



AXELERANCE
BOOSTEZ VOS PERFORMANCES

DÉCRYPTAGES

La newsletter de l'actualité juridique et réglementaire des courtiers en financement

#43
Janvier
2022

L'infographie du mois

Le taux d'usure au 1er Janvier 2022

Actualité

Enquête tarification bancaire 2021

Assurance

Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur la réforme du courtage

Zoom Juridique

Loi de Finance 2022 et le dispositif « Louer abordable »

Formation

Votre formation réglementaire DCI 7H

Numérique

La digitalisation du courtage

LE TAUX D'USURE AU 1ER JANVIER 2022

CRÉDITS IMMOBILIERS	Taux effectif moyen pratiqué au 4ème trimestre 2021	Taux d'usure applicable au 1er octobre 2021	Taux d'usure applicable au 1er janvier 2022
Crédits immobiliers et prêts pour travaux d'un montant supérieur à 75 000 euros			
Prêts à taux fixe d'une durée inférieure à 10 ans	1,83	2,43	2,44
Prêts à taux fixe d'une durée comprise entre 10 ans et moins de 20 ans	1,8	2,39	2,4
Prêts à taux fixe d'une durée de 20 ans et plus	1,81	2,41	2,41
Prêts à taux variable	1,75	2,29	2,33
Prêts relais	2,16	2,88	2,88



ACTUALITÉ

ENQUÊTE TARIFICATION BANCAIRE 2021

Hausse pour notre « petit consommateur » de services

Pour ce palmarès 2021, CLCV a analysé les tarifs en vigueur au 1er février 2021 dans 127 banques de métropole et d'outre-mer, sur trois profils de consommateurs dont le panier varie en fonction du nombre de services. Les résultats démontrent tout l'intérêt de comparer et révèlent des approches différentes sur la facturation des frais pour incidents.

Le panier est en hausse dans 45 à 61% des établissements présents en métropole selon les profils, le coût moyen pour le « petit consommateur » étant en augmentation de 1.06%.

Un mot d'ordre : comparer entre établissement et au sein de l'établissement

Après avoir listé ses besoins, le consommateur a tout intérêt à comparer les tarifs des différentes banques tant les écarts peuvent être importants.

Dans les 105 établissements de métropole, le tarif pour notre « petit consommateur » et notre « consommateur moyen » va ainsi du simple à plus du double, en retenant la formule la moins chère entre le package et la souscription à l'unité. Il doit aussi être vigilant sur les offres. Le package, offre groupée de services, n'est en effet intéressant que dans 10 établissements pour notre profil « petit consommateur » et n'est financièrement avantageux que dans 53.5% des banques pour notre « consommateur moyen » et 56.4% pour notre « gros consommateur ».

Le « petit consommateur » de services plus impacté par les évolutions tarifaires

Les clients paieront leur panier de services plus cher dans 45 à 61% des banques métropolitaines, le coût moyen en retenant la meilleure formule entre le package et la souscription à l'unité étant en hausse de 1.06% pour notre « petit consommateur » et stable sur les autres profils. **Outre les cartes bancaires, les augmentations portent principalement sur les frais de tenue de compte, les retraits aux distributeurs automatiques de billets, les virements occasionnels externes en agence. Elles concernent également des opérations moins courantes mais dont le coût est élevé, les frais de transfert de PEL (jusqu'à 155 euros) ou les frais pour succession qui vont, pour une succession de 17 000 euros, de 85 euros à 479 euros voire 616 euros en outre-mer, des frais qui devraient être plafonnés.**

Les offres des banques en ligne connaissent de véritables évolutions rendant parfois la comparaison difficile avec les banques en dur. Non seulement, des services détenus par nos profils de consommateurs ne sont plus fournis par certaines mais des changements sont aussi à noter sur le niveau de facturation.

