

CRÉDIT REVOLVING... SURENDETTEMENT, LE PIÈGE

Nous effectuons régulièrement en collaboration avec notre fédération des enquêtes qui sont ensuite reprises dans la revue nationale et qui font l'objet pour certaines de reprises médiatiques importantes. Nous avons ainsi participé à deux enquêtes qui ont eu un grand retentissement. La première concerne les conseils que nous sommes en droit d'attendre des pharmaciens et la deuxième sur la mise en application des dispositifs de la loi LAGARDE DE JUILLET 2010 SUR LES Cr2dits à la consommation. Les résultats ne sont pas tristes.. Je profite de cette introduction pour remercier le réseau enquête de son activité. C'est un des aspects importants de notre activité souvent méconnu.

PRÉAMBULE

Le nombre de dossiers de surendettement (il est en hausse permanente depuis 20 ans) explose depuis 2008 : 230 000 dossiers ont été déposés en France en 2011, c'est un chiffre record (il grimpe de près de 7% par rapport à 2010).

Or, les crédits à la consommation, essentiellement le crédit renouvelable (anciennement appelé revolving, crédit permanent) est omniprésent dans ces dossiers (présent dans 82% des dossiers): chaque dossier de surendettement est composé, en moyenne, de plus de 4 crédits renouvelables, ... le crédit renouvelable est donc bien un crédit qui risque de vous faire « plonger »...



Dans le contexte économique actuel, alors que le pouvoir d'achat des ménages est en berne, le crédit à la consommation est sorti de son objectif initial (financement à crédit d'un bien ou d'un projet) pour devenir un substitut au pouvoir d'achat en souffrance des ménages... les ménages modestes compensent malheureusement bien trop souvent leur manque de pouvoir d'achat en faisant appel aux crédits renouvelables, dont ils ne connaissent pas suffisamment les méfaits potentiels et dont les « vendeurs sont les pourvoyeurs ».

Une récente étude de l'observatoire des Crédits (2012) souligne en effet que dans près de 15% des cas, le crédit à la consommation est destiné à financer des dépenses de consommation courante (alimentation, santé, etc.) et non plus des dépenses de biens « durables ».

Les vendeurs n'orientent pas les consommateurs vers les « bons » crédits !! ... ils poussent en effet le consommateur dans les bras du revolving alors que ce type de crédit est malsain !

Le crédit amortissable, quant à lui, est plus sain (prêt personnel ou crédit affecté) car :

- il est moins cher que le Revolving (8% au lieu de 17%)
- ses caractéristiques sont fixes (alors que le crédit renouvelable est bien plus cher et plus difficile à gérer car il est reconstituable et réutilisable au fur et à mesure de son remboursement) ?

Suite à une enquête de 2009 réalisée par l'UFC-Que Choisir soulignant la distribution malsaine de crédits à la consommation, surtout dans les lieux de vente, la loi a été modifiée (loi Lagarde sur le crédit à la consommation de juillet 2010) afin d'assainir la distribution du crédit consommation.

LA LOI LAGARDE, C'EST QUOI ?

C'est une loi qui a pour objectif d'encadrer les crédits à la consommation, elle s'attaque ainsi principalement aux crédits renouvelables....

De façon succincte, la loi stipule les obligations suivantes pour le vendeur :

1. proposer une alternative au crédit renouvelable à partir d'un montant d'emprunt de 1 000 €.

2. vérifier la solvabilité de l'emprunteur à partir de cette somme.
3. consulter le fichier qui recense les incidents de paiement
4. appeler les crédits renouvelables par leur seul nom, sans se retrancher derrière d'autres appellations.

L'ENQUÊTE DE L'UFC

Alors que la Loi LAGARDE est donc pleinement entrée en vigueur en mai 2011, il était important que l'on vérifie que les avancées législatives obtenues, notamment grâce à la mobilisation de notre association auprès des parlementaires, sont bel et bien réelles sur le terrain ? D'où cette nouvelle enquête 2012...

