



Réflexions sur
« la consommation d'après »
Synthèse des travaux
de la Commission Banque Finances Assurance

Contribution de la Commission Banque, finances et assurance

Dans une première partie, la note rappelle brièvement les attentes des consommateurs sur le secteur financier. Elle essaie dans une deuxième partie de relever les manifestations de la crise et leurs impacts pour les consommateurs. En conséquence, la note propose 14 propositions d'actions concrètes, strictement sur le secteur financier, que pourraient mener l'UFC-Que Choisir.

Les attentes des consommateurs sur le secteur financier

Les consommateurs souhaitent souscrire des services financiers qui correspondent à leurs besoins et participent durablement à leur inclusion dans la vie économique, sociale et environnementale. Sur ce fondement, nous pouvons dresser cinq attentes transverses des consommateurs sur le secteur financier.

1. Disposer d'une information claire sur la nature et le coût des services financiers

Les consommateurs demandent une information complète et aisément accessible sur la nature et le coût des services financiers avant leur souscription et tout au long de leur contrat. Une telle disposition est la seule à même de garantir leur consentement éclairé.

2. Payer le juste prix pour des prestations conformes à leurs attentes

Les consommateurs souhaitent avoir accès à un choix étendu d'offres. Pour limiter les surfacturations, ils doivent pouvoir faire aisément jouer la concurrence. Là où ce mécanisme dysfonctionne, les pouvoirs publics doivent intervenir.

3. Disposer de la sécurité de leurs dépôts, leur épargne et leurs cotisations

Les consommateurs attendent que les sommes qu'ils confient au secteur financier leur profitent. Une telle disposition doit se traduire par la sécurité de leurs dépôts et de leur épargne. De même, leurs cotisations d'assurance doivent couvrir les risques en lien avec les garanties qu'ils ont souscrites.

4. Bénéficiaire de conseils suffisants et adéquats

Au regard de la complexité des offres du secteur financier, les consommateurs doivent bénéficier de conseils suffisants. Les distributeurs de produits financiers doivent leur proposer des services adaptés à leurs situations

5. Avoir accès aux services financiers de base à un coût modéré pour les consommateurs vulnérables

L'accès aux services financiers contribue pleinement à l'intégration des consommateurs dans la vie sociale et économique. A ce titre, les consommateurs les plus vulnérables doivent pouvoir utiliser aisément les services financiers à un coût modéré.

Les manifestations de la crise et leur incidence sur les consommateurs

1. Manifestations immédiates de la crise

1.1 - Une surmortalité depuis mars 2020

La pandémie de Covid-19 a pour conséquence une hausse de la mortalité¹. Atteignant principalement les consommateurs les plus âgés², cette surmortalité concerne particulièrement le secteur financier. Elle doit notamment se traduire par la nécessaire prise en charge des sinistres.

Veiller à la prise en charge des sinistres des contrats obsèques

Concernant la prise en charge des sinistres, il est essentiel que les indemnisations liées aux contrats obsèques profitent à leurs bénéficiaires.

Les contrats obsèques permettent à l'assuré de constituer un capital qui doit servir au paiement de ses funérailles. Après le décès, soit le capital est versé à l'entreprise de pompes funèbres choisie par l'assuré, soit le capital est versé à la personne qui a réglé ces dépenses.

Dans la pratique, ces produits sont distribués dans des conditions souvent discutables³ auprès d'une population parfois vulnérable⁴. Les garanties peuvent s'avérer moins utiles qu'escomptées voire tout simplement ne pas être décaissées. En effet, les assurés ne préviennent pas toujours leur entourage de leur souscription.

Proposition 1 : l'UFC-Que Choisir doit s'assurer de la diligence des assureurs dans l'indemnisation des prestations des contrats obsèques. Parallèlement, elle doit aider les consommateurs à y souscrire en toute connaissance de cause et faire valoir leur droit.

Cette action pourrait se traduire d'une part par un appel à témoignages et d'autre part, par une étude économique et juridique du secteur.

