



MÉDIATION

Dispositif national adossé à la FNBP

RAPPORT ANNUEL 2022

SOMMAIRE

3 INTRODUCTION DE LA MÉDIATEURE

- 3 Désignation de la médiatrice
- 4 L'équipe du service de la médiation et ses outils
- 4 Les activités spécifiques de la médiatrice

5 RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022

- 5 Chiffres-clés de la médiation
- 7 Examen des avis de la médiatrice
- 10 Etudes de cas
- 15 Préconisations de la médiatrice

22 PROSPECTIVE 2023

23 ANNEXES

INTRODUCTION de la MÉDIATEURE

Dans la continuité de ma prise de fonction le 1^{er} octobre 2021, j'ai assuré la fonction de Médiateur de la consommation auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires, pendant l'année 2022.

Cette année 2022 se caractérise par la stabilité du nombre de demandes de médiation (+3%), la croissance forte du nombre de dossiers recevables (+57%) et la part prépondérante prise par les demandes relatives aux moyens de paiement, particulièrement les moyens de paiement en ligne. Ces éléments de croissance des volumes confrontent l'équipe à une réelle surcharge de travail qu'il conviendra de traiter.

L'amélioration de la part des demandes recevables, qui atteint 58% du total des demandes doit être soulignée, car elle atteste d'une meilleure connaissance de la médiation parmi les clients qui rencontrent une écoute et tentent un règlement amiable de leurs litiges.

Le thème des moyens de paiement domine largement parmi les demandes recevables (73% de toutes les demandes de médiation recevables) et le travail sur les litiges relatifs aux moyens de paiement à distance constituent l'activité principale de la médiatrice, alors même que leurs mécanismes restent difficiles à appréhender pour une partie significative de la Clientèle. Ce contexte de difficultés perçues par une part significative des clients, en matière d'opération de paiement en ligne, conduit à enregistrer un nombre important de refus de propositions.

Au total, l'équipe du service de médiation a produit une activité très soutenue, tant en matière de gestion de demandes de médiation qu'en matière de traitement de dossiers à instruire pour mettre au point les propositions de solution. Mais la portée réparatrice, objectif ultime de la médiation, s'avère relativement limitée, puisque seuls 59% des avis rendus en 2022 sont suivis par les clients, tandis que les banques adhérentes les acceptent à 62%.

1. Désignation de la Médiateure en 2022.

A la suite du départ de Monsieur SAINTOURENS le 30 septembre 2021, j'ai pris la relève dans la fonction de Médiateur auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires, à compter du 1^{er} octobre 2021, en signant un contrat avec la FNBP.

A la suite de la signature du contrat avec la FNBP, j'ai adressé ma candidature à la Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC) en lui envoyant mon dossier, et j'ai été auditionnée le 22 juin 2022 par la CECMC. A l'issue de cette procédure, la CECMC a donné une réponse favorable à ma demande par une lettre du 8 juillet 2022.

2. L'équipe du service de la médiation et ses outils

En 2022, le Service de la médiation était constitué de deux personnes qui sont dédiées au travail de la gestion des flux : réception des demandes de médiation ; enregistrement et qualification des demandes ; envoi des avis de recevabilité après que je les ai émis, aux deux parties ; recueil des pièces nécessaires au traitement des dossiers ; envoi des notifications de saisine aux deux parties ;

envoi des propositions de solution aux deux parties : recueil des réponses à la proposition de solution et enregistrement de la clôture des médiations.

Pour ma part, en 2022, j'ai assuré seule le travail d'appréciation de la recevabilité des demandes et la production des propositions de solution. A compter du 2 janvier 2023, notre équipe s'est étoffée avec une juriste qui nous a rejointes, afin de contribuer à l'instruction des dossiers et à la production de propositions de solution.

Notre équipe est donc constituée de quatre personnes depuis le début de 2023, deux personnes qui assurent la gestion des flux, et deux personnes qui travaillent sur les propositions. Qu'il me soit permis de remercier ici chaque membre de l'équipe pour son implication dans un travail de qualité.

Mais il est clair que j'endosse seule la responsabilité des propositions de solution et que j'assume seule les avis de recevabilité.

Par ailleurs, je tiens à souligner que nous attendons la mise en place d'un logiciel de workflow qui devrait rendre notre tâche plus facile et améliorer notre efficacité.

3. Les activités spécifiques de la médiatrice en 2022

Trois activités spécifiques de la médiatrice méritent d'être retenues :

- Sa participation aux travaux récurrents du Cercle des Médiateurs bancaires (CMB) dont elle est membre (et membre du conseil d'administration) : échanges de bonnes pratiques, liens avec les autorités compétentes en matière de médiation dans le domaine bancaire (ACPR, CCSF, CECMC) et sessions de formation continue dédiées aux principaux aspects de la mission du médiateur bancaire (moyens de paiement, fonctionnement des comptes, crédits et garanties...), plus particulièrement suivi de la jurisprudence.
- Sa participation aux travaux du Groupe de Travail de l'Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement (OSMP), relatif aux modalités de remboursement des opérations frauduleuses, avec les autres membres du conseil d'administration du CMB. Ces travaux se sont déroulés pendant le dernier trimestre 2022 et le premier trimestre 2023.
- Sa participation à une formation organisée par l'IGPDE (Ministère de l'Economie et des Finances) sur la médiation, sous la direction d'une universitaire spécialisée en médiation et avec la participation de deux médiateurs aux riches expériences.

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022

Conformément à l'article R.614-2 du Code de la consommation, la Médiateure communique des données chiffrées dans le cadre de son rapport annuel d'activité.

Pour l'année 2022, le dispositif national de médiation adossé à la Fédération Nationale des Banques Populaires a administré la gestion des dossiers de médiation pour 12 établissements bancaires : Banques Populaires Aquitaine Centre Atlantique, Occitane, Sud (et ses marques Banque Dupuy de Parseval, Banque Marze et CMM Méditerranée), Grand Ouest, Nord, Alsace Lorraine Champagne, Auvergne Rhône Alpes et sa filiale Banque de Savoie, Rives de Paris, BRED, CASDEN, Crédit Coopératif, Banque Populaire Val de France.

CHIFFRES-CLÉS DE LA MÉDIATION

EXAMEN DE LA RECEVABILITE

Les demandes de médiation reçues au cours de l'année 2022 sont stables par rapport à 2021, avec un renversement de la tendance concernant le moyen utilisé pour saisir la médiateure, moyen similaire à l'avant-confinement lié au COVID 19, à savoir le retour du courrier postal.

Nombre de saisines reçues	2020	2021	2022
Courrier	787	690	1021
Site internet	1043	1129	872
Mail médiateur	50	38	21
Total	1880	1857	1914

- Seuls 6 dossiers restent en attente d'une réponse de recevabilité en 2022 :

Statut des saisines reçues	2020	2021	2022
Demandes éligibles	581	703	1106
Demandes non éligibles	1299	1146	802
En attente de statut	0	8	6
Total	1880	1857	1914

- 42 % des dossiers (802 en volume) ont été déclarés irrecevables, ne remplissant pas les conditions énumérées par l'art L612-2 du Code de la consommation à savoir :

Hors compétence	109
le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat	572
la demande est manifestement infondée ou abusive	10
le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal	3
le consommateur a introduit sa demande auprès du médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel	8
le litige n'entre pas dans le champ de compétence de l'entité de médiation de la consommation (délai de deux mois non écoulés)	100

A ce stade s'ouvrent deux possibilités :

Si la réclamation n'est pas recevable : seul le consommateur est informé, dans un délai de trois semaines à compter de la réception de son dossier, du rejet de sa demande de médiation.

Si la réclamation est recevable : la médiatrice notifie la recevabilité de la réclamation auprès du consommateur et du professionnel, par voie électronique ou par courrier simple, en rappelant aux parties qu'elles peuvent à tout moment se retirer du processus. L'issue de la médiation de la consommation doit alors intervenir dans un délai de 90 jours à compter de cette notification (Article R 612-5 du Code de la consommation). Néanmoins, la médiatrice peut prolonger ce délai, à tout moment, en cas de litige complexe. Elle en avise immédiatement les parties.

Sur les 1908 dossiers reçus en 2022 (hors ceux en attente de réponse), **58 %** répondent aux critères posés par la loi pour entrer en médiation contre 38% en 2021. Malgré un nombre de demandes reçues stable, le pourcentage de dossiers éligibles augmente, en conséquence :

- d'une restriction du site internet de la médiatrice, qui nécessite de joindre un certain nombre de documents pour faire parvenir la demande ;
- d'une meilleure communication des établissements bancaires sur le dispositif de médiation, dans l'ensemble de leurs divers moyens de communication vers les clients ;
- d'une meilleure connaissance du processus de médiation de la part des clients.