Quoiqu'il en soit, un seul mot d'ordre, vérifier les services les plus utilisés par un consommateur, ces derniers sont mis en avant par **L'EXTRAIT STANDARD DES TARIFS 2022 AUX PARTICULIERS**. C'est quoi ? Les banques (depuis 2011) et les établissements de paiement (depuis 2018) doivent publier les tarifs d'une liste des 12 services les plus représentatifs. Cet extrait des tarifs doit permettre de comparer plus facilement les prix pratiqués par les différents établissements, cet extrait est facilement consultable sur le site des banques.

En savoir plus sur les tarifs bancaires des services les plus représentatifs [ici](#)

TOUT CE QUE VOUS AVEZ TOUJOURS VOULU SAVOIR SUR LA RÉFORME DU COURTAGE

Contexte :

La loi du 8 avril 2021 relative à la réforme du courtage de l'assurance et du courtage en opérations de banque et en services de paiement, complétée par le décret du 1er décembre 2021, s'appliquera à compter du 1er avril 2022.

La vocation de cette réforme est double. Il s'agit d'une part, de mieux **encadrer le démarchage téléphonique** dans le secteur de l'assurance et, d'autre part, de permettre une **meilleure régulation de l'activité de courtage** dans le secteur de la banque/assurance.

1 - Les nouvelles règles en matière de démarchage téléphonique

Il convient au préalable de définir ce qu'est un distributeur de produits d'assurance concerné par cette réforme. Selon l'article L. 511-1 du code des assurances, «Est un distributeur de produits d'assurance ou de réassurance tout intermédiaire d'assurance ou de réassurance, tout intermédiaire d'assurance à titre accessoire ou toute entreprise d'assurance ou de réassurance».

Ainsi, une compagnie d'assurance qui propose un contrat d'assurance est un distributeur et un intermédiaire qui propose un produit d'assurance contre rémunération est aussi un distributeur puisqu'il commercialise un produit d'assurance. Tel est le cas du courtier d'assurances, du mandataire d'assurances ou de l'agent général d'assurances.

Ces intermédiaires doivent être immatriculés et inscrits sur un **registre tenu par l'Organisme pour le Registre unique des Intermédiaires en Assurance, Banque et Finance (Orias)**.

La loi a donc inséré un article L. 112-2-2 du code des assurances pour encadrer le démarchage téléphonique des distributeurs d'assurances. Toutefois, cet article ne s'applique que lorsque les contrats proposés n'entrent pas dans l'activité professionnelle du consommateur.

De même, cet article ne s'applique pas lorsque le distributeur est lié avec le consommateur par un contrat, ni lorsque le consommateur sollicite l'appel ou encore lorsqu'il indique de manière claire et non équivoque qu'il consent à l'appel.

Selon cet article, le distributeur doit recueillir l'accord du consommateur dès le début de la discussion, pour poursuivre la communication téléphonique.

Le distributeur doit mettre fin à l'appel même après avoir reçu l'accord du consommateur, dès lors qu'il manifeste une absence d'intérêt ou son souhait de ne pas donner suite à la proposition commerciale.

Si la proposition du distributeur concerne la couverture d'un risque pour lequel le consommateur dispose déjà d'une assurance, alors le distributeur doit s'assurer que le consommateur puisse résilier son contrat en même temps que la prise d'effet du nouveau contrat afin d'éviter le cumul d'assurances.

Le distributeur est tenu de laisser au consommateur un délai de 24 heures entre la réception des documents contractuels et un nouveau contact par téléphone avec lui.



ASSURANCE

Le consentement du consommateur n'est possible que par la signature du contrat. Toutefois, cette signature ne peut intervenir au cours d'un appel téléphonique et moins de 24 heures après la réception des documents contractuels. Le distributeur ne peut jamais signer le contrat pour le compte du consommateur.

A la suite de cette signature, le distributeur doit fournir l'ensemble des informations relatives à la conclusion et la prise d'effet du contrat, au droit de renonciation et aux modalités d'examen des réclamations relatives au contrat.

Les infractions aux dispositions de cet article doivent être recherchées, constatées et sanctionnées par la direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) et par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR).

