



## La lettre de la profession bancaire

*édito*

# Le droit de la consommation s'applique aux banques

Le droit commun de la consommation s'applique aux services que proposent les entreprises bancaires. Il est aussi complété par des dispositions spécifiques, comme c'est le cas pour de nombreuses autres professions, afin de s'adapter à leurs particularités.

**L**es activités des entreprises bancaires sont étroitement réglementées, qu'il s'agisse de multiples contrôles exercés par les autorités prudentielles ou des conditions dans lesquelles s'effectuent les opérations avec les clients.

Les relations des banques avec leurs clients sont en effet régies par les règles du droit commun de la consommation mais également par des règles spécifiques inscrites dans le Code monétaire et financier (Cmf), l'objectif essentiel étant de protéger le client. Ce régime renforcé des entreprises bancaires n'est pas une exception. D'autres professions sont également soumises à des codes particuliers, comme les constructeurs de maisons individuelles, les pharmaciens, les restaurateurs.

Lorsqu'une disposition propre à un secteur d'activité est prévue, la règle est toujours la même : c'est cette disposition propre qui est privilégiée, en application du principe selon lequel "les dispositions spéciales dérogent aux dispositions générales".

Ces dispositions spécifiques imposent en général des contraintes supplémentaires par rapport au droit commun. C'est le cas par exemple des règles de démarchage : les dispositions prévues dans le projet de loi sur la sécurité

financière, en cours de discussion, sont plus sévères que le droit commun. C'est également le cas pour la publicité (L 341.3 du Cmf).

### Deux codes pour les banques

Les dispositions relatives aux consommateurs dans le domaine bancaire et financier sont insérées de façon éparse, soit dans le code de la consommation, soit dans le code monétaire et financier. La logique de cette ventilation n'apparaît pas toujours clairement : c'est ainsi que les dispositions sur le crédit à la consommation et le crédit immobilier constituent deux chapitres importants du Code de la consommation alors qu'ils pourraient tout aussi bien trouver leur place au sein du Cmf.

Autre exemple, certaines exceptions au droit commun de la consommation sont expressément prévues dans ce même code, par exemple la fourniture à distance de services financiers (L121.17), alors que d'autres sont insérées dans le Cmf.

C'est cette répartition aléatoire entre les deux Codes qui introduit une certaine confusion, pouvant laisser croire à tort que les banques ne sont pas soumises au droit de la consommation (cf. tableau pages 2 et 3) ■

### Contrat et responsabilité

Dans ses relations avec sa banque, comme dans bien d'autres domaines, le consommateur français est protégé par le droit commun de la consommation ainsi que par des lois spécifiques tout aussi contraignantes.

Les grands principes de la protection du consommateur étant ainsi fixés, est-il du rôle du législateur ou du pouvoir réglementaire d'entrer dans le détail des relations d'une entreprise et de son client ? N'y a-t-il pas une contradiction à promouvoir la proximité, le pragmatisme et à vouloir, dans le même temps, organiser par des textes officiels le quotidien complexe et subtil d'une activité ou d'une relation ?

Fin 2002, les pouvoirs publics ont décidé de privilégier la voie contractuelle en demandant aux entreprises bancaires d'élaborer la Charte sur les conventions de compte de dépôt. Les banques se sont résolument engagées dans cette voie.

Le contrat, le code de bonne pratique ne sont-ils pas aujourd'hui appelés à se développer, parallèlement au renforcement du dialogue avec les représentants des consommateurs ? De telles formules qui privilégient la responsabilité des différentes parties, la confiance réciproque et le respect du contrat, sont fréquentes dans de nombreux pays européens. Et en cas de non-respect, la sanction existe : c'est celle du marché et des clients.



## DISPOSITIONS S'APPLIQUANT AUX ACTIVITÉS DES ENTREPRISES BANCAIRES, VISANT À PROTÉGER LE CONSOMMATEUR

Le droit commun (code de la consommation) s'applique aux établissements de crédit, mais du fait des spécificités de leur activité, certaines règles viennent renforcer la protection du consommateur. Elles figurent essentiellement dans le Code monétaire et financier.