Encadrer les frais bancaires de succession

La surmortalité résultant de la pandémie de Covid-19 va accroître le nombre de successions traitées par les banques. Ces prestations sont opaques et leurs tarifs semblent excessifs.

¹ Entre le 1^{er} et le 27 mars 2020, l'INSEE constate une hausse de la mortalité de 25 % par rapport à l'année 2019.

² Dans le détail, de 0 à 49 ans, l'INSEE enregistre une sous-mortalité. A l'inverse, la surmortalité est très prononcée à partir de 65 ans (+ 23 000 décès environ).

³ Communiqué de presse de l'ACPR, octobre 2019. https://acpr.banque-france.fr/sites/default/files/medias/documents/20191018_cp_assurance_obseques.pdf

⁴ Travaux de l'AMF-ACPR sur la commercialisation de produits financiers auprès des personnes âgées vulnérables.

Concernant l'opacité des prestations, force est de constater que les brochures tarifaires des banques sont peu précises quant à la nature des services associés aux frais de succession. A titre d'exemple, le Crédit Agricole Ile-de-France mentionne uniquement des frais liés à « l'ouverture d'un dossier de succession en fonction des avoirs bancaires ». Lorsqu'on interroge les banques, ces dernières listent un certain nombre d'actions⁵, dont la réalité est parfois contestée par les consommateurs.

Ces questionnements sont d'autant plus légitimes au regard de la grande disparité des tarifs pratiqués. Le comparateur meilleubanque.com a relevé que le tarif moyen de cette prestation atteint 215 euros en 2018. Cette moyenne masque des écarts tarifaires allant de 75 à 450 euros, soit un rapport de 1 à 6 pour la même prestation. Cette dimension ne peut qu'interroger sur le caractère excessif des frais de succession.

Proposition 2 : l'UFC-Que Choisir doit dénoncer l'opacité et le caractère excessif des frais de succession bancaires.

1.2 - Des déplacements limités : un risque accru de fraude

En raison de la pandémie de Covid-19, les consommateurs sont invités à rester à leur domicile. En conséquence, ils font face à un risque accru d'abus.

Pour l'UFC-Que Choisir doit poursuivre sa veille permanente sur les pratiques abusives (alertes vigies et Gestal).

Interdire le démarchage, notamment financier, face à un risque de dérapage

Dans le but de lutter contre l'essor des fraudes et abus, il est urgent d'interdire le démarchage, notamment financier.

Tout d'abord, les salariés des centres d'appels vont progressivement reprendre leur activité de démarchage alors que nombreux sont les consommateurs, notamment les plus vulnérables, qui devraient continuer de restreindre leurs déplacements.

Parallèlement, pour endiguer la pandémie de Covid-19, les pouvoirs publics vont lancer des « brigades sanitaires » chargées de contacter par téléphone les personnes ayant été au contact de malades⁶. Dans ces conditions, compte tenu des mauvaises pratiques observées avant la crise, il est à craindre que les fraudeurs usent de cet artifice pour abuser les consommateurs.

Notons également que la résolution de ce type de litiges devrait être rendus plus difficile. En effet, très concrètement, c'est habituellement en se rendant au domicile de leurs proches vulnérables que les consommateurs constatent les fraudes.

⁵ Il s'agit notamment d'un entretien entre l'héritier et le conseiller, de la vérification de l'acte de décès, de l'envoi d'un courrier accusant réception de l'acte de décès, du gel des avoirs, de la déclaration des avoirs à l'administration fiscale, de la suspension des échéances des crédits, de la désolidarisation des éventuels comptes joints, d'échanges avec le notaire, de la recherche d'éventuels héritiers, du transfert des avoirs aux héritiers.

