

Rappel des bonnes pratiques en matière d'information aux clients en cas de refus de chèques en magasin

Depuis plusieurs mois, Mercatel est sollicité de façon récurrente par des établissements bancaires à la suite de plaintes de clients qui cherchent à comprendre pourquoi ils se sont vus refuser des chèques chez des commerçants.

Il nous a semblé par conséquent nécessaire de revenir sur ce sujet afin de rappeler les principaux usages en la matière et si possible, de limiter les conséquences négatives que ces refus peuvent avoir pour les clients à la fois du côté enseigne et du côté des établissements bancaires.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un commerçant est libre d'accepter ou de refuser le paiement par chèque.

- S'il refuse, le commerçant doit en informer les clients, préalablement et de manière apparente ;
- S'il accepte ce moyen de paiement, le commerçant peut imposer des conditions. Ainsi, en vertu de l'article L 131-15 du code monétaire et financier, « toute personne qui remet un chèque en paiement doit justifier de son identité au moyen d'un document officiel portant sa photographie ».
Il garde également la possibilité de refuser le chèque dans des cas particuliers, par exemple si l'identité qui figure sur la carte d'identité ne correspond pas à celle que mentionne le chèque.

Dans cet esprit, et avec l'objectif de réduire le niveau de fraude et d'impayé, la plupart des commerçants utilisent des moyens automatiques de contrôle des chèques présentés.

Il peut s'agir de services fournis par Vérifiance, le service officiel d'accès au Fichier National des Chèques Irréguliers tenu par la Banque de France ou par d'autres prestataires de services proposant un service de garantie de paiement basé sur une analyse du risque qui leur est propre et, dans la plupart des cas, sur une vérification du FNCI.

Un point d'attention essentiel est à apporter sur l'information des clients en cas de refus qui peut avoir deux origines principales étant entendu que la décision finale appartient toujours au commerçant :

- Soit la réponse à la consultation du FNCI motive le refus. C'est le cas quand, par exemple, cette réponse a fait l'objet d'un code couleur rouge qui s'explique par une inscription au FNCI.
- Soit le refus du chèque provient d'autres raisons découlant d'une analyse du risque qui ont conduit à un refus de garantie par le prestataire de services, risque que le commerçant ne souhaite pas prendre.

Dans tous les cas de refus, les commerçants doivent donner au client la possibilité de connaître les raisons du refus de paiement.

Les systèmes et processus, **en particulier de formation**, mis en place par les commerçants devront permettre aux personnes en contact direct avec les clients de délivrer une information fiable qui pourra néanmoins se limiter à la conduite à suivre par les clients pour obtenir une information plus précise.

Nous considérons qu'en la matière, la bonne pratique consiste à délivrer au client un document d'information lui permettant de s'adresser directement ou indirectement au prestataire de services afin d'obtenir les explications du refus et, le cas échéant, de pouvoir exercer son droit de rectification.

Ces documents sont, le plus souvent, mis à disposition des enseignes par les prestataires de service.

En règle générale, cet accès nécessitera de la part du client, d'établir une demande par courrier ou mail accompagnée d'une copie de pièce d'identité, des références du ou des chèques refusés ainsi que d'un RIB et naturellement du lieu d'achat.

Il devra être répondu à cette demande dans un délai maximum de deux mois.

En particulier, il importe que le client puisse avoir la connaissance de l'origine de la décision qui pourra être soit son Etablissement bancaire via la Banque de France soit une analyse du risque réalisée à l'initiative du commerçant.

En aucun cas, l'explication « vous êtes fiché à la Banque de France » ne doit être celle dispensée aux consommateurs en magasin ni ce dernier renvoyé vers son agence bancaire pour obtenir des explications. Le prestataire de service doit être privilégié comme premier point de contact.

Il paraît également intéressant pour l'ensemble des parties prenantes : clients, commerçants, prestataires et établissements bancaires de favoriser un dialogue direct entre banque et commerçants si le client le propose et que les procédures en vigueur dans les entreprises concernées le permettent.