Les vendeurs n'orientent pas les consommateurs vers les « bons » crédits !

L'association UFC-Que Choisir de Nancy a donc fait un point un an après une première enquête. Au début de l'année, elle a envoyé des bénévoles dans quatorze magasins de l'agglomération. Ces clients un peu particuliers (devaient se faire passer pour des acheteurs d'articles d'une valeur supérieure à 1 000 €. Les résultats sont « un peu » accablants.

1. Contrairement à la loi, « sur les quatorze magasins testés, aucun n'a proposé d'offre alternative au crédit revolving ».
2. Selon l'enquête, dans la moitié des magasins, si le consommateur insiste, « des crédits gratuits ou amortissables ont été présentés à condition que le client opte pour la carte magasin adossée bien souvent à un crédit renouvelable ». Le piège est refermé !!!! ... « et hop, circulez ! »
3. Par ailleurs : « Lorsque le crédit renouvelable est proposé, les vendeurs ne prononcent jamais le mot revolving ...
4.et ils ne demandent pas de justificatifs »....

Ça doit être cela que l'on appelle respecter la loi et prendre soin du consommateur Non ??

EN RÉSUMÉ

Quand un crédit revolving est proposé, il est le seul à vous être proposé et il n'est jamais appelé par son nom légal et officiel !

..... c'est là que le bât blesse, car dans 100 % des cas, il n'y a pas de proposition de crédit amortissable en alternative au crédit renouvelable, contrairement à ce que dit la Loi! Et, 100% ce n'est pas rien ...c'est même une transgression totale à la loi de Mme Lagarde !!!!

Quand un crédit gratuit a été proposé au client (le crédit gratuit, il paraît plutôt sympathique ... mais, méfiance, c'est de la dynamite ...) ...il a pratiquement toujours été lié à la délivrance d'une carte de fidélité et de crédit qui ouvre droit, sans aucun contrôle de qui que ce soit, à l'ouverture d'un crédit de type revolving !

Au total, quand vous rentrez dans un magasin et que vous sollicitez un crédit Dans 8 cas sur 10 vous ressortirez de ce magasin content Mais avec une capacité à vous lancer dans un crédit renouvelable (au moins sous la forme d'une carte qui ne vous dira son nom qu'un peu plus tard...)....

Il faut toutefois savoir que la proposition directe de crédit renouvelable a baissé par rapport à notre enquête de 2009 Les crédits gratuits et amortissables constituent désormais une part non négligeable des crédits proposés

Cependant, la part de crédits renouvelables distribuée grâce aux cartes reste toujours aussi importante. Si on compte cartes de crédit et cartes de crédit/fidélité, nous sommes sur des chiffres très comparables aux chiffres de 2009.

L'information du consommateur est nettement insuffisante, des progrès ont été réalisés ... mais ils sont insuffisants

La solvabilité du client n'est toujours pas vérifiée et ça, c'est une catastrophe ... car :

la loi Lagarde est bafouée ...

le client peut souscrire un crédit et commencer sa descente aux enfers sans la moindre mise en garde ...

Cela pourrait aussi s'écrire ainsi :

1. L'orientation vers le crédit renouvelable est quasi exclusive, alors que celui-ci est le plus cher et le plus dangereux, car quasiment jamais amortissable pour le consommateur.
2. Le client manque encore dramatiquement d'informations, il ne sait pas vraiment ce qu'il souscrit ou de quoi il est équipé (le terme crédit n'apparaît pas, on préfère pudiquement évoquer une réserve d'argent, etc.)
3. La distribution de crédits renouvelables est cachée derrière les cartes de fidélité auxquelles sont associées des réserves d'argent d'un montant conséquent (autour de 2500 euros)
4. L'absence criante de vérification de la solvabilité : on distribue du crédit à n'importe qui, sans se soucier du fait qu'il ait les moyens de rembourser ou non!

Face à ce constat accablant, et toujours convaincue que l'application de la Loi Lagarde par les professionnels est cruciale pour limiter le surendettement...