⁶ Voir par exemple, Contact-Covid : une cinquantaine de personnes prêtes à appeler à la CPAM des Vosges, France Bleu, mai 2020,

<https://www.francebleu.fr/infos/sante-sciences/contact-covid-une-cinquantaine-de-personnes-pretas-appeler-a-la-cpam-des-vosges-1589277769>

Si les fraudes au démarchage à l'assurance constituent un enjeu connu par l'association, d'autres formes de détournements pourraient également profiter de la crise. A ce titre, l'ACPR et la DGCCRF ont constaté le lancement de fausses cagnottes de dons pour les personnels soignants⁷ alors que les faux placements poursuivent leur développement préoccupant.

Un essor prévisible de la fraude aux moyens de paiement

Les consommateurs étant invités à limiter leur déplacement, la consultation des sites de commerce en ligne connaît un essor important (+ 20 % tous secteurs confondus)⁸. Ce mouvement pourrait induire une hausse de la fraude aux moyens de paiement.

Alors que la fraude bancaire a dépassé le milliard d'euros en 2019, le diagnostic est clair. Les paiements à distance (par internet, par courrier) sont bien plus sujets aux fraudes que les paiements réalisés en magasin (« paiement de proximité »). Pour les seules cartes bancaires, les paiements à distance sont dix-sept fois plus fraudés que les paiements de proximité (0,173 % des transactions contre 0,01 %).

Après sa communication de septembre 2019 sur le remboursement de la fraude bancaire⁹, l'UFC-Que Choisir doit maintenir sa mobilisation pour obtenir l'adoption d'un dispositif de paiement sécurisé à distance accessible à tous les consommateurs. Parallèlement, confortée par le Gouverneur de la Banque de France, l'association doit continuer ses démarches institutionnelles visant à rendre effectif le droit au remboursement de la fraude.

Proposition 3 : l'UFC-Que Choisir doit poursuivre son action pour limiter les abus et les fraudes via l'interdiction du démarchage et la sécurisation des paiements à distance.

Cette action pourrait notamment se traduire par une nouvelle action lors de la présentation du prochain rapport annuel de l'Observatoire de la sécurité des moyens de paiement.

1.3 - Un accès limité aux services bancaires essentiels

Durant le confinement, le Gouvernement a imposé aux banques d'assurer la continuité de leurs services.

Des contacts de moins en moins fréquents en agence

Si les agences sont globalement restées ouvertes durant le confinement¹⁰, il est probable que les consommateurs s'y rendent de moins en moins fréquemment. Ce mouvement devrait précipiter une tendance de long terme.

En effet, 24 % des clients se rendaient moins d'une fois par an en agence en 2019 (21 % en 2015)¹¹. Ceux qui s'y rendaient plus d'une fois par mois ne représentaient plus que 10 % de la clientèle (60 % en 2007). Pour

⁷ Communiqué de presse commun ACPR-DGCCRF, mai 2020, <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/escroqueries-lacpr-et-la-dgccrf-cooperent-et-appellent-la-plus-grande-vigilance-face-la-0>

⁸ Le e-commerce à la loupe, e-commerce mag, mai 2020, <https://www.ecommercemag.fr/Thematique/retail-1220/Breves/semaine-confinement-e-commerce-fran-ais-loupe-348510.htm>

⁹ Fraude à la carte bancaire, Pas de report pour rembourser les consommateurs, UFC-Que Choisir, 2019.

¹⁰ 70 à 90 % des agences sont restées ouvertes d'après la Fédération bancaire française.

¹¹ Lettre de veille/tendances : utilisation des agences bancaires : Quand ? Qui ? Pourquoi ? Tendances clients et réponses des banques, Score Advisor, 2019.

autant, l'agence était le canal principal pour la souscription de produits et le premier canal utilisé en cas de difficultés.

Un risque de dégradation de la qualité du service rendu aux consommateurs

La réduction de la fréquentation des agences et la progression des souscriptions à distance constituent un double enjeu consommériste.

D'une part, la qualité de l'information à distance peut être dégradée. La quantité d'informations disponibles sur les sites internet aboutit souvent à une surcharge qui peut dissuader le souscripteur de rechercher l'information pertinente, voire de s'informer tout simplement.