Année	Dossiers recevables	Pourcentage des demandes
2020	581	31%
2021	703	38%
2022	1106	58%

Cette augmentation sensible des dossiers recevables, qui constitue un quasi-doublement en deux ans (+90%), est notamment liée à la forte croissance des fraudes sur les moyens de paiement avec un taux de croissance de 86% en 2022 par rapport à 2021, alors que ces dossiers représentent 73% de l'ensemble des dossiers recevables.

EXAMEN DES AVIS DE LA MÉDIATEURE

Pour davantage de transparence et de vision complète de l'activité, les avis rendus en 2022 sur des dossiers reçus en 2021 sont intégrés dans l'examen des propositions de médiation rendues.

ENCART

« 73% des avis rendus sont relatifs aux moyens de paiement dont 57 % liés à l'Authentification Forte »

- 1265 dossiers recevables en médiation ;
- 743 avis rendus ;
- 84 Interruptions de médiation ;
- 438 dossiers en attente de proposition, au 31/12/2022.

	2020	2021	2022
Saisines recevables en médiation	671	791	1265
Propositions rendues	462	555	743
Part en % du total	69%	70%	59%

Les saisines de la médiatrice ont augmenté de 60% entre 2021 et 2022 avec la principale thématique, les moyens de paiement, en forte hausse par rapport à 2021 (+ 86%). Au sein de ces litiges traités, est soulignée la forte prépondérance des cas liés à l'Authentification Forte (opérations sensibles).

Dans les litiges recevables, trois thèmes représentent 87% des demandes

- Les moyens de paiement : 73% (contre 52% en 2021 contre 35% en 2020) ;
- Le fonctionnement du compte de dépôt : 7% (contre 17% en 2021 contre 23% en 2020) ;
- Les opérations de crédit : 7% (contre 10% en 2021 contre 13% en 2020).

Nature des saisines recevables en médiation	Sur les 555 avis rendus		Sur les 743 avis rendus	
	2021		2022	
Moyens de paiement	289	52%	539	73%
Fonctionnement compte de dépôt	102	17%	53	7%
Opérations de crédit	58	10%	54	7%
Tarification	45	9%	40	5%
Produits d'épargne	27	5%	30	4%
Assurances	16	3%	13	2%
Autres	12	2%	5	1%
Placements financiers / boursiers	6	1%	9	1%

Le délai de traitement en 2022 pour rendre une proposition est de 93 jours (contre 35 jours en 2021)

Le déroulement de la médiation est régi par les articles R.612-1 à R.612-5 du Code de la consommation. A réception de la demande de médiation, le médiateur dispose d'un délai de trois semaines pour informer de la recevabilité ou de la non-recevabilité de la demande client.

Lorsque la demande de médiation est recevable, l'issue de la médiation intervient au plus tard dans un délai de 90 jours à compter de la date de notification de la recevabilité de la demande de médiation (art R.612-1 du Code de la consommation). Toutefois, en cas de litige complexe, le Médiateur peut être amené à prolonger ce délai.

Délai de traitement	2018	2019	2020	2021	2022
Recevabilité saisine (délai max. 21 j)	3	3	2	2	3
Proposition de médiation (délai max. 90 j)	34	53	45	35	93

Les avis rendus en faveur du client (favorables et partiellement favorables) représentent 81 % (contre 66% en 2021) des avis rendus soit 593 dossiers.

Ce pourcentage s'explique par la forte augmentation des avis partiellement favorables au client relatifs aux litiges liés aux moyens de paiement, et plus particulièrement ceux nécessitant une Authentification Forte.

Propositions rendues	Volumes
Favorable client	116
Partiellement favorable client	477
Défavorable client	150
Total	743
<i>Interruption de médiation</i>	84
<i>En attente</i>	438

Propositions rendues	2020	2021	2022
Favorable client	113	175	116
Partiellement favorable client	185	192	477
Défavorable client	164	188	150
Total	462	555	743

Sur les 701 dossiers clos, 59% des avis rendus sont suivis par les clients contre 70% en 2021. Les banques, quant à elles suivent à 66%, alors que le pourcentage était de 62% en 2021, soit une relative stabilité.

	Nombre	Montants demandés par le client en €	Montants demandés par la médiatrice en €	Taux
Favorable client	105	362	423	117%
Partiellement favorable client	452	1 423	385	27%
Défavorable client	144	618	5	0%
TOTAL	701	2 403	813	

Lorsque les montants sont précisés

Le montant moyen d'indemnisation préconisé par la médiatrice est de 1600 Euros en 2022 contre 2 800 Euros en 2021 et 1921 Euros en 2020.

Le taux d'acceptation des clients relatif aux propositions de solution est moindre, en raison de la prédominance des litiges liés aux moyens de paiement. En effet, 73% des propositions rendues concernent les moyens de paiement et au sein des moyens de paiement, les litiges relatifs aux opérations sensibles (opérations à distance autorisées et non autorisées) représentent 57% du total des litiges de 2022.

ETUDES DE CAS

La proportion des cas retenus en exemple ci-dessous se veut représentative de l'activité de l'année 2022 : les cas représentatifs de litiges liés aux moyens de paiement sont en plus grand nombre que les cas relatifs au fonctionnement du compte et aux opérations de crédit. Les autres thèmes ne sont pas illustrés car ils représentent une trop faible proportion du tout.

Le montant moyen des préjudices évoqués par les clients en 2022 est de 4 218 €, tandis que le montrant le plus faible est 24 € et celui du préjudice le plus fort est de 166 000 €.

Cas 1 : Un litige relatif au paiement de chèques falsifiés

Rappel des faits :

Un Client rédige deux chèques à deux bénéficiaires différents. Ces deux chèques ont été encaissés mais les deux bénéficiaires se plaignent de n'avoir pas été payés. Il s'avère que les ordres des deux chèques ont été falsifiés en faveur du même fraudeur et encaissés par le fraudeur. La Banque estime qu'aucune surcharge n'est décelable et que le délai de réclamation est forclo, elle refuse le remboursement.

Proposition de la médiatrice :

Pour ma part, j'estime que l'écriture de l'ordre de chacun des deux chèques est à l'évidence différente de l'écriture des montants, ce qui constitue une anomalie apparente. La Banque, si elle ne relève pas les anomalies apparentes, prend le risque de devoir rembourser le montant du chèque. En l'espèce, la Banque doit rembourser.

Le Client a accepté ma proposition de solution, la Banque a refusé ma proposition de solution.

Cas 2 : Un litige relatif à l'IBAN frauduleux

Rappel des faits :

Un Client reçoit une somme importante sur son compte de dépôts, la Conseillère l'appelle pour lui proposer un placement qu'il refuse. Il demande un virement de montant important et adresse à l'agence, à cet effet, un IBAN correspondant à un compte localisé à l'étranger : la Conseillère l'appelle pour une mise en garde sur la validité de l'IBAN (suspicion), mais il maintient sa volonté de virer les fonds à l'IBAN procuré. Le virement est effectué, puis un virement suivant de moindre montant est arrêté par la Banque du fait d'une suspicion sur le même IBAN. L'avocat du Client demande une indemnisation du virement effectué, du fait d'un supposé manquement à l'obligation de vigilance par la Banque et la Banque refuse du fait des limites de l'obligation générale de vigilance, fondées sur le devoir de non-immixtion dans les affaires du Client.

Proposition de la médiatrice :

Après analyse, je considère que l'ordre de virement transmis par le Client qui a confirmé sa volonté d'effectuer le virement, est valide, et que l'ordre de virement a été régulièrement exécuté par la Banque. Je considère que l'avocat du Client ne prouve pas le manquement à l'obligation générale de vigilance de la Banque, en face du devoir de non-immixtion, car la proposition de placement antérieure et l'existence du coup de fil de mise en garde me sont prouvés sur pièces par la Banque. Je ne propose aucune indemnisation du Client.

Le Client n'a pas répondu, donc a refusé ma proposition de solution qui lui est défavorable, la Banque a accepté la proposition de solution.

Cas 3 : Un litige relatif au scénario, devenu classique, de fraude au faux conseiller, avec création d'un bénéficiaire et virements vers l'IBAN de ce dernier

Rappel des faits :

Une Cliente, particulièrement déstabilisée par l'extrême mal-être de sa petite fille dont elle a la charge, reçoit un appel téléphonique d'un prétendu conseiller du service des fraudes de la BP, qui explique vouloir arrêter des opérations frauduleuses en cours sur son compte, détient des renseignements confidentiels (espace personnel CyberPlus de la Cliente déjà atteint par l'escroc) et la met en confiance. Il lui demande son numéro de carte bancaire ainsi que le cryptogramme. Elle donne les coordonnées de sa carte. Elle transmet aussi les codes qu'elle reçoit par message sms pour validation.