L'UFC-Que Choisir de Nancy et environs a demandé à la DDPP (Direction Départementale de la Protection des Populations) d'effectuer des enquêtes de terrain pour sanctionner les établissements enfreignant la Loi. Et nous demandons aussi à nos parlementaires (nous ne manquerons pas de le faire également auprès des prochains élus) :

- L'interdiction de la vente du crédit renouvelable sur le lieu de vente, tant ce type de crédit continue d'être mal distribué (de manière masquée et sans alternative) et n'est pas adapté à la demande de crédits pour l'achat de biens d'équipement

- La déliaison entre cartes de fidélité et cartes de crédit renouvelable : il est en effet clair que ces cartes « confuses » sont utilisées par les vendeurs pour équiper le client d'un crédit renouvelable, et sans vérification de sa solvabilité...

L'amélioration de la vérification de la solvabilité : il faut en finir avec le laxisme dont font preuve les vendeurs sur le terrain. Ils doivent vérifier la solvabilité dès le 1er Euro emprunté. Pour nous assurer que ce travail a bien été fait, des pièces justificatives doivent être demandées dès que le crédit atteint des sommes importantes pour des budgets fragiles, que nous estimons à 1 000 €. ■

LES CONSEILS DES PHARMACIES

LES PHARMACIES ET L'AUTOMÉDICATION

L'automédication

L'automédication (c'est l'ensemble des médicaments vendus sans ordonnance) représente un tiers des dépenses de médicaments des consommateurs et 12 % de leurs frais de santé, soit un total d'environ 2 milliards d'euros pour l'ensemble de notre pays..

L'automédication est donc une problématique importante pour les consommateurs tant du point de vue sanitaire, en raison de l'absence de prescription et donc de conseil par un médecin, que du point de vue financier.

Le monopole de la distribution des médicaments

L'automédication mérite d'autant plus l'attention des consommateurs que les pharmacies bénéficient d'un monopole sur la distribution des médicaments sans ordonnance, ce « privilège » est quasiment unique en Europe où la distribution des médicaments dé livrables sans ordonnance est aujourd'hui, le plus souvent, ouverte à la concurrence. Face à ce système monopolistique, l'UFC-Que Choisir s'est donné pour mission de veiller à ce que le consommateur bénéficie du meilleur rapport qualité-sécurité-prix et a réalisé des enquêtes. :

En 2009, l'association avait mis en évidence de sérieux dysfonctionnements en pharmacie tant s'agissant de la qualité du conseil que du niveau de prix, ce qui avait conduit les pharmaciens à s'engager à des démarches d'amélioration.

En 2012, soucieuse de vérifier le respect des engagements pris par les pharmacies, l'UFC - Que Choisir a maintenu sa vigilance et vient de renouveler son enquête.



Et le consommateur dans tout cela ?

Eh bien, on ne peut guère dire qu'il fait l'objet de toute l'attention qui devrait lui être réservée. En effet, comme en 2009, les résultats obtenus en 2012 soulignent des défaillances inacceptables :

- D'une part, la qualité du conseil, quand il n'est pas absent, est souvent déficiente ;
- Par ailleurs, les pharmaciens pratiquent l'opacité des prix, qui anesthésie la concurrence ;
- Enfin, les enquêteurs ont constaté une inquiétante fièvre tarifaire, sans logique économique apparente.



Enquête

La mise en vente de certains médicaments devant le comptoir, autorisée en 2008, n'a donc pas eu les vertus concurrentielles annoncées.

Face à ces insuffisances, l'UFC, appuyée par les exemples étrangers, estime qu'il serait judicieux et profitable au consommateur de libéraliser et d'encadrer de la distribution des médicaments sans ordonnance, par leur mise à disposition en parapharmacies et dans des espaces dédiés en grandes surfaces - en présence impérative d'un pharmacien, bien entendu. Cette mesure permettrait une économie pouvant atteindre 16 % des dépenses de médicaments non-remboursés, soit 270 millions d'euros de gain.