D'autre part, la qualité du conseil peut être insuffisante, notamment pour les produits complexes, comme l'épargne. En effet, les consommateurs sont généralement seuls pour répondre aux questionnaires d'évaluation de connaissance et d'expérience. Ainsi des questions peu claires / mal comprises sont susceptibles de générer des choix inopportuns, en particulier lorsqu'ils sont bâtis à partir d'une autoévaluation. A cet égard, la souscription en agence peut offrir l'opportunité aux conseillers d'appréhender de tels écueils.

Enfin, près d'un consommateur sur cinq (17 %) souffre d'illettrisme numérique¹². A ce titre, ils pourraient être maintenus durablement éloignés des services bancaires essentiels.

Proposition 4 : l'UFC-Que Choisir doit s'assurer que les moyens de souscription et de gestion des contrats à distance sont adéquats pour maintenir l'accès de tous aux services financiers.

Ce travail pourrait être facilité par le test des applications bancaires envisagé par la rédaction du Que Choisir Argent. En tout état de cause, l'association sera mobilisée lors de la révision à venir de la directive vente à distance de produits financiers.

Un détournement des espèces coûteux pour les consommateurs

Nombreux consommateurs et commerçants redoutent que les espèces constituent un vecteur de transmission du Covid-19. En conséquence, ils s'en détournent au profit de modes de paiement alternatifs¹³. Cette inquiétude engendre un triple enjeu consommériste.

Tout d'abord, environ 2 millions de consommateurs détiennent un livret A fonctionnant comme un quasi compte courant à La Banque Postale. A ce titre, ils disposent uniquement d'une carte de retrait et sont donc contraints d'utiliser les espèces. S'ils souhaitent utiliser un mode de paiement alternatif, ils n'ont d'autre choix que de souscrire un compte d'appoint dont les prestations sont payantes.

Par ailleurs, l'usage restreint des espèces constituent également un enjeu de sécurité. Si le seuil des transactions « sans contact » a été rehaussé à 50 euros par transaction depuis le 11 mai, il convient de souligner que les fraudes « sans contact » sont deux fois plus nombreuses que les fraudes en magasin avec insertion du code personnel.

¹² Une personne sur six n'utilise pas Internet, plus d'un usager sur trois manque de compétences numériques de base, INSEE Première, 2019.

¹³ A titre d'exemple, la Brinks, société de transports de fonds, constate une baisse d'activité de 60 % depuis le début de la crise.

Si elles restent contenues (0,020 % des transactions), l'augmentation du seuil pourrait déporter les fraudeurs. Or, comme l'a montré l'association de consommateurs belge Test Achat dans une récente étude¹⁴, le « sans contact » peut être détourné aisément. Par ailleurs, il est à noter que l'opposition à la carte bancaire ne suffit pas à mettre un terme aux débits. En effet, tant que le plafond de paiements successifs n'est pas atteint (en montant ou en nombre), cette fonction demeure utilisable puisque la carte ne se connecte pas au réseau de la banque émettrice.

Enfin, d'autres modes de paiement alternatifs pourraient croître à la faveur de désaffection pour les espèces et être à l'origine de surfacturations. Il s'agit notamment du système « cashless », des cartes prépayées utilisables dans un lieu de loisir. Déjà fréquente dans les festivals¹⁵, cette pratique pourrait se déployer dans d'autres domaines du tourisme, par exemple les campings¹⁶.

Proposition 5 : l'UFC-Que Choisir doit veiller à ce que les nouvelles habitudes de paiement provoquées par la crise sanitaire n'engendrent pas un essor des fraudes ainsi que des surfacturations pour les consommateurs, notamment les plus vulnérables.

2. Manifestations à court / moyen terme de la crise

2.1 - La baisse des revenus des ménages et le crédit

Dès à présent, le confinement met sous tension le budget des consommateurs en raison d'une baisse de leurs salaires (activité partielle, suppression des heures supplémentaires) ou de leurs revenus pour nombre de travailleurs indépendants, de micro-entrepreneurs et de précaires.