Proposition de la médiatrice :

Après une analyse approfondie, je constate que la Cliente n'a pas respecté l'obligation de préservation de ses informations bancaires confidentielles ; sous le coup de l'émotion, comme elle l'explique, elle n'a pas consenti donc n'a pas autorisé l'opération, mais a commis une négligence grave. Je considère que la Banque n'a pas mis en garde la Cliente, qui est vulnérable au regard de son activité en ligne, et demande à ce titre une indemnisation de 25 % de son préjudice. Par ailleurs, je constate neuf virements en rafale vers l'étranger au milieu de la nuit et je considère que la Banque a manqué à son obligation générale de vigilance. Je demande à ce titre, une indemnisation de 40 % du préjudice. Au total, je demande en équité une indemnisation de 65 % du préjudice important, ce qui constitue un montant significatif.

La Cliente a accepté ma proposition. La Banque n'a pas répondu dans les délais, donc a refusé ma proposition de solution.

Cas 4 : Un litige relatif au scénario de fraude au faux conseiller avec création de deux bénéficiaires et cinq virements vers deux références de comptes (IBAN) de ces derniers

Rappel des faits :

Une Cliente reçoit un appel téléphonique d'un prétendu collaborateur du service des fraudes de la BP qui lui explique une fraude en cours sur son compte. Il la met en confiance par les informations bancaires confidentielles qu'il détient et elle se connecte à son espace sécurisé, puis elle valide par

reconnaissance faciale les cinq virements (dont les quatre premiers sont vers le premier bénéficiaire avec des montants modérés, au regard du dernier de montant vraiment élevé), en six minutes. Elle se rend compte qu'elle a été trompée et prévient l'agence qui rappelle les fonds en vain.

Proposition de la médiatrice :

Après analyse attentive, je constate que la Cliente n'a pas donné son consentement qui lui a été extorqué par usurpation d'identité de la Banque et par manipulation. Les opérations d'ajout de bénéficiaire et de virement sont donc des opérations non autorisées, ce qui implique que la Banque doit rembourser sauf à montrer une négligence grave de la Cliente. La Cliente a commis une négligence grave en ne vérifiant pas la qualité de son interlocuteur téléphonique et en validant les ajouts de bénéficiaire et les virements à la demande d'un inconnu, comme la Banque en rapporte la preuve par les connexions. La Banque est donc fondée à ne pas rembourser. Je pointe le manquement de la Banque à l'obligation générale de vigilance qui n'a pas arrêté le gros virement très inhabituel, à la suite de quatre virements en rafale, au regard des opérations habituelles de la Cliente et je demande en équité à la Banque un versement de 20 % du virement d'un montant très élevé en faveur de la Cliente.

La Cliente a refusé ma proposition de solution. La Banque a accepté ma proposition de solution.

Cas 5 : Un litige relatif à des paiements par carte bancaire via Apple Pay, après un enregistrement « non consenti » de la carte bancaire du Client dans l'appli Apple Pay

Rappel des faits :

Un Client constate sur son relevé de compte une série de dix opérations de paiement par carte bancaire, dont il n'est pas à l'origine. La Banque explique et rapporte la preuve de l'enrôlement antérieur de la carte bancaire du Client, sur le téléphone déclaré par lui, via l'appli Apple Pay. Elle explique que pour terminer cet enrôlement, il est indispensable de taper le code que l'on reçoit du serveur de la Banque par un message sms sur son téléphone enregistré par la Banque comme téléphone de confiance, téléphone qui n'a pas été déclaré volé ou perdu.

Proposition de la médiatrice :

Après analyse complète du dossier du Client, je constate qu'il a déjà contesté des paiements à distance par carte bancaire, et qu'il a vraisemblablement procédé à l'enrôlement de sa carte bancaire sur son téléphone. Ainsi conçu, cet enrôlement constitue une négligence grave dont il n'a pas mesuré la portée. Je me range à la proposition de la Banque qui propose un dédommagement de 23 % du préjudice.

Les parties ont accepté ma proposition de solution.

Cas 6 : Un litige relatif à des paiements de montants élevés à la suite du vol de la carte bancaire

Rappel des faits :

Une Cliente écrit au nom de son époux, Client handicapé, qui s'est rendu dans le sas d'une agence LCL où il a tenté en vain un retrait de billets, et où il a cru que sa carte était avalée par le distributeur automatique de billets. L'agence de LCL renvoie à l'agence de la BP qui n'a pas la carte, les Clients pensent que la carte est renvoyée au siège de la BP et n'évoquent pas le vol de la carte. Ils s'attendent à être contactés par le service des fraudes de la Banque Populaire, en cas de vol de la carte.

Les opérations faites avec la carte qui s'avère volée sont diverses (retraits, achats immédiats, achats à paiement différé) et d'un montant total très élevé. La Banque refuse de rembourser car elle n'a pas la preuve de l'opération originelle dans le sas de LCL, et parce que certaines dépenses ont été faites chez des commerçants que le Client fréquente habituellement.

Proposition de la médiatrice :

Après analyse fine du dossier et des déclarations précises et circonstanciées figurant dans le dépôt de plainte, je constate que la Cliente ne peut rapporter la preuve de la prudence de son époux quant à la préservation de la carte et du code y afférent. Et de la même façon, la Banque ne peut rapporter la preuve d'une négligence grave de la part du Client. Je propose que les torts soient partagés et que la Banque rembourse la moitié du préjudice important au Client.

Les deux parties ont accepté ma proposition de solution.

Cas 7 : Un litige relatif au fonctionnement du compte

Rappel des faits :

Une Cliente qui a souscrit un prêt à la consommation, reçoit une lettre d'avertissement pour régularisation de deux impayés, avec possibilité de fermeture du compte qui est débiteur. Quatre mois plus tard, la déchéance du terme du prêt est prononcée et un courrier de fermeture du compte sous deux mois, avec fichage FICP, est adressé à la Cliente. La Cliente demande la levée du fichage, propose de rembourser 350 € par mois pendant six mois, le temps de mettre en place un nouveau prêt chez la concurrence.

Proposition de la médiatrice :

Il me paraît important de tenir compte de la proposition positive de la Cliente (remboursement mensuel minoré par rapport au tableau d'amortissement, mais effectif) et je demande en équité à la Banque, de lever le fichage FICP pour que la Cliente puisse racheter le prêt immobilier, et de continuer de négocier afin que le contentieux puisse se fermer rapidement et dans les meilleures conditions.

Les parties ont accepté ma proposition de solution.

Cas 8 : Un litige relatif à des opérations de crédit, en lien avec un divorce

Rappel des faits :

Un Client a demandé à la Banque la désolidarisation immédiate d'un prêt immobilier dans le cadre du divorce en cours. La Banque a adressé un courrier au notaire qui gère l'état liquidatif, dans lequel elle explique les conditions auxquelles elle acceptera la désolidarisation.

L'acte notarié précise :

« (...) Le prêteur a accepté de décharger le co-emprunteur non-attributaire de la charge du solde du prêt concernant les prêts visés aux présentes, sous réserve de recevoir le jugement de divorce homologuant la convention réglant les conséquences du divorce et l'état liquidatif stipulant que Mme XXX a la pleine propriété du bien ».

Et la rubrique « *Date d'effet de la liquidation* » dispose que :

« La présente liquidation produira ses effets à compter de son homologation par le Tribunal Judiciaire suivant jugement devenu définitif. A défaut d'homologation, les présentes seront caduques et non avenues. »

Proposition de la médiatrice :

Je considère en droit que le Client ne peut contester le fait qu'il connaît la date d'effet de la liquidation, qui est liée à l'obtention de « *l'homologation par le Tribunal Judiciaire suivant jugement devenu définitif* » dans l'acte notarié, et je considère en droit ne pas pouvoir répondre favorablement à la requête du Client.

Le Client n'a pas répondu, donc a refusé ma proposition de solution qui lui est défavorable, la Banque a accepté ma proposition de solution.

PRÉCONISATIONS DE LA MEDIATEURE

L'équipe du service de la médiation constate que l'année 2022 se caractérise par la croissance forte des litiges liés aux moyens de paiement et plus particulièrement des litiges liés aux moyens de paiement à distance, et de ce fait, sur la proportion qu'ils représentent. Il convient donc de focaliser l'essentiel des préconisations sur ce point.

I Eléments de contexte général

Un élément de contexte tout à fait majeur doit être souligné : une partie de la clientèle des banques a des difficultés à utiliser Internet, conformément à l'ensemble de la population, comme le souligne Claire HEDON, défenseure des droits, dans son dernier rapport annuel, paru en juin 2022.