2 - Les nouvelles règles en matière de régulation

Certaines catégories d'intermédiaires en banque/assurance devront adhérer à une association professionnelle pour pouvoir s'inscrire auprès de l'ORIAS. Ces associations professionnelles regroupent les membres d'une même profession pour les contrôler. Tel est le cas par exemple de l'AFIB (Association Française des Intermédiaires en Bancassurance).

Ainsi, l'adhésion obligatoire à une association professionnelle agréée par l'ACPR sera exigée.

L'établissement de règles par ces associations, relatives aux conditions d'accès à l'activité de courtage, d'adhésion et de perte de la qualité de membre, ainsi qu'aux sanctions qu'elles sont susceptibles de prononcer est prévu.

Les conditions d'application du secret professionnel sont envisagées, tout comme l'obligation pour les membres des associations professionnelles d'informer ces dernières de tout élément susceptible d'entraîner des conséquences sur leur qualité de membre.

La mise en œuvre de ce nouveau système de régulation est précisée dans le décret d'application du 1er décembre 2021.

LE ZOOM JURIDIQUE



LOI DE FINANCE 2022 ET LE DISPOSITIF « LOUER ABORDABLE »

I - Loi de finances 2022 «flash»

Quelques mesures concernant l'investissement immobilier :

- le **dispositif Pinel Denormandie**, à savoir travaux d'amélioration/rénovation ou transformation de locaux en usage habitation, est prolongé jusqu'au 31/12/2023 (Communes cœur de ville, revitalisation de territoire).
- **l'ECO PTZ** est prolongé jusqu'au 31/12/2023 et le plafond est augmenté de 30 000€ à 50 000€ et la durée passe de 15 ans à 20 ans
- un nouveau dispositif « **Louer abordable** » qui succède à la loi Cosse.
- **le PTZ est prolongé jusqu'au 31/12/2023** (Aux conditions actuelles, à noter que les revenus pris en compte restent ceux de l'année N-2)
- la réduction Pinel :
 - la LDF 2021 a prolongé le dispositif jusqu'au 31/12/2022 et les taux restent inchangés (12%, 18%, 21%)
 - dès 2023, les taux seront ramenés à 10,5%, 15%, 17,5%
 - en 2024, les taux seront fixés à 9%, 12%, 14%(il s'agit des taux en métropole)

Les dates concernent des dates de signature des actes authentiques pour les acquisitions.

Pour 2023, les taux resteront inchangés pour certains logements (Logements situés dans des QPV quartiers de la ville définis comme prioritaires www.sig-ville.gouv.fr (voir simulateur),

Ou

respectant la réglementation RE2020 : ces logements devront prendre en compte les aléas climatiques, être moins énergivores, avoir un espace extérieur, une double exposition... (Un prochain décret doit préciser les spécificités du Pinel, qui ne figurent pas dans la LDF).

II - Loi de Finances : focus sur le nouveau dispositif «louer abordable» (Versus dispositif COSSE)

« Louer moins cher pour gagner plus ! »

Principe de base :

Un propriétaire peut louer un bien non meublé avec un loyer plafonné à un locataire sous plafond de ressources pour une durée de 6 ou 9 ans (En location directe ou en intermédiation locative avec mandat de gestion à un tiers social une association à vocation sociale).

Avec conventionnement ANAH.

A noter : ce dispositif ne peut se cumuler avec le régime PINEL.

1) Ancien régime

Louer abordable COSSE (Logement intermédiaire) avec un abattement sur les revenus fonciers de 15% zone B2 ou 30% zone A B1 sur loyer pratiqué (Les abattements peuvent aller au-delà pour des loyers sociaux). **L'avantage est proportionnel au taux marginal d'imposition.**

2) Nouveau régime

Fin de l'abattement et substitution d'une réduction d'impôts (Ne dépend plus du taux marginal d'imposition).

Remarque : le taux marginal d'imposition d'une grande majorité des bailleurs est de 11%.