De telles difficultés sont déjà étayées par la hausse de 7,1 % du nombre de demandeurs d'emploi sans aucune activité en mars 2020 (catégorie A)¹⁷.

La charge de remboursement des crédits, des dépenses lourdes pour les ménages

La charge de remboursement des crédits immobiliers et à la consommation constitue un poids important dans le budget des ménages. Pour les seuls crédits immobiliers, ils représentent 23 % des dépenses pré-engagées¹⁸. Notons que 16 % des ménages estiment que leurs échéances de remboursement sont « trop » voire « beaucoup trop élevées »¹⁹.

A ce stade, les prêteurs (banques de réseau ou établissements spécialisés) renvoient aux dispositions des contrats pour solutionner les difficultés rencontrées par les consommateurs. Ces dernières peuvent prendre la forme de modulation (baisse des échéances) et / ou de report des échéances (arrêt du remboursement du capital).

¹⁴ Vidéo de Test Achat réalisée en 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=qd3ecRrX3RE>

¹⁵ Voir le billet de blog d'Alain Bazot, <https://www.quechoisir.org/billet-du-president-festivals-le-cashless-trop-souvent-monnaie-courante-n67575/>

¹⁶ Vers une généralisation du cashless dans les campings ?, Journal du Net, <https://www.journaldunet.com/economie/finance/1491101-covid-19-vers-une-generalisation-du-systeme-cashless-dans-les-campings/>

¹⁷ A noter que ce phénomène s'explique, à ce stade, par une baisse des embauches et non par une hausse des suppressions d'emplois.

¹⁸ Dépenses pré-engagées : quel poids dans le budget des ménages ? DREES, 2018.

¹⁹ Observatoire des crédits aux ménages 2018, 31^{ème} rapport annuel, FBF, 2019.

Ces solutions temporaires ne sont pas sans coût pour les consommateurs (facturation de la fourniture d'un nouveau tableau d'amortissement, notamment). Elles ne sont pas non plus systématiquement prévues, notamment pour les crédits à la consommation, et peuvent être refusées par le prêteur. Enfin, les nouvelles formes de financement (location de longue durée avec ou sans option d'achat) ne disposent pas de ces options.

Proposition 6 : l'UFC-Que Choisir doit demander aux pouvoirs publics d'imposer aux établissements financiers de permettre le report ou la modulation des échéances de remboursement des crédits sans surcoût pour les consommateurs.

Vers une hausse des incidents de paiement

Confrontés à la baisse de leurs revenus, les consommateurs pourraient être contraints d'utiliser davantage le découvert (autorisé et non autorisé) et se voir facturer des incidents de paiement.

D'ores et déjà plus d'un Français sur deux (60 %) dépasse son autorisation de découvert au cours de l'année²⁰, soit environ 30,4 millions de clients. Dans le détail, près d'un consommateur sur quatre (23 %) connaît un découvert non autorisé tous les mois alors qu'environ un client sur cinq (21 %) dépasserait son autorisation de découvert au moins une fois tous les 3 mois. Enfin 16 % des consommateurs utiliseraient le découvert non autorisé une fois par an.

En septembre 2018, l'UFC-Que Choisir a évalué à 6,7 milliards d'euros le montant total des frais d'incident de paiement. A partir d'une évaluation des coûts pesant sur les banques dans la réalisation de cette prestation, l'association évalue la marge réalisée sur ce service à 86 %.

Face à l'essor prévisible de ces incidents, l'UFC-Que Choisir a adopté des positions en juillet 2019 afin d'endiguer ces surfacturations qui fragilisent l'ensemble des consommateurs. Elle entend poursuivre bien évidemment cette action.

En particulier, l'association doit continuer de dénoncer les commissions d'intervention. « Frais-sanction » par nature, leur justification économique n'est pas démontrée alors que leur légitimité est encore plus contestable dans cette période.