Dispositions suivant le plan du code de la consommation	Code de la Consommation	Code Monétaire et Financier
<b>▼ Information des consommateurs ▼</b>		
Obligation générale d'information	L 111.1	Outre cette disposition, le décret du 24 juillet 1984 renforce et précise les obligations d'information pour les banques : conditions générales de banques, prix des services...
Prix et conditions de vente	L 113.3 : marquage, étiquetage, affichage des prix et conditions de prestations de services	L 312-1-1 : information mensuelle sur les opérations, etc. Une charte engage également les banques sur les conventions de compte, les modifications de tarifs...
Langue française	Loi " Toubon " (1994) sur l'emploi de la langue française	(1)
<b>▼ Pratiques commerciales réglementées ▼</b>		
Publicité	L 121.1 : interdiction de toute publicité fautive ou de nature à induire en erreur	L'article L 341.3 renforce cette disposition en matière de publicité sur les prêts (information sur le TEG...)
Publicité comparative	L 121.8 et 9	(1)
Prestations de services à distance	L 121.16 et .17	Directive sur la commercialisation à distance des produits financiers du 23 septembre 2002 (à transposer)
Démarchage	L 121.21 et suivants	- L 341.1 et 2 : Réglemente notamment le démarchage sur les prêts et toutes les autres activités spécifiques des établissements de crédit. - Le projet de loi sur la sécurité financière, en cours de discussion, va également renforcer les obligations des entreprises bancaires en termes de démarchage.
Ventes ou prestations avec primes	L 121.35	L 312-1-2. Toute vente donnant droit à titre gratuit à une prime financière ou en nature dont la valeur serait supérieure à un seuil fixé par un règlement pris par arrêté (en cours de publication) est interdite.
Loteries publicitaires	L 121.36 à 39	(1)
<b>▼ Pratiques commerciales illicites ▼</b>		
Refus et subordination de vente	L 122.1	L 312-1-2, I, 1 : interdiction de vente groupée sauf lorsque les produits ou services inclus dans l'offre groupée peuvent être achetés individuellement ou lorsqu'ils sont indissociables.
Vente sans commande préalable	L 122.3 et 4	(1)
Ventes ou prestations "à la boule de neige"	L 122.6	(1)
Abus de faiblesse	L 122.8 et 9	(1)

..

### ▼ Clauses abusives ▼

	L 132.1 à 132.5	(1)
--	-----------------	-----

### ▼ Endettement ▼

<b>Crédit à la consommation</b>	L 311.1 à 311.37, dont la réglementation sur la publicité, les prêts gratuits, les crédits affectés, etc.	(1)
<b>Crédit immobilier</b>	L 312.1 à 312.36, dont la réglementation sur la publicité, le contenu du contrat, etc.	(1)
<b>Dispositions communes</b>	L 313.1 à 16 : taux d'intérêt (TEG), taux d'usure, cautionnement, rémunération du vendeur, délais de grâce...	(1)
<b>Activité d'intermédiaire</b>	L 321.1 à 322.5 (dans le cadre de l'endettement ou du surendettement)	(1)
<b>Traitement des situations de surendettement</b>	L 331.1 à 12 et L 332.1 à 333.7 : commissions de surendettement, etc.	(1)
<b>Cautionnement</b>	L 341.1 : information de la caution en cas de défaillance du débiteur	(1)

### ▼ Organes de concertation ▼

	D 511.1 à 17 et D 512.1 : Conseil National de la Consommation et comités départementaux de la consommation. Les banques peuvent y participer au titre de représentant des professionnels.	En outre, deux autres dispositifs ont été mis en place dans le cadre du dialogue entre les établissements de crédit et les consommateurs : - L 614.6 : Comité Consultatif - L 312.1.3 : médiateurs et Comité de la médiation bancaire.
--	---	--

(1) : Les cases vides signifient que le Code de la Consommation s'applique en l'état aux établissements de crédit

### ▼ Des obligations des banques : contradictions apparentes

Quatre types d'obligations qui résultent de la loi ou de la jurisprudence constituent le cadre des opérations de clientèle des établissements de crédit : le principe de non-ingérence, le devoir de vigilance, le devoir de secret et le devoir d'information. Ces obligations font l'objet de sanctions qui sont de nature professionnelle, pénale ou civile.

Certaines de ces obligations ont pour objectif la protection de l'intérêt général et relèvent de l'idée de "police bancaire"\*, comme le secret bancaire. D'autres sont au contraire orientées sur la "protection de la clientèle". Or, l'articulation de ces deux séries d'obligations peut paraître difficile : par exemple, comment concilier l'obligation de secret et l'obligation faite par la loi aux banquiers d'informer les autorités sur leur client dans certains cas. Le conflit doit se résoudre en privilégiant les préoccupations de "police bancaire", lesquelles visent à protéger l'intérêt supérieur qui est celui du public.