Elle souligne dans son rapport annuel 2021 (page 6) « *A l'heure où les guichets se raréfient dans les services publics, où les bornes automatiques se multiplient, où les conseillers téléphoniques deviennent des répondeurs musicaux, la possibilité d'être écouté et pris en considération semble parfois un privilège* ».

La banque n'échappe pas à cette tendance à la numérisation de ses services et une Cliente nous le dit de manière pertinente, dans sa demande de médiation de 2022 :

« Je trouve particulièrement éprouvante cette « obligation numérique » : pour tout il faut aller en ligne : les impôts, la sécu, la Caisse d'Allocations Familiales, Pronote pour collège et lycée, etc... etc. et moi j'ai beaucoup de mal à m'y retrouver dans tous ces codes, identifiants, mots de passe, cryptogrammes, et quand ça ne marche pas il faut passer des heures au téléphone pour avoir un « conseiller » qui vous dit comment faire. J'ai bientôt 80 ans et je trouve tout cela très stressant ! ».

II Eléments de contexte en matière de paiement bancaire

Il convient d'abord de raison garder, car la réalité des fraudes, que je perçois comme en très forte augmentation en matière de moyens de paiement à distance en 2022, ne reflète pas le constat des autorités monétaires : dans l'introduction de son rapport annuel 2021, l'Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement (OSMP) souligne que : « *les actions engagées par l'Observatoire et les professionnels des paiements, conjuguées à la vigilance des utilisateurs, ont permis de préserver en 2021 un haut niveau de sécurité et de confiance dans les moyens de paiement scripturaux* ».

Par ailleurs, les Chiffres-Clés de l'Observatoire de la Sécurité des Moyens de Paiement (OSMP), soulignent que pour le premier semestre 2022, le taux de fraude relatif aux paiements sur internet diminue :

- Le chèque reste l'instrument de paiement présentant le taux de fraude, en valeur, le plus élevé (de 0,079 pour 2021 à 0,072 % pour le premier semestre 2022) ;
- Le virement présente quant à lui un taux de fraude en légère augmentation (de 0,0007 % à 0,0009 %) ;
- Enfin, la carte bancaire présente un taux en baisse (de 0,059 % à 0,055 %), avec un taux de fraude relatif aux paiements sur internet en diminution (de 0,195 % à 0,171 %).

Quoiqu'ils existent, les litiges liés à une fraude due au vol de la carte bancaire ou de chèques, ne sont pas dominants. L'essentiel des litiges sur les moyens de paiement sont liés aux paiements à distance

qui sont soumis à l'Authentification Forte (AF), depuis la mise en œuvre de la Directive sur les Services de Paiement numéro 2, dite DSP2, le 4 septembre 2019.

L'AF consiste à reconnaître une personne par au moins deux des trois facteurs ci-après, ce qui garantit qu'il s'agit bien de la personne supposée faire une opération à distance :

- Un facteur de connaissance (ce que je connais, comme un code) ;
- Un facteur de possession (ce que je détiens, comme une carte, un téléphone ou une montre);
- Un facteur d'inhérence (ce que je suis à travers un élément biométrique tel que l'empreinte digitale, la voix, les traits du visage).

Ainsi, l'identification d'un payeur par reproduction du code reçu dans un sms n'est-elle plus acceptée si elle est utilisée seule, depuis le déploiement de la DSP2, car cette frappe du code n'attestait que de la possession d'une carte SIM. La DSP2 impose un autre facteur tel que la possession d'un téléphone mobile qui aura été déclaré à la Banque ou la frappe d'un autre code personnel ou la reconnaissance d'un caractère biométrique.

Dès lors que l'AF est techniquement solide, les attaquants, très habitués à l'utilisation des réseaux sociaux, ont mis au point une forme de contournement par ce qu'il est convenu d'appeler « l'ingénierie sociale » : il s'agit de tromper l'internaute (dans notre cas, le détenteur du compte de dépôt) par une supercherie et une manipulation psychologique qui permettent :

- d'exploiter sa crédulité, parce qu'il ne conçoit pas que l'appel téléphonique puisse être malveillant, ou qu'un lien hypertexte soit de nature à conduire vers un site d'imitation (et non vers le site effectif) de l'entité économique annoncée, en vue de collecter des données bancaires confidentielles ;
- de révéler son ignorance de techniques informatiques, parce qu'il ne sait pas comment fonctionnent les ordinateurs bancaires pour autoriser les paiements, par analyse de la correspondance entre code attendu de la part du Client et code pré-enregistré après sa génération par l'ordinateur ;
- et d'abuser de sa confiance, parce qu'il ne fait aucun lien a priori entre un courriel d'hameçonnage (*phishing*) ou un affichage d'un numéro de téléphone possiblement usurpé (*spoofing*) et un appel téléphonique malveillant.

L'opérateur de cette « ingénierie sociale » se doit d'être excellent acteur pour être crédible, et doté d'un fort aplomb, en plus de la maîtrise de techniques informatiques et de connaissances bancaires. L'expérience de certains clients qui se sont rendu compte de la tromperie en fin d'échange téléphonique et qui l'ont dévoilée, montre que l'attaquant ne perd pas pied lorsqu'il est démasqué.

Cette ingénierie sociale qui conduit à la fraude se déroule en deux étapes :

- hameçonnage par message (courriel ou sms) contenant un lien hypertexte sous un prétexte qui sera perçu comme réaliste, afin de collecter les données bancaires confidentielles du détenteur de compte et/ou de carte bancaire. Ces données permettront à l'attaquant de mettre le détenteur de compte en confiance, de lui faire croire qu'il est en communication avec un acteur économique ayant pignon sur rue (Netflix pour feindre de renouveler l'abonnement, Ameli pour feindre de renouveler la carte Vitale, Microsoft pour feindre de débloquent un ordinateur, Le Bon Coin pour feindre de l'inscrire dans la liste des payeurs autorisés, banque ou plateforme de paiement...);

- estocade portée par manipulation téléphonique assimilable au retournement utilisé par les services de police ; l'attaquant met en œuvre l'usurpation d'identité de la Banque, puis l'accès à l'espace sécurisé du détenteur du compte, puis la validation directe des opérations lorsqu'il a obtenu les codes confidentiels, ou la déstabilisation du détenteur du compte afin qu'il autorise lui-même des opérations qui se révéleront très pénalisantes pour lui : paiement par carte, ajout de bénéficiaire dans la liste des bénéficiaires dits bénéficiaires de confiance (!), virement, parfois retrait digital bien que cette opération soit rare parce qu'elle ne rapporte pas suffisamment à l'attaquant, au regard de ce que lui rapportent les virements.

III. Préconisations de la Médiatrice

Devant cet état de fait en matière de sécurité de l'information et des échanges, comment empêcher ces attaquants conscients de la qualité de la sécurité bancaire du point de vue technique, de parvenir à leurs fins par une organisation massive de l'ingénierie sociale ? Comment acculturer la clientèle afin d'abaisser le nombre de fraudes ?

III.1. Développer les actions préventives des Banques

Les Services Relation Clientèle des BP soulignent le travail d'explication qui est mis en place, à la fois dans les agences et lors des interactions téléphoniques avec les conseillers. Dans les fiches de synthèse qui me sont adressées pour chaque cas, ils explicitent les procédures mises en œuvre et précisent la formulation des messages reçus par le Client au cours d'un paiement par authentification forte, afin que je maîtrise le contexte des opérations effectuées.

III.1.1 Les Banques ont mis en place des actions de prévention, largement déployées en 2022

Les banques se sont impliquées pour prévenir les clients et pour les appeler à une très grande vigilance, comme cela s'avère impératif :

- elles ont mis au point des textes à objectif pédagogique et envoient régulièrement des messages d'avertissement, qui prennent la forme de messages proprement dits (courriels et messages écrits par téléphone dits SMS pour Short Messaging System) ;
- elles réservent une partie de leurs sites qui expliquent les éléments de sécurité (avec des textes et des vidéos signifiantes par exemple).

Ces messages, indispensables pour la prévention, remplissent généralement leur mission mais ils rencontrent leurs limites lorsqu'ils sont adressés à des Clients qui ne les lisent guère ou n'en mesurent l'importance que lorsqu'ils sont eux-mêmes victimes de fraudes.

III.1.2 Les Banques mettent en place des actions de formation de leurs collaborateurs en agence

Les collaborateurs des agences sont formés et cela rend possible les explications préventives lors des entretiens avec les Clients, lors des passages rapides en agence avec l'agent d'accueil, ou lors des entretiens téléphoniques des conseillers avec les clients.