L'association doit également veiller à l'effectivité et à la pérennité des engagements des banques à l'attention des consommateurs en situation de fragilité financière (démarche active de la banque / plafonnement des frais pour les fragiles).

Enfin, l'association doit rappeler qu'ils demeurent complexes voire impossibles de contrôler les dates de valeur des opérations générant des frais d'incident de paiement.

Proposition 7 : l'UFC-Que Choisir doit alerter les pouvoirs publics sur les conséquences néfastes de l'essor attendu des incidents de paiement et de l'usage du découvert en raison de la crise économique prévisible. A ce titre, l'association doit dénoncer les commissions d'intervention et s'assurer de l'effectivité et de la pérennité du plafonnement global des frais facturés aux consommateurs en situation de fragilité financière.

²⁰ Les Français et le découvert, Panorabanque, 2017.

Le recouvrement de créances : un secteur déjà litigieux avant la crise

Les banques sont libres de confier ou de céder leurs créances à des sociétés de recouvrement. A ce jour, ce secteur suscite de nombreux litiges. La DGCCRF a publié en mars 2018 une enquête portant sur le recouvrement amiable de créances réalisées par les huissiers de justice et les sociétés de recouvrement. Cette étude réalisée auprès de 117 établissements relève un taux de non-conformité particulièrement élevé (32 %).

Alors que la Commission européenne a proposé, avant la crise, de faciliter la revente des prêts en défaillance par la création de statuts européens pour les acteurs du marché, à savoir les acheteurs de créances (fonds d'investissements) et les gestionnaires (sociétés de recouvrement), l'association réalisera, comme prévu, une étude sur cet enjeu.

Parallèlement, relevons que l'ordonnance du Gouvernement relative à la prorogation des délais échus pendant la période d'urgence sanitaire prévoit que le prêteur ne peut sanctionner le non-remboursement d'une échéance d'un crédit avant la fin de la période sanitaire + 2 mois. A ce titre, les difficultés de ce type devraient apparaître à partir de septembre 2020²¹.

Proposition 8 : l'UFC-Que Choisir doit mener l'étude sur le recouvrement de créances et mettre à la disposition des consommateurs des outils leur permettant de connaître et faire valoir leurs droits.

2.2 - Permettre aux consommateurs de dégager des gains de pouvoir d'achat

La concurrence sur le secteur bancaire : plus que jamais d'actualité

A ce stade, il est très prématuré de proposer des scénarii affirmés sur les conséquences de la crise économique sur le secteur bancaire, notamment en raison des risques de défaillance des prêts des entreprises.

Pour autant, il pourrait être envisagé que les établissements bancaires répercutent ces pertes probables via un renchérissement des commissions usuelles (frais bancaires, assurance, épargne) plutôt que par une augmentation de leur marge sur les opérations de crédit immobilier²². En effet, ces dernières sont conçues comme des produits d'appels et de fidélisation des clients. En conséquence, l'association doit poursuivre son action visant à favoriser la mobilité sur le secteur bancaire.

Proposition 9 : l'UFC-Que Choisir doit poursuivre son action visant à favoriser la concurrence et la transparence en matière de frais bancaires, en portant une attention particulière aux produits annexes au crédit immobilier.

Des économies à rétrocéder aux assurés

Les mesures permettant d'endiguer la pandémie de Covid-19 ont provoqué la diminution de certains risques couverts par les assureurs. Il s'agit en particulier du secteur de l'assurance auto/moto.

Sur le fondement d'une étude publiée en avril 2020, l'UFC-Que Choisir a constaté que les assureurs ont profité à plein du confinement par la chute drastique du trafic et des accidents (- 91 % depuis mi-mars). Alors

²¹ L'état d'urgence est prévu pour durer jusqu'au 10 juillet 2020

²² A titre d'exemple, au plus fort de la crise de la zone euro à l'été 2010, la marge nette sur le crédit immobilier était négative.

que les deux tiers des cotisations sont habituellement affectés à l'indemnisation des sinistres, la situation occasionne des économies considérables pour le secteur.