Il n'existe plus de zonage, les loyers plafonds sont fixés avec une décote par rapport aux loyers réels observés sur le marché locatif : www.observatoire-des-loyers.org

Principe général (Hors intermédiation locative avec un organisme tiers social) :

Le propriétaire-bailleur, avec l'ANAH, décide de pratiquer une décote de 15%, la réduction d'impôt est de 15%.

ou

Le propriétaire-bailleur, avec l'ANAH, décide de pratiquer une décote de 35%, la réduction d'impôt est de 35%.

Résumons-nous : la réduction d'impôt = X% x LOYERS

ZOOM JURIDIQUE



Exemple :

70 m², loyer intermédiaire - réduction impôt 15%

Le bailleur à un TMI de 11%.

Rappel : le loyer est en fonction de la superficie et de la composition famille-revenu)

Loyer mensuel marché 839€ x 12 = 10 068€

Loyer mensuel abordable 839€ -15% = 713€ x 12 = 8 556€

1/ Hypothèse loyer marché (Charges déductibles du revenu foncier 1 000€)

Revenu foncier hypothèse marché : 10 068€ – 1 000€ = 9 068€

TMI 11% = 997€ soit revenu net après impôt : 8 071€

CSG sur 9 068€ (17,20%) = 1 559€

Revenu foncier disponible : 8 071€ – 1 559€ = **6 512€**

2/ Hypothèse louer abordable (Charges déductibles du revenu foncier 1 000€)

Revenu foncier louer abordable (10 068€ – 15%) – 1 000€ = 7 556€

TMI 11% = 831€ soit revenu net après impôt : 6 725€

CSG sur 7 556€ (17,20%) = 1 299€

Revenu foncier disponible : 6 725€ – 1 299€ = 5 426€ + réduction d'impôt de 15% sur revenu brut de 8 556€

Soit 5 426€ + 1 283€ = **6 709€**

En conclusion, gain : 6709 – 6512 = 197€

Remarque : avec une décote de loyer de 30%, la réduction sera bien tendu porté à 35%, l'impact sera plus important.

VOTRE FORMATION RÉGLEMENTAIRE DCI 7H

Vous n'avez pas encore eu le temps de suivre votre formation réglementaire DCI 7 heures ? C'est le moment de vous inscrire au plus vite pour la boucler impérativement avant le 31 janvier 2022 !

Nous vous proposons une formule adaptée à votre emploi du temps, en effet, notre formation en 100% e-learning permet d'avancer au gré de ses disponibilités : entre 2 rdv, en fin ou en début de journée, durant la pause déjeuner ...

Au programme de la DCI 2021 (Directive Crédit Immobilier) 7H :

1. Le devoir de conseil de l'IOBSP (15 mn)

- Les obligations du courtier
- Le devoir de conseil : cas pratique
- La distinction avec le service de conseil
- Quiz intermédiaire

2. Comprendre les enjeux du RGPD (60 mn)

- La perte de données
- Définitions et enjeux
- Les grands principes du RGPD
- Réagir face à une violation des données
- Cas pratiques
- Quiz intermédiaire

3. Communiquer sur vos supports de manière conforme (20 mn)

- Communiquer sur les réseaux sociaux
- Communiquer sur les prospectus et les correspondances
- Zoom sur l'ARPP
- Nos conseils pour votre site internet

4. LAB FDT : Etudes de cas, quelles sont les obligations des IOBSP ? (45 mn)

- Qu'est-ce que le blanchiment d'argent
- Le Tracfin
- Qui doit déclarer ?
- Qui peut vous contrôler
- Cas pratiques
- Quiz intermédiaire
- Quiz intermédiaire

5. La distribution du prêt consommation (60 mn)

- Les caractéristiques de la loi Lagarde
- Les produits concernés
- Droits et obligations de l'emprunteur et du conjoint non co-emprunteur
- Les modalités de garantie
- Les explications à fournir pour assurer une bonne information
- Les documents et supports de communication
- Quiz intermédiaire

6. La défiscalisation immobilière (80 mn)

- a. Le dispositif Pinel
- b. Le dispositif Malraux
- c. Les Monuments historiques
- d. Quiz Intermédiaire

