème récurrent existe au niveau du service en charge du traitement des successions.

On peut comprendre que la gestion de ces dossiers nécessite de nombreux travaux et des recherches parfois longues.

Cependant, on constate bien souvent des délais de traitement anormalement longs, même lorsque les actifs du défunt se limitent à des avoirs simples, comme les soldes d'un compte courant et de quelques comptes d'épargne.

Ces délais longs qui s'accompagnent la plupart du temps d'une absence de réponse aux questions posées par les héritiers ou le notaire en charge de la succession ne font que rajouter à leur incompréhension et à leur irritation.

Ces difficultés sont encore accrues lorsqu'il existe un contrat d'assurance-vie.

La liaison entre les services successions de la banque et de la compagnie d'assurance engendre parfois des retards supplémentaires et des absences de transferts d'informations ou de documents entre eux.

Enfin, les réponses données aux héritiers et aux notaires ne sont pas toujours pertinentes ou appropriées.

Un examen de la situation devrait être fait afin de remédier à cette source de litige.

2°) La tarification des principales opérations bancaires diffusée et mise à la disposition des clients de la banque manque, pour certaines opérations, principalement les virements internationaux, de clarté et ne facilite pas leur information avant qu'ils ne procèdent à une transaction.

Certes, de nombreuses composantes entrent en jeu et entraînent des coûts différents, selon la devise considérée, le pays de destination des fonds, le fait que le virement est ou non SEPA et enfin que l'ordre est donné en agence ou par la banque à distance.

Par contre la lisibilité et la compréhension du tarif applicable à l'opération que le consommateur projette d'effectuer sont parfois complexes à appréhender par le consommateur.

La concision des termes, nécessitée vraisemblablement par la volonté de ne pas alourdir et allonger la plaquette tarifaire, rend son interprétation complexe.

Certes, le client peut toujours interroger son agence s'il a un doute, mais l'urgence de l'opération et la non-disponibilité immédiate de son conseiller peuvent rendre ce recours inefficace.

En outre, l'utilité de la plaquette tarifaire est d'informer au préalable la clientèle en lui donnant une information claire et compréhensible.

Une revue de certains de ces tarifs améliorerait les choses et résoudrait bien des différends.

3°) Au-delà de la mise en place de la réglementation issue de la loi ECKERT sur les comptes en déshérence, HSBC France a mis en place une procédure de blocage des comptes inactifs dans un souci notamment de sécurité pour ses clients.

Il s'agit bien de 2 procédures distinctes qui s'ajoutent l'une à l'autre.

Ainsi, lorsqu'un compte est inactif depuis plus d'un an, la procédure mise en œuvre par HSBC France bloque toute nouvelle opération avant que le compte ne soit réactivé au préalable.

Un virement au crédit du compte sera, dans une telle hypothèse rejeté.

L'information donnée à la clientèle est perfectible dans ce domaine, car une confusion existe pour celle-ci entre les effets de la loi ECKERT et ceux générés par la procédure interne d'HSBC France.

Une clarification entre ces 2 procédures serait de nature à éviter des différends, même si le nombre de litige est faible.

4°) Des difficultés sont apparues en 2017 s'agissant du mandat de mobilité bancaire, sans pour autant qu'HSBC France en soit le responsable.

Dans certains cas, notamment avec certains établissements de crédit ou financier, la mise en œuvre du mandat de mobilité bancaire s'est heurté à un échec, sans qu'il soit possible de déterminer, où et pour quels motifs, l'opération est bloquée.

Outre, l'incompréhension du client devant l'inexécution de l'ordre qu'il a donné vient se rajouter une irritation lorsqu'il demande les raisons de ce blocage, et que son agence n'est pas en mesure de lui fournir d'explication.

La difficulté en la matière ne peut être imputée à HSBC France, mais on peut espérer que la prise en compte de ce problème, vraisemblablement technique, par l'ensemble des banques permettra, en 2018 de résoudre celui-ci.

5°) En dernier lieu, l'année passée, j'avais mentionné dans mon rapport les difficultés et différends nés d'une incompréhension ou d'une mauvaise compréhension entre un client et son agence.

J'avais souligné la nécessité pour les collaborateurs de la banque de confirmer, ne serait-ce que par mail les décisions ou indications données à leurs clients.

Si les indications ainsi données ne sont pas partagées, la divergence apparaîtra immédiatement avant tout litige et permettra de clarifier la situation.

Il est, à cet instant, beaucoup plus aisé de résoudre une divergence de vue.

Ce même constat peut encore être fait pour l'exercice 2017.

Dans un certain nombre de cas, je ne dispose d'aucune justification, ni preuve de ce qui m'est dit par les représentants de la banque.

Or, il convient de rappeler qu'au regard des règles de droit et plus particulièrement de celles du code de la consommation, la charge de la preuve incombe au professionnel.

Faute de l'existence d'une telle preuve, il n'est pas possible, bien souvent, de suivre la position défendue par la banque.

Le rappel de cette nécessité de confirmer par écrit ou par mail les accords donnés, les promesses faites ou les engagements pris permettrait d'éviter bien des différends et de solutionner autrement les litiges dont je suis saisi.



ANNEXES

CHARTRE DU MEDIATEUR DE LA CONSOMMATION AUPRES DE HSBC FRANCE
(banque de particuliers et de patrimoine)

CHARTRE DU MEDIATEUR DE LA CONSOMMATION AUPRES DE HSBC FRANCE
(banque privée)

CHARTRE DU MEDIATEUR DE LA CONSOMMATION AUPRES DE HSBC EPARGNE
ENTREPRISE