III.1.3. En complément, les banques pourraient proposer de manière systématique des plafonds d'opérations en ligne qui s'adaptent de manière dynamique aux montants des opérations habituelles du client, tant en matière de paiement par carte que pour le virement. Par exemple, le plafond pourrait être habituellement de 120% de la moyenne mobile des opérations des trois derniers mois (paiement par carte d'une part, virement d'autre part).

Le déblocage de ce plafond supposerait a minima une authentification forte et plus probablement, en fonction du montant en cause, après identification de l'appelant, un échange téléphonique avec le centre d'appels.

III.2. Renforcer les actions curatives quasi-immédiates par des services spécialisés dans l'aide aux clients

III. 2.1. Les centres d'appels étendus de la carte au virement

- De longue date, les banques ont mis en place des centres d'appel relatifs à la carte bancaire ouverts 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, qui permettent aux Clients de la rendre inopérante en faisant opposition sur sa carte, dès qu'ils constatent le vol ou la perte, parfois avant toute opération frauduleuse.
- Sur le modèle de ces centres d'appels relatifs à la carte, il pourrait être mis en place des centres d'appels (24h/24 et 7jours /7) où il soit possible de procéder à un blocage des virements non sans qu'il ait été procédé à une identification sécurisée du Client, et ceci à un moment où il ne peut plus accéder à son espace sécurisé qui a été bloqué. Cette suggestion a fait l'objet d'échanges entre plusieurs médiateurs

III.2.2 Les arrêts d'opérations en cours par les services de lutte contre la fraude

On distinguera deux éléments relatifs à la manière dont les Banques pourraient procéder pour « arrêter » un paiement que le Client vient d'effectuer et qu'il conteste.

D'une part, la Banque peut « arrêter » un paiement avant de l'insérer dans le système interbancaire de paiement (mise en compte d'attente avant la levée de doute), en particulier du fait qu'il est soupçonné d'être frauduleux, ce que font les plateformes bancaires de gestion des risques de paiement.

Ce travail d'interruption et de mise en compte d'attente dans les livres de la banque, ne remet pas en cause le caractère irrévocable du paiement en droit. Il peut être fait par des experts en ligne et peut aussi faire l'objet d'algorithmes pertinents selon les schémas de fraude, afin de construire les outils techniques indispensables à la lutte contre la fraude de manière dynamique.

Peut-être la mise en œuvre des algorithmes pourrait-elle être envisagée comme la traduction informatisée de l'obligation générale de vigilance qui s'impose à la banque du fait de la jurisprudence ?

D'autre part, la Banque pourrait abaisser le plafond des virements à zéro dès la première alerte et de manière automatisée avant de contacter son client pour la levée le doute, même si cela gêne la fluidité des paiements requise par les Clients de manière générale, puis rétablir le plafond selon les desiderata du client.

Il est clair que mes préconisations supposent que les banques acceptent de dédier des moyens, en particulier des personnels qualifiés, aux tâches ainsi créées ou étoffées.

III.3. Maintenir les actions de « réparation » après le déroulement de l'opération frauduleuse

III.3.1 Les Services Relations Clientèle (SRC) sont en première ligne puisqu'ils travaillent avec les agences et règlent un grand nombre de litiges, en s'appuyant sur la qualité des dispositifs techniques. Il est clair que le SRC applique la politique générale de la Banque, telle qu'elle est définie par sa Direction.

III.3.2 Le travail de la médiatrice en matière d'opérations de paiement à distance

En tant que médiatrice, je travaille pour instruire les demandes de médiation recevables et produire des propositions de solution, à la fois en droit et en équité.

En droit, de manière générique, je travaille avec les divers textes juridiques applicables (Code monétaire et financier, Code de la consommation, Code de la construction, Code de commerce, Code des assurances, Code civil, etc..).

En matière d'opérations bancaires à distance, je travaille particulièrement en application des articles du Code monétaire et financier qui proviennent de la transposition de la Directive sur les Services de Paiement (DSP2). Il s'agit de déterminer d'après la description des faits, s'il s'agit d'une opération sans authentification forte ou d'une opération avec authentification forte et le cas échéant, à juger de la pertinence de l'absence de l'authentification forte.

Dans le cas de l'opération avec authentification forte, il convient d'apprécier :

- si l'opération est une opération autorisée, qui ne donnera pas lieu à remboursement sauf exception ;
- ou si l'opération est une opération non autorisée, que la Banque doit rembourser sous un jour ouvré sauf suspicion de fraude ou de négligence grave, et que la Banque pourra redébiter plus tard, si elle prouve la fraude ou la négligence grave du Client.

Cette appréciation reste délicate dans la mesure où n'est pas encore intervenue la jurisprudence de la Cour de cassation depuis la mise en œuvre de la DSP2 et plus particulièrement depuis celle de l'authentification forte.

En équité, j'apprécie chaque litige au cas par cas, en évaluant les circonstances effectives de la fraude et le profil du Client.

La qualité et la profondeur des informations qui me sont transmises par les parties sont la base d'un travail méticuleux et nuancé, ce qui est le propre de la médiation.

Cependant, il apparaît que les propositions de solutions nuancées peuvent se heurter à l'incompréhension ou à la vexation des Clients qui se sont laissé tromper ou manipuler d'une part, à la lecture plus ou moins stricte de la réglementation par les Banques et à leur appréciation spécifique de l'équilibre entre risque opérationnel et risque réputationnel d'autre part.

III.4. Demander et obtenir le concours d'autres acteurs

Il s'avère qu'un gros travail de pédagogie préventive reste à effectuer pour que les Clients deviennent suffisamment méfiants, en face des spécialistes de l'ingénierie sociale.

En matière d'opérations de paiement à distance, il apparaît que la fréquentation habituelle d'Internet rend le Client-consommateur moins vulnérable aux attaques des spécialistes de l'ingénierie sociale ci-dessus évoqués, parce qu'elle est susceptible d'aiguïser sa méfiance.

Peut-être serait-il opportun qu'une initiative de la place bancaire soit prise pour mettre en place un « serious game », à savoir un jeu d'initiation aux opérations faites-en ligne, dites opérations sensibles, qui développerait des scénarii variables et des étapes ? Cela ouvrirait la possibilité que les clients des

banques puissent « se former » à travers les pièges que le jeu comporterait, avant que ne soient proposées les explications sur la manière dont lesdits clients seraient tombés dans ces pièges.

Un tel jeu en ligne pourrait permettre de prévenir, par l'expérimentation, une partie de la Clientèle qui n'envisage pas les pièges possibles, quoi qu'il en soit des messages d'avertissement qu'elle ne lit plus après la première insertion.

D'une part, il serait utile que les media grand public s'impliquent dans ce travail de pédagogie, afin de contribuer à la prévention de la fraude. Au sein de ces media grand public, il faudrait particulièrement mettre l'accent sur les émissions de télévision à forte audience (les journaux de 20h) sans oublier les outils de communication présents sur les réseaux sociaux, parce que cela permettrait de toucher des publics au profil sociologique différent.

D'autre part, au terme de ce tour d'horizon des litiges relatifs aux moyens de paiement à distance (opérations sensibles), je tiens à souligner qu'il faudrait obtenir le concours d'autres acteurs :

- **d'abord une communication appuyée des autorités monétaires ;**
- **plus probablement une communication forte du Gouvernement.**

Seules ces communications seraient en mesure d'attirer suffisamment l'attention du grand public, pour prévenir les clients bancaires des malversations potentielles dans les opérations en ligne, mises en œuvre par des fraudeurs organisés qui travaillent à échelle industrielle et qui sont aguerris.

En dehors du thème des moyens de paiement, il convient d'évoquer deux thèmes dont les cas sont relativement fréquents :

- en matière de fonctionnement du compte, les demandes de médiation relèvent souvent de clients qui contestent les commissions d'intervention parmi les frais bancaires, car ils ne comprennent pas le fait générateur de ces frais, à savoir la nécessité d'intervention de la Banque, qui doit décider de l'acceptation ou du refus d'une opération qui met le compte à découvert ou qui lui fait dépasser l'autorisation de découvert consentie ;
- en matière d'opérations de crédit, les demandes de médiation sont relatives :
 - o à la désolidarisation du prêt immobilier entre ex-conjoints, dont les clients ne comprennent pas qu'elle ne soit pas systématique après un divorce, et qu'elle nécessite un accord de la Banque ;
 - o ou aux difficultés récurrentes lors d'un changement de contrat d'assurance du prêt immobilier, en particulier dans la vérification que les dispositions du nouveau contrat d'assurance couvrent les mêmes risques que ceux de l'ancien contrat.

PROSPECTIVE 2023

Il me semble important de mettre en exergue deux points majeurs.