Les résultats de cette enquête appellent également de nouvelles mesures pour améliorer le niveau de connaissance des consommateurs sur l'automédication. L'UFC - Que Choisir demande par exemple un renforcement de l'information sur les interactions et contre-indications dès l'emballage des médicaments.

Au final, la réforme de l'automédication prônée par l'UFC-Que Choisir représente une avancée pour le consommateur, mais également, en raison de l'instauration d'une véritable concurrence, une opportunité pour les pharmaciens, qui gagneraient à l'occasion de se recentrer sur la plus-value qu'ils revendiquent : le service à valeur ajoutée et un conseil de qualité, adapté à chacun.

QUELQUES MOTS SUR L'ENQUÊTE

CONDUITE À NANCY ET LES RÉSULTATS OBTENUS

Le 20 janvier 2012, l'UFC - Que Choisir de Nancy a enquêté 43 pharmacies qui représentent la totalité des officines de la ville de Nancy, autour d'un scénario unique : l'achat par la même personne de deux médicaments incompatibles Voire même dangereux quand ils sont associés (Aspirine UPSA Vitamine C 330 mg et Rhinureflex) !

Cette enquête avait 3 objectifs, comme

nous en avons précédemment « parlé » :

- Vérifier la qualité du conseil en pharmacie, lors de l'achat de médicaments sans ordonnance ;
- Contrôler le respect des obligations de transparence tarifaire;
- Évaluer le niveau des prix pratiqués.

Les résultats obtenus à Nancy

Un conseil des pharmaciens pour le moins ... grippé

Alors que les pharmaciens se réfugient derrière leur qualité de professionnel de santé pour justifier leur monopole, plus d'une pharmacie enquêtée sur trois (38 %) n'a pas respecté spontanément son devoir de conseil, en délivrant, pour la même personne, deux médicaments incompatibles (aspirine et Rhinureflex, qui contient de l'ibuprofène) !

En l'absence de conseil spontané, les enquêteurs devaient interroger le pharmacien sur la posologie à respecter pour la prise des deux médicaments. Seuls 6 % d'entre eux ont saisi cette occasion de repêchage pour mettre en garde l'enquêteur. Plus grave, 36 % seulement ont indiqué la posologie correcte du Rhinureflex, pourtant formellement rappelée quelques semaines auparavant par l'AFSSAPS, en raison de ses effets indésirables !

La concurrence ... est anesthésiée par l'opacité des prix

Pire, 86 % ne se plient toujours pas à l'obligation de 2003 d'information des consommateurs sur la liberté de tarification des médicaments non remboursables.

D'inquiétantes poussée fièvre ... tarifaire

Les prix relevés par les enquêteurs font le grand écart. Ainsi, un médicament aussi courant que l'aspirine UPSA Vitamine C 330 mg a été acheté à des prix variant de 2,33 € à 3,90 €, soit un écart de près de 67 %. La mise en vente de certains médicaments devant le comptoir, autorisée en 2008, n'a donc pas eu les vertus tarifaires annoncées.

Au vu des résultats obtenus, l'UFC ... qui est « un peu » déçue :

- A saisi la Direction départementale de la protection des populations (DDPP) en vue de réaliser des enquêtes auprès des pharmacies du département et sanctionner les infractions.

- Interviendra auprès des parlementaires du département pour obtenir l'interdiction de toute publicité auprès du grand public concernant les spécialités d'automédication, en dehors des lieux de vente. ; la présence d'un encadré consacré aux interactions à éviter et aux contre-indications principales figurant sur toutes les boîtes des médicaments accessibles sans ordonnance ; et, enfin, un élargissement de la distribution des médicaments accessibles sans ordonnance aux parapharmacies et aux grandes surfaces, à la condition impérative que la vente s'effectue sous la surveillance directe d'un pharmacien diplômé. ■

Seule 1 pharmacie enquêtée sur 2 propose un affichage lisible du prix des médicaments vendus derrière le comptoir...