Selon nos calculs, réalisés à partir d'une reprise à plein du trafic à la mi-juillet, ce sont ainsi pas moins de 2,2 milliards qui devraient être rétrocédés aux assurés, soit une baisse de 50 euros par automobile et 29 euros par moto. De quoi conforter leur budget alors qu'ils s'acquittent de près de 500 euros de cotisations TTC par véhicule.

L'association a mobilisé plus de 600 000 assurés qui ont téléchargé son courrier-type afin que ces économies profitent à tous. Depuis cette action, suivant d'autres acteurs mutualistes, la GMF a annoncé une baisse de 40 euros des cotisations d'assurance auto/moto à tous les titulaires d'un contrat tous risques bénéficiant d'un bonus/malus à 0,50. Parallèlement, l'association est saisie de dossiers de consommateurs témoignant aussi bien d'octroi que de refus de diminution de cotisation.

Par ailleurs, l'association n'envisage pas, à ce stade, de demander des rétrocessions d'économies aux assureurs sur un autre domaine. A titre d'exemple, un travail similaire sur l'assurance habitation ne donnerait pas de résultats significatifs.

Proposition 10 : L'UFC-Que Choisir doit continuer à mobiliser les consommateurs afin de les aider à ce qu'ils perçoivent collectivement la rétrocession des économies des assureurs auto/moto.

3. Mobiliser le secteur financier vers une consommation plus responsable

3.1 - Dénoncer les financements bancaires nuisibles à l'environnement

Le secteur financier doit prendre sa part dans la transition énergétique et la lutte contre le réchauffement climatique.

Dans l'objectif de permettre aux consommateurs de sanctionner les pratiques les moins vertueuses en faisant jouer la concurrence, l'association pourrait comparer les politiques environnementales des acteurs financiers.

Proposition 11 : L'UFC-Que Choisir doit attirer l'attention des consommateurs sur les divergences de pratiques des établissements financiers dans leur politique environnementale. Cette comparaison permettrait aux consommateurs de sanctionner les pratiques non vertueuses en faisant jouer la concurrence.

3.2 - Aider les consommateurs à participer à la transition énergétique

Dans l'immédiat, l'épargne des ménages est relativement protégée

A court terme, l'épargne des ménages pourrait être relativement protégée des fluctuations des marchés financiers.

Sur les 4 400 milliards d'euros d'encours²³, 80 % sont investis sur des produits de taux (assurance vie garantie en capital, livrets, dépôts à vue) dont le capital est garanti, hors frais de gestion et inflation. A cela s'ajoute que les rendements des obligations d'État ont retrouvé des niveaux proches de leur niveau d'avant crise.

²³ Pour traiter stricto sensu des ménages particuliers, nous ne traitons pas des actions non cotées qui sont principalement détenues par les entrepreneurs.

Parallèlement, le reliquat d'épargne des ménages est placé sur des produits en fonds propres comme les assurance vie en unité de compte (9 %) et les actions cotées (7 %). Ces derniers sont, quant à eux, affectés par la baisse des marchés en raison de la baisse attendue des dividendes et des probables moins-values latentes de leurs positions. Un tel écueil est d'autant plus problématique que les réseaux bancaires ont massivement incités les consommateurs à souscrire ces produits les mois précédents le confinement, comme l'a reconnu récemment l'ACPR²⁴.

A moyen terme, cette relative sécurité de l'épargne des ménages pourrait être compromise en cas de retraits massifs des épargnants. Pour autant des garanties des dépôts existent ainsi qu'un mécanisme permettant de geler pendant 6 mois les retraits afin d'éviter de mettre en péril un assureur (depuis la loi Sapin 2 de 2016).