Le premier point concerne le changement de Charte de la médiation en 2023. La nouvelle Charte mise en ligne au début de janvier 2023 comporte deux modifications fortes, conformes aux recommandations du Comité Consultatif du Secteur Financier (CCSF) de juillet 2021 et à celles de la Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC) du 11 octobre 2021 :

- Élargissement du champ de compétence de la médiation bancaire aux trois domaines qui en étaient exclus parce que relevant de la politique générale de la banque : octroi et refus d'opérations de crédit, tarification des opérations, ouverture et fermeture de comptes ;
- Réduction du délai laissé à la banque pour répondre à une réclamation, à deux mois, à compter de la réception d'une réclamation écrite, quel que soit le service de la banque auquel le Client s'est adressé.

Il est trop tôt en mars 2023 pour apprécier l'incidence de ces deux changements. Il est probable que ces deux changements conduiront à une augmentation des demandes de médiation, mais il est difficile d'anticiper la croissance du volume, tant pour les demandes de médiation qu'en matière de demandes de médiation recevables.

C'est seulement à la fin de l'exercice 2023, qu'il sera possible d'apprécier dans quelle mesure les objectifs du CCSF et de la CECMC de mieux prendre en compte les demandes des clients - consommateurs et de fluidifier le processus de la requête à la proposition de solution auront été atteints.

Le second point majeur est la perspective de la mise en chantier d'une Directive des Services de Paiement numéro 3 dite DSP3, par l'Union Européenne. Il sera alors possible de tenir compte des difficultés soulevées par la DSP2 tant du point de vue des clients-consommateurs que du point de vue des banques. Le CMB, qui devrait probablement être consulté lors de la transposition, fera part de ses remarques.

ANNEXES

1 Convention d'adhésion au service de médiation de la consommation auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires

CONVENTION D'ADHESION AU SERVICE DE MEDIATION DE LA CONSOMMATION AUPRES DE LA FNBP

Entre :

La Fédération Nationale des Banques Populaires, Association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, ayant son siège social à PARIS (75013), 76-78, Avenue de France, immatriculée sous le numéro SIRET 521 948 059 00030, représentée par Monsieur Alain GIRON, en sa qualité de Directeur général, dûment habilité aux fins des présentes,

Ci-après désignée « la FNBP » ;

Et :

La BANQUE POPULAIRE xxx Société anonyme coopérative de Banque Populaire à capital variable, régie par les articles L 512-2 et suivants du Code monétaire et financier et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux Etablissements de Crédit, dont le siège social est à xxx, inscrite au RCS de xxx, sous le n° xxx, Société de courtage et intermédiaire en assurances inscrite auprès de l'ORIAS n° xxx représentée par xxx, en sa qualité de Directeur général, dûment habilitée aux fins des présentes,

Ci-après désignée « la Banque ».

La FNBP et la Banque étant ci-après individuellement désignés une « **Partie** » et collectivement les « **Parties** ».

Etant préalablement exposé ce qui suit :

La FNBP a mis en place un service de médiation de la consommation qui lui est adossé (ci-après le « **Service de médiation** ») en vue de la résolution amiable des litiges nationaux ou transfrontaliers de nature contractuelle subsistant entre les établissements du réseau des Banques Populaires adhérents du Service de médiation (ci-après désignés les « **Banques adhérentes** ») et leur clientèle non professionnelle en application notamment de l'article L.316-1 du Code monétaire et financier et des articles L.611-1 à L.616-3 du Code de la consommation.

Ce Service de médiation est ouvert à tout établissement du réseau des Banques Populaires comme alternative à la désignation d'un médiateur d'entreprise. Il a pour mission la résolution amiable des litiges qui opposent les Banques adhérentes à leurs clients. Il est placé sous l'autorité et la responsabilité d'un médiateur indépendant (ci-après le « **Médiateur** ») inscrit sur la liste des médiateurs de la consommation, notifiée à la Commission européenne.

La présente Convention a pour objet de définir les règles régissant l'adhésion d'un établissement au Service de médiation et les conditions de mise en œuvre de la procédure de médiation telle que définie par la loi et par la Charte de médiation auprès de la FNBP (ci-après la « **Charte** »).

Ceci précisé, les Parties ont donc convenu ce qui suit :

1 – Adhésion, durée et résiliation

La signature de la présente convention vaut adhésion de la Banque au Service de médiation et engagement de cette dernière à respecter les termes de la Charte jointe en annexe et accessible sur le site internet du Médiateur :

<https://www.mediateur-fnbp.fr>

L'adhésion vaut pour une durée de trois ans à compter de la date de signature de la Convention, renouvelable par tacite reconduction pour une période de trois ans sauf dénonciation par l'une des parties notifiées à l'autre par lettre recommandée avec avis de réception et moyennant un préavis de six mois.

2 – Mission du Médiateur – Rapport annuel

Le Médiateur accomplit sa mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable.

Sa mission consiste à rechercher un accord amiable à tout litige pouvant exister entre une Banque adhérente et leur client consommateur en formulant des propositions dans le cadre réglementaire existant.

Le Médiateur exercera ses fonctions dans le cadre défini par les articles L.316-1 du Code monétaire et financier, L.611-1 à L.616-3 du Code de la consommation, les textes d'application et le cas échéant, le contrat signé avec le Médiateur de l'Autorité des marchés financiers (AMF).

Conformément à la réglementation, il établit un rapport annuel d'activité qu'il met à la disposition du public sur son site internet ou communique sur demande. Ce rapport contient les informations détaillées à l'article R.614-2 du Code de la consommation. Il l'adresse au Président de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation (CECMC), au gouverneur de la Banque de France, au Président du Comité consultatif du secteur financier (CCSF) ainsi que par courriel au « correspondant » médiation de la Banque.

Le Médiateur fournira, par ailleurs, à la demande expresse de l'établissement, une synthèse détaillée des volumes de dossiers le concernant.

3 – Périmètre d'intervention

Le Médiateur est compétent pour les litiges de nature contractuelle entre un consommateur, personne physique n'agissant pas pour des besoins professionnels, et sa banque, dans les conditions prévues par la loi et telles que reprises dans la Charte.

4 – Déroulement du processus de médiation

Toute demande de médiation suppose l'envoi ou le dépôt d'un dossier par le client de la Banque. La demande de médiation se fait en langue française. Le Médiateur ne peut être saisi que par écrit.

Les modalités de saisine du Médiateur, le déroulement du processus de médiation et les principes applicables sont décrits dans les articles 4 et 5 de la Charte de la médiation auprès de la FNBP.

5 – Modalités des relations

La Banque désigne au Médiateur un binôme d'interlocuteurs, à savoir :

- un « **correspondant** » - désigné parmi les collaborateurs du Service Qualité / Réclamations Clients – qui est l'interlocuteur dédié du service de médiation. Il est en charge de la collecte et de la transmission des informations nécessaires à l'instruction des saisines recevables en médiation ; il assure, en cas de besoin, l'interface avec les autres services internes ;
- un « **réfèrent** » - Directeur Juridique / Secrétaire Général ou Directeur non opérationnel – qui est l'interlocuteur du Médiateur. Il est en charge de statuer sur les dossiers que le Médiateur décidera, le cas échéant, de lui soumettre et pourra engager la Banque.

La Banque désigne, un ou des interlocuteurs suppléants afin d'être toujours en mesure de respecter les délais de réponse fixés par le Médiateur.

Pour tous les dossiers en cours, la Banque correspond avec le Service de médiation par email à l'adresse électronique suivante : mediation-gestion@fnbp.banquepopulaire.fr, en précisant dans l'objet de l'email le nom de la Banque, la référence FNBP du dossier et/ou le nom du client concerné.

6 – Délais

Le Médiateur apportera tout le soin et toutes les diligences nécessaires à sa mission en respectant les principes du dispositif de médiation. Il s'engage à consacrer à la procédure de médiation le temps nécessaire ainsi qu'à mettre en œuvre les moyens nécessaires à son aboutissement. Il s'oblige à rendre sa proposition motivée dans un délai maximum de 90 jours suivant l'information aux parties de sa saisine.

La Banque s'engage de son côté à répondre, par l'intermédiaire des interlocuteurs qu'elle aura désignés, de façon complète et dans les délais fixés par le Médiateur, à toute demande de ce dernier afin de lui permettre d'accomplir sa mission avec efficacité, dans les délais légaux. En particulier :

- 1) à réception du dossier de médiation transmis par le Médiateur, la Banque dispose d'un délai maximum de 15 jours calendaires pour confirmer que les conditions d'ouverture d'une procédure de médiation sont réunies et, le cas échéant, transmettre sa position sur le litige ainsi que l'ensemble des pièces nécessaires à l'instruction du dossier ;
- 2) à réception de la proposition du Médiateur, la Banque dispose d'un délai de 30 jours pour faire part au Médiateur de son acceptation ou de son refus de le suivre.