7. La sécurité informatique (40 mn)

- a. La messagerie
- b. Les mots de passe
- c. La navigation sur Internet
- d. Le nomadisme des salariés et la sécurité informatique
- e. Quiz intermédiaire

8. Les nouvelles normes de l'habitat et leur financement (50 mn)

- a. La RE 2020
- b. Les dispositifs de rénovation énergétiques et leur financement
- c. Quiz intermédiaire

9. L'auto-régulation du courtage en prêt et en assurance (20 mn)

- a. Janvier 2021 : 1 ère étape avec le vote de la loi à l'Assemblée nationale
- b. La chronologie des événements
- c. Impact sur l'organisation des métiers
- d. Quiz Intermédiaire

10. Les étapes incontournables d'un projet immobilier (20mn)

- a. Valeur ajoutée
- b. Process relationnel
- c. Quiz intermédiaire

Quiz final (70 % de bonnes réponses sont nécessaires pour valider la formation et obtenir l'attestation de réussite)

Vous pouvez acheter votre formation [ici](#)

Et comme nous pensons déjà à la version 2022, nous souhaiterions connaître vos besoins pour la DCI de l'année prochaine. Nous vous remercions de bien vouloir prendre quelques minutes pour répondre à nos quelques questions en suivant ce [lien](#)



Pour plus d'informations, contactez Sandra Parnisari au 06 85 839 251 ou sur s.parnisari@axelerance.fr

LA DIGITALISATION DU COURTAGE

De nos jours, la digitalisation affecte de très nombreux secteurs en les modifiant en profondeur. Mais qu'en est-il de la digitalisation dans le courtage ?



En préambule, expliquons succinctement ce qu'est **la digitalisation**.

La digitalisation décrit le procédé qui transforme les processus traditionnels (objets, outils, professions,...) en les rendant plus performants grâce aux technologies digitales. C'est un phénomène qui existe depuis l'arrivée de l'informatique et d'internet. Elle a modifié en profondeur le fonctionnement de nombreux secteurs dont celui des courtiers en assurance.

Quels facteurs rendent la transformation digitale du courtage inévitable ?

Il faut d'abord évoquer le renforcement des obligations réglementaires.

Le législateur a eu un impact non-négligeable dans le courtage afin de **mieux protéger les assurés** : l'Union Européenne a mis en place un nombre conséquent de réglementations pour contrôler et limiter les abus du secteur.

Plusieurs types d'obligations ont émergées :

- La réglementation **KYC** (Know Your Customer) imposant aux courtiers la vérification de l'identité des souscripteurs
- La **RGPD** (Règlement Général sur la Protection des Données) encadrant le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union européenne
- La **DDA** (Directive sur la Distribution d'Assurance) qui a pour principe que tout distributeur d'assurance doit agir de manière honnête, loyale et non trompeuse, en accord avec le meilleur intérêt des clients

Notez bien qu'il n'est pas possible de déroger à ces obligations car l'ACPR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution) surveille attentivement le respect des réglementations.

Même si ces obligations permettent de cadrer les bonnes pratiques du secteur, elles peuvent être vues comme une **charge administrative importante**.

L'évolution des attentes clients

En parallèle de l'expansion d'internet, les attentes des clients se sont **transformées**. En effet, nous tenons pour acquis l'immédiateté des échanges entre les courtiers et leurs clients. Cette optique de fluidité permet d'accélérer les parcours d'achat, en contradiction avec l'augmentation des charges administratives liées aux nouvelles obligations. C'est au courtier qu'il revient d'**harmoniser**

Quels enjeux pour la transformation digitale du courtage ?

La maîtrise des données : une compétence essentielle

Pour développer son activité de façon pérenne, le courtier doit impérativement prendre en compte la maîtrise des données. La réglementation des données a considérablement évolué ces dernières années avec les habitudes des courtiers concernant leur exploitation des données. En effet, au départ la quantité de données exploitables était limitée : le courtier se basait sur les déclarations de ses clients qui pouvait négliger certains détails en sa faveur. Avec le développement d'internet, les courtiers peuvent consulter des statistiques facilement et adapter leur offre en fonction des données récoltées.