Des nouveaux investisseurs depuis mars 2020

La baisse des marchés actions a suscité l'intérêt de nouveaux investisseurs. L'AMF relève que l'arrivée de 180 000 nouveaux investisseurs particuliers depuis mars 2020, notamment des jeunes épargnants.

Ces investisseurs, qui sont des consommateurs de service de gestion de leur épargne, estiment majoritairement que la transition énergétique de leurs placements constitue une « évolution indispensable » du secteur²⁵.

Alors que la Commission européenne entend prochainement mettre en œuvre un programme favorisant l'épargne verte, les consommateurs doivent pouvoir entrer sur ce marché en toute connaissance de cause.

Proposition 12 : L'UFC-Que Choisir doit mener des travaux afin de préciser sa doctrine en matière de produits d'épargne, notamment dans l'optique de permettre aux consommateurs d'investir dans des projets favorisant la transition énergétique.

3.3 - Endiguer l'essor de mode de financements ruineux et nuisibles à l'environnement

Les locations : un gouffre financier nuisible également à l'environnement

Parallèlement, la hausse attendue du chômage devrait réduire la capacité d'endettement des ménages. A ce titre, il est prévisible que l'essor des modes de financement d'apparence moins coûteux que les crédits classiques, c'est-à-dire les locations (location de longue durée avec ou sans option d'achat) continuent leur progression (+ 256 % depuis 2008).

Rappelons que ces modes de financement pourraient avoir un impact délétère sur l'environnement²⁶. En effet, ils participent au suréquipement des ménages de produits pouvant être surdimensionnés ainsi qu'au renouvellement trop fréquent.

²⁴ Contrats d'assurance vie : vigilance sur les offres publicitaires impliquant d'effectuer des versements sur des unités de compte, ACPR, Janvier 2020.

²⁵ Finance durable, placements responsables - Etat des lieux des perceptions des Français, Etude AUDIREP pour l'AMF, 2019.

²⁶ Par exemple, plus la taille d'un écran de télévision est grande, plus ses émissions de gaz à effet de serre sont élevées, d'après La face cachée des objets : vers une consommation responsable, ADEME, 2018.

Après avoir publié son étude sur le secteur de la location de longue durée de produits électroménagers en février 2020²⁷, l'UFC-Que Choisir demeure mobilisée sur ce domaine, notamment dans le cadre de la révision à venir de la directive crédit à la consommation.

Proposition 13 : l'UFC-Que Choisir doit poursuivre son action afin d'instaurer un cadre garant des droits des consommateurs pour les souscripteurs de locations de longue durée avec ou sans option d'achat.

3.4 - Veiller à ce que les cotisations d'assurance profitent aux assurés

Prise en charge des sinistres des professionnels, un enjeu consommériste

Si les assureurs ont réalisé des économies sur les risques portant sur certains contrats de consommateurs, leurs engagements vis-à-vis des professionnels pourraient considérablement progresser.

A ce sujet, la question des garanties pertes d'exploitation souscrites par les professionnels est particulièrement controversée. Si la plupart des contrats excluent explicitement le risque de pandémie ou de fermeture administrative, d'autres sont dans une zone grise et auront vraisemblablement des suites judiciaires. Enfin, une minorité de contrats prend explicitement en charge tout ou partie des pertes d'exploitation en cas de pandémie.

La charge de ces sinistres constitue un enjeu de solvabilité pour les assureurs. C'est pourquoi l'ACPR a lancé une enquête sur les garanties commercialisées en France. Ce sujet devra faire l'objet d'une surveillance attentive de l'UFC-Que Choisir, pour s'assurer que les excédents des contrats d'assurance des particuliers ne soient pas utilisés pour couvrir ces garanties professionnelles.

Proposition 14 : l'UFC-Que Choisir doit veiller à ce que les cotisations d'assurance des consommateurs leurs profitent et ne soient pas utilisées pour indemniser les sinistres professionnels.

²⁷ Location de longue durée d'électroménager - Pire que le crédit revolving ! UFC-Que Choisir, Février 2020.