7 – Conditions financières

En contrepartie des missions visées à l'article 2 des présentes, le Médiateur percevra, sans considération du résultat de la médiation, une rémunération sous forme d'honoraires telle que décrite ci-dessous : 250 Euros HT par dossier recevable, faisant l'objet d'une médiation.

Cette rémunération est prise en charge par la Banque. D'un commun accord, la FNBP agira en vertu d'un mandat transparent, en qualité d'intermédiaire pour le compte et au nom de la Banque, et reversera au Médiateur les sommes perçues de la Banque pour le compte du Médiateur. Ce reversement s'effectuera sur la base d'une reddition de compte adressée trimestriellement par la

FNBP à la Banque, reprenant les honoraires à rétrocéder au Médiateur au titre des médiations traitées pour la Banque.

Ainsi, conformément aux dispositions des termes du 2° du II de l'article 267 du CGI, les sommes perçues par la FNBP en provenance de la Banque, ensuite rétrocédées au Médiateur, se traduisent par le transfert du droit à déduction par la Banque de la TVA facturée par le Médiateur, la FNBP ne déduisant ou collectant aucune TVA au passage.

Les conditions tarifaires s'appliquent pour tous les dossiers enregistrés à partir de la date d'entrée en vigueur de la convention ou de la nouvelle tarification. Elles pourront être modifiées d'un commun accord entre les parties.

8 – Protection des données

Le Médiateur s'engage à respecter la Réglementation relative à la Protection des Données.

A ce titre, le Médiateur s'engage à prendre les mesures de sécurité physiques, techniques et organisationnelles nécessaires pour :

- préserver la sécurité des données à caractère personnel (ci-après les « **Données** ») contre tout accès non autorisé, modification, déformation, divulgation ou destruction ;
- s'assurer d'un niveau de protection des Données équivalent à celui de la Banque ;
- respecter un accès et une utilisation des Données ou des informations pour les besoins strictement nécessaires de la médiation ;
- assurer un respect strict de la législation et de la réglementation applicables en matière de confidentialité, de secret bancaire et de données personnelles ;
- mettre en œuvre toutes les mesures adéquates pour assurer la protection des Données qu'il peut être amenée à traiter ;
- définir des mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour assurer la sécurité des Données.

Le Médiateur s'engage à informer la Banque dans les meilleurs délais, après en avoir pris connaissance et dans tous les cas dans les délais permettant à la Banque de se conformer à ses obligations légales, de toute violation de Données.

En cas de violation de Données, le Médiateur s'engage à :

- coopérer avec la Banque pour en limiter les effets ;
- prendre toutes les mesures nécessaires pour y remédier, à ses frais, y compris, le cas échéant, les mesures pour en atténuer les éventuelles conséquences négatives ;
- ne procéder à aucune notification après des personnes concernées ou autorités sans instructions et accord de la Banque.

La FNBP garantit à la Banque que le Médiateur respecte des obligations au moins équivalentes à celles auxquelles est soumise la FNBP.

9 – Publicité

Conformément à la législation, la Banque informe ses clients de l'existence du dispositif de médiation et en précise les modalités d'accès, de manière visible et lisible, sur son site internet, sur ses conditions générales de vente ou de service et sur tout autre support adapté (relevé de compte, etc.).

La Banque communique à ses clients les coordonnées du ou des médiateur(s) de la consommation dont il relève :

- pour les litiges bancaires, le Médiateur auprès de la FBNP ;
- pour les litiges financiers (commercialisation de produits financiers, gestion de portefeuille, transmission et exécution d'ordres de bourse, tenue de compte-titres ordinaires ou PEA, organismes de placement collectif et fonds d'investissement alternatifs, épargne salariale, transactions sur instruments financiers du FOREX), le Médiateur de l'Autorité des marchés financiers (AMF).

Sur le site internet commercial de la Banque, un lien doit permettre aux clients d'accéder directement au site du Médiateur pour déposer leur dossier de saisine en ligne ou trouver son adresse postale.

La Banque veille à promouvoir la saisine en ligne du Médiateur plutôt que la saisine par voie postale. Parallèlement, la Banque communique à ses clients les modalités de saisine du Médiateur, les documents à produire et les différentes étapes du processus de médiation.

Les actions d'information de la clientèle consacrées à la médiation, en particulier au sein des agences et via les sites internet dédiés, doivent se poursuivre et, le cas échéant, être développées.

La Charte doit être disponible sur simple demande en agence et sur le site internet commercial de la Banque.

Fait à Paris, le
En deux exemplaires originaux.

2 Charte du service de médiation de la consommation auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires, en vigueur depuis le 01/01/2023

Charte de la Médiation bancaire de la consommation des Banques Populaires adhérentes au service de médiation auprès de la FNBP (Fédération Nationale des Banques Populaires)

1 Cadre réglementaire

La Fédération Nationale des Banques Populaires a mis en place une procédure de médiation de la consommation, en vue de la résolution amiable des litiges nationaux ou transfrontaliers de nature contractuelle, subsistant entre ses banques adhérentes et leur clientèle non professionnelle, en application notamment de l'article L. 316-1 du Code monétaire et financier et des articles L. 611-1 à 616-3 du Code de la consommation.

2 Le Médiateur : critères et modalités de sa nomination.

Le Médiateur, choisi parmi les personnalités extérieures à la Banque reconnues pour leur compétence, impartialité et indépendance, est désigné, pour une durée minimale de trois ans, selon une procédure transparente par le Conseil d'administration de la FNBP.

Il est inscrit sur la liste des Médiateurs de la consommation établie par la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation.

Aucun lien hiérarchique ou fonctionnel n'existe entre la Fédération Nationale des Banques Populaires et le Médiateur, qui est clairement séparé des organes opérationnels de la FNBP et dispose d'un budget distinct et suffisant pour lui permettre de mener à bien sa mission.

3 Saisine

Un client consommateur peut saisir le Médiateur s'il justifie avoir tenté au préalable de résoudre son litige directement auprès de la Banque par une réclamation ; la saisine du Médiateur peut se faire en deux circonstances : ladite réclamation est restée sans réponse pendant deux mois à compter de sa date d'envoi ⁽¹⁾, sauf dispositions législatives ou réglementaires plus contraignantes, ou a fait l'objet de réponses qui n'ont pas satisfait le client consommateur.

4 Champ de compétence : nature du litige

Le Médiateur est compétent pour tous les litiges avec des personnes physiques n'agissant pas pour des besoins professionnels, relatifs aux services fournis et aux contrats conclus par la Banque, en matière d'opérations de banque (gestion de compte de dépôt, opérations de crédit), de services de paiement, et de produits d'épargne.

Il est également compétent pour les litiges relatifs à la commercialisation des contrats d'assurance, directement liés à un produit ou service bancaire distribué par la Banque (assurance emprunteur,

assurance des moyens de paiement, instrument financier, produit d'épargne...). Les litiges sur contrat d'assurance relevant d'un autre domaine que leur commercialisation, relèvent de la compétence du Médiateur de l'Assurance. En ce dernier cas, le client consommateur en sera informé par courrier.

Les litiges relatifs à des services et placements financiers (tels qu'actions, obligations, OPCVM, SCPI et OPCI), à l'information des investisseurs, à l'exécution des ordres (délai, contenu), à des problèmes de tenue de compte-titres sont de la compétence exclusive du Médiateur de l'autorité des Marchés Financiers (AMF).

5 Cas de non-recevabilité

Outre les dispositions de l'article 3, une demande de médiation n'est pas recevable si :

- elle a été précédemment examinée ou est en cours d'examen par un autre Médiateur ou par un tribunal ;
- elle est manifestement infondée ou abusive ;
- elle est introduite auprès du Médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de la réclamation écrite faite auprès de la Banque ;
- le litige n'entre pas dans le champ de compétence du Médiateur défini à l'article 4.

Si le Médiateur considère que certaines circonstances sont susceptibles d'affecter son indépendance, son impartialité ou de créer un conflit d'intérêt, il en informe les parties qui peuvent s'opposer à la poursuite de sa mission. Il informe également la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation du problème soulevé et des suites qui lui ont été réservées.

6 Modalités de saisine

La médiation est une procédure gratuite pour le client consommateur.

Les parties peuvent se faire représenter par un avocat ou assister par un tiers de leur choix (à titre d'exemple, par une association de consommateurs pour le consommateur) à tous les stades de la médiation. Chaque partie peut également solliciter l'avis d'un expert. Dans chacun de ces cas, elles en avertissent le Médiateur et en supportent les frais.

Les frais relatifs à la transmission des documents au Médiateur (affranchissements, photocopies...) restent également à la charge de la partie concernée.