\* Sur ce thème, lire *Droit Bancaire*, Thierry Bonneau, Editions Montchrestien



## QUESTIONS À :

**Thierry BONNEAU,**

Agrégé des Facultés de droit, Professeur à Paris II

### Une réglementation complexe

#### 1 — Les banques sont-elles soumises au droit de la consommation ?

TB — Les banques sont soumises au droit de la consommation : le code de la consommation consacre d'ailleurs de longs développements au crédit, au TEG. Le droit bancaire le complète dans bien des domaines. En revanche, le législateur a prévu une application plus nuancée des dispositions du droit de la concurrence dans le secteur bancaire pour protéger l'épargnant et assurer la stabilité du système bancaire. Les entreprises bancaires ont des spécificités dont il faut tenir compte.

En règle générale, cet objectif de protection du client paraît atteint. Les règles me semblent suffisantes : information sur les taux, droit de rétractation... Toutefois, des progrès pourraient être faits en matière de coût et de tarification : les banques doivent s'attacher à élaborer une tarification claire et raisonnable, dans leur intérêt et celui de leurs clients.

**"une réglementation trop complexe et trop pointilleuse est par hypothèse inapplicable"**

#### 2 — La réglementation bancaire est-elle adaptée ?

TB — Les entreprises bancaires sont très réglementées, qu'il s'agisse de leurs rapports avec la clientèle, ou de leur fonctionnement avec les multiples règles comptables et prudentielles.

Cette réglementation n'est-elle pas excessive ? Les règles sont en effet très nombreuses, elles résultent souvent d'un empilage de textes élaborés avec un souci du détail et un degré de minutie si bien qu'elles sont très difficiles à mettre en œuvre. Il y a trop d'éléments à prendre en considération pour assurer une bonne application.

Souvenons-nous qu'une réglementation doit être mise en œuvre par des hommes à différents niveaux de l'entreprise.

Lorsqu'on en arrive au stade où n'importe quel contrôle permet de pointer un défaut, cela signifie que le régulateur ou le législateur est allé trop loin : une réglementation trop complexe et trop pointilleuse est par hypothèse inapplicable ■

*ils ont dit...*

#### ... sur la lutte contre le blanchiment

■ "De multiples institutions ou organismes traitent de la lutte contre le blanchiment ou contre le financement du terrorisme [...]. D'où de multiples questions. Qui fait quoi ? Quelle hiérarchie établir entre les textes émis par les uns et par les autres ? Comment s'assurer de leur cohérence ? [...] Le besoin d'une véritable harmonisation, c'est-à-dire de règles uniques et identiques pour tous, apparaît ainsi urgent et impératif, si l'on veut donner à la lutte contre les activités criminelles sa véritable dimension et une réelle efficacité."

Gilles Guitton, Directeur Général de la FBF, Banque & Droit, mars-avril 2003.

#### ... sur l'importance de l'Europe

■ "Les classes politiques et économiques françaises ne se rendent pas assez compte que l'essentiel de notre avenir de ne se joue plus sur les rives de la Seine mais à Bruxelles où sont prises 80 à 90 % des décisions qui nous concernent."

Gilles Guitton, Directeur Général de la FBF, l'Alsace, 29/03/2003.

*Le chiffre*

de la quinzaine : 1,3

Selon l'Insee, l'évolution des prix des services financiers en 2002 a été inférieure à celle des prix à la consommation : 1,3 contre 1,9 ■



Actualité bancaire

Publication bimensuelle de la Fédération Bancaire Française

Direction de la Communication et des Relations extérieures

18 rue La Fayette, 75440 Paris cedex 09

tél. 01 48 00 50 16 ■ fax : 01 48 00 50 10 ■ www.fbf.fr

Membre de l'UJJEF ■ dépôt légal : 2e trimestre 2003 ■ ISSN 0224-9375

Directeur de publication : Gilles Guitton ■ Directeur délégué de publication : Valérie Ohannessian

Rédacteur en chef : Colette Cova ■ Rédaction : Maki Sangaré - Léniaig Kerjean ■ Secrétariat de rédaction : Michelyne Didin - Camille Ly