(1) Le cachet de la poste faisant foi pour les réclamations adressées par voie postale ou date électronique pour les courriels

Le Médiateur ne peut être saisi que par écrit, en langue française, accompagné des documents justificatifs :

- soit par voie postale à l'adresse suivante
Madame la Médiateure de la consommation auprès de la FNBP,
20 – 22 rue RUBENS,
75013 Paris
- soit par voie électronique en déposant la demande de médiation sur le site du Médiateur :

<https://www.sitedumediateur.fr/banquepopulaire/federationnationaledesbanquespopulaires>

7 Suspension des recours et des délais de prescription

La saisine du Médiateur entraîne la suspension, jusqu'à la signification de la proposition, de tout recours judiciaire initié par la Banque, à l'exception des actions intentées à titre conservatoire. La procédure interrompt également les délais de prescription pendant toute sa durée.

8 Délais et procédure

Dès réception des documents sur lesquels est fondée la demande du client consommateur, le Médiateur notifie sa réception au client ainsi qu'à l'établissement et étudie la recevabilité de cette demande.

En cas d'irrecevabilité du dossier, dans les cas énoncés à l'article 5 de la présente charte, il en informe le client consommateur, dans un délai de trois semaines à compter de la date de réception de sa demande et, le cas échéant, l'oriente vers l'instance compétente (autre Médiateur, Service Qualité et Relation Client...).

En cas de recevabilité, le Médiateur informe les parties, par courrier simple ou voie électronique qu'il est saisi. Il précise que chaque partie peut à tout moment se retirer du processus et invite le cas échéant les parties à fournir les pièces et informations complémentaires nécessaires.

Chaque partie coopère de bonne foi et communique les informations demandées.

Le Médiateur communique, à la demande de l'une des parties, tout ou partie des pièces du dossier, dans le respect des règles de confidentialité.

Il peut également recevoir les parties ensemble ou séparément.

Le Médiateur s'engage à communiquer sa proposition motivée dans un délai de 90 jours à compter de la notification de la recevabilité du dossier. Il peut prolonger ce délai en cas de litige complexe et en avise immédiatement les parties.

9 Engagements du Médiateur et responsabilité

Le Médiateur ne peut recevoir aucune instruction des parties. Il conduit sa médiation en toute indépendance en se faisant communiquer par l'une et l'autre des parties l'ensemble des documents nécessaires. Il s'engage à étudier le dossier au vu des positions respectives du client consommateur et de la Banque et à apprécier de manière impartiale les arguments des parties.

Il émet une proposition motivée en droit et/ou en équité, qu'il transmet au client consommateur et à la Banque.

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

10 Suite donnée à la médiation

Les parties sont libres d'accepter la proposition du Médiateur dans un délai d'un mois, ou de la refuser. En cas de refus de la Banque, celle-ci en informe le Médiateur en lui indiquant les motifs de ce refus.

Le Médiateur, en faisant connaître aux parties la solution qu'il propose, leur rappelle, par courrier simple ou par voie électronique :

- 1° qu'elles sont libres d'accepter ou de refuser sa proposition de solution ;
- 2° que la participation à la médiation n'exclut pas la possibilité d'un recours devant une juridiction ;
- 3° que sa proposition de solution peut être différente de la décision qui aurait pu être rendue par un juge.

Le Médiateur précise également quels sont les effets juridiques de l'acceptation de la proposition de solution et fixe le délai d'acceptation ou de refus de celle-ci

Le Médiateur est informé de toute difficulté dans l'application de la proposition.

11 Fin de la médiation

La médiation prend fin :

- si l'une des Parties fait connaître par écrit sa décision de se retirer du processus de médiation ou si le client consommateur engage une action en justice ;
- par l'accord ou le refus des parties ou par le refus de l'une d'entre elles sur la proposition du Médiateur ;
- à défaut de réponse de l'une des parties dans le délai d'un mois.

12 Obligation de confidentialité

La médiation de la consommation est soumise à l'obligation de confidentialité conformément aux dispositions de l'article 21-3 de la loi n° 95-125 du 8 février 1995.

A ce titre, sauf convention contraire des parties, le Médiateur et les parties s'interdisent d'invoquer comme preuve ou d'aucune autre manière dans une procédure judiciaire ou arbitrale, ou dans une autre procédure ou instance :

- toute opinion exprimée ou toute suggestion formulée par l'une des parties quant à un éventuel règlement 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 ;
- et plus généralement toutes les constatations du Médiateur et les déclarations recueillies au cours de la médiation ne peuvent être divulguées aux tiers ni invoquées ou produites dans le cadre d'une instance judiciaire ou arbitrale sans l'accord des deux parties.

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.

13 Secret bancaire /professionnel

Le Médiateur est tenu au secret professionnel.

La saisine du Médiateur vaut autorisation expresse :

- de levée du secret bancaire par le client consommateur à l'égard de la Banque en ce qui concerne les informations transmises par la Banque au Médiateur ;
- de transmission de la demande de médiation du client consommateur au Médiateur compétent (autre Médiateur bancaire, Médiateur de l'assurance...).

14 Données personnelles

Le Médiateur a la qualité de Responsable de Traitement. Il garantit avoir pris l'ensemble des mesures nécessaires afin de se conformer à l'ensemble des obligations prévues par la Réglementation relative à la Protection des Données composée des lois et réglementations applicables en matière de protection des Données Personnelles et de la vie privée, en particulier le Règlement (UE) 2016/679 du 27 avril 2016 dit « Règlement Général sur la Protection des Données » (RGPD), ainsi que toute législation ou réglementation relative à la protection des Données Personnelles et recommandation de l'autorité de contrôle compétente (CNIL pour la France) applicable aux traitements effectués en application de la présente Charte

3 Liste des établissements adhérents au service de médiation de la consommation auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires en 2022

Pour l'année 2022, le dispositif national de médiation adossé à la Fédération Nationale des Banques Populaires a administré la gestion des dossiers de médiation pour 12 établissements bancaires :

BPACA : Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique,

BPALC : Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne,

BPAURA : Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes et sa filiale Banque de Savoie,

BPGO : Banque Populaire Grand Ouest,

BPN : Banque Populaire Nord,

BPOC : Banque Populaire Occitane,

BPRI : Banque Populaire Rives de Paris,

BPS : Banque Populaire Sud (et ses marques Banque Dupuy de Parseval, Banque Marze et CMM Méditerranée),

BPVF : Banque Populaire Val de France,

BRED Banque Populaire,

CASDEN,

Crédit Coopératif.

4 Informations de saisine

Un litige ne peut être examiné par le médiateur de la consommation lorsque :

- Le consommateur ne justifie pas avoir tenté, au préalable, de résoudre son litige directement auprès du professionnel par une réclamation écrite selon les modalités prévues, le cas échéant, dans le contrat ;
- La demande est manifestement infondée ou abusive ;
- Le litige a été précédemment examiné ou est en cours d'examen par un autre médiateur ou par un tribunal ;
- Le consommateur a introduit sa demande auprès du médiateur dans un délai supérieur à un an à compter de sa réclamation écrite auprès du professionnel ;
- Le litige n'entre pas dans son champ de compétence.

canal de saisine

Le médiateur peut être saisi en langue française par écrit ou par voie électronique.

- Par voie postale à l'adresse suivante :
Madame la Médiateure de la consommation auprès de la FNBP

20 – 22 rue Rubens

75013 PARIS
- Par voie électronique en déposant la demande de médiation accompagnée des documents justificatifs sur le site du médiateur : <https://www.mediateur-fnbp.fr>

Textes de référence

Champ de compétences

ART L316-1 du Code monétaire et financier

Tout consommateur a droit de recourir gratuitement à un médiateur dans les conditions prévues au chapitre II du titre Ier du livre VI du Code de la consommation en vue de la résolution d'un litige qui l'oppose à un établissement de crédit, une société de financement, un établissement de monnaie électronique, un établissement de paiement ou un prestataire de services d'information sur les comptes et relatif aux services fournis et à l'exécution de contrats conclus dans le cadre du présent titre et du titre II du présent livre et relatifs aux produits mentionnés aux titres Ier et II du livre II. Un compte rendu annuel d'activités établi par chaque médiateur est transmis au Président de la Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation mentionnée à l'article L. 615-1 du Code de la consommation, au gouverneur de la Banque de France, ainsi qu'au Président du Comité consultatif institué à l'article L. 614-1.

Processus de traitement des demandes de médiation

Art L 611-1 à L 613-3 du Code de la consommation

Art R.612-1 à R.616-2 du Code de la consommation

<https://www.mediateur-fnbp.fr>

Madame la Médiateure auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires

20 – 22 rue Rubens

75013 PARIS

Médiateure auprès de la Fédération Nationale des Banques Populaires : Madame Inès SEN