Autrefois, les informations des produits financiers n'étaient accessibles que pour les acteurs financiers mais de nos jours, tout le monde peut se faire un avis avant d'acheter via les avis clients. **Cette accessibilité est un avantage pour le client et le courtier**, encore faut-il connaître et contrôler ces données.

Avec la mise en place le 25 Mai 2018 de la RGPD, il devient obligatoire de se conformer au RGPD rassemblé en ces 6 + 1 grands principes :

- La minimisation des données collectées
- L'exactitudes des données collectées
- La limitation des finalités (réduire au maximum l'exploitation des données)
- La sécurité des données collectées
- La limitation dans le temps des données collectées
- La licéité, la loyauté et la transparence des données c'est-à-dire l'obligation d'information lors de la collecte de données
- L'entreprise doit respecter ces 6 principes : cela fait partie de sa responsabilité. Elle doit aussi apporter la preuve du respect de ces principes

Pour les entreprises traitant des données à grande échelle, elles doivent **désigner un DPO (Data Protection Officer)** ou Délégué à la protection des données en français. Il est chargé de toutes les actions entourant la protection des données personnelles.

Les missions du DPO :

- Informer et conseiller l'organisme au sein duquel il exerce ses fonctions ainsi que les employés de cet organisme.
- Contrôler le respect du règlement et du droit national consacré en matière de protection des données personnelles
- Proposer à son organisme d'établir une analyse d'impact relative à la protection des données et de s'assurer de son exécution.
- Être disponible pour répondre aux questions des personnes concernées.
- Assurer une coopération avec l'autorité de contrôle locale.

En conclusion, le DPO est essentiel pour permettre à un organisme traitant des données personnelles de s'assurer qu'il respecte la réglementation applicable dans le cadre de la protection des données personnelles et de la vie privée.



NUMÉRIQUE

Appuyer l'omnicanal

Vous vous en doutez, le covid a permis **d'accélérer la digitalisation du courtage**. Avec l'obligation du télétravail, les courtiers n'ont pas eu d'autre choix que de s'adapter et donc de garder contact avec leurs clients via les réseaux, mail et téléphone. Il est donc devenu vital de revoir sa stratégie et de choisir une stratégie omnicanal pour comprendre au mieux ses clients.

Mais pour commencer, vous vous demandez peut-être ce qu'est une stratégie omnicanal ?

A contrario d'une stratégie multicanal qui multiplie les canaux mais sans les relier entre eux, une stratégie omnicanal consiste à utiliser simultanément et de manière interconnectée tous les canaux de contact disponibles (le physique et le digital) dans l'entreprise. L'objectif est d'analyser l'expérience client sous tous ces angles pour mieux comprendre les attentes ainsi que les comportements des consommateurs.

Pour y parvenir, il faut répertorier tous les points de contacts et les canaux que les acheteurs peuvent utiliser pour entrer en communication avec la marque. Une fois identifiés, cartographier les points de contact permet de **visualiser le parcours client de manière claire et optimale**. C'est en étudiant chaque point de contact et en récoltant les commentaires des clients qu'une marque va être en mesure de savoir quels points sont à optimiser pour améliorer l'expérience client globale.

Au final, la mise en place d'une stratégie omnicanal **améliorera la cohérence des parcours en ligne**. Les clients seront ainsi en mesure de procéder à la souscription bien plus rapidement et même modifier leurs contrats en quelques minutes. Combiner une offre physique avec des services en ligne constitue un **pilier d'évolution important du métier**.



AXELERANCE
 BOOSTEZ VOS PERFORMANCES

NOTRE ÉQUIPE VOUS SOUHAITE

UNE EXCELLENTE ANNÉE **2022**



Le mot de l'équipe

« Nous vous remercions sincèrement pour la confiance que vous avez placée en nous cette année. C'est le moteur qui nous permet d'améliorer constamment notre contenu. Toute l'équipe vous souhaite le meilleur pour 2022 ! »



01 88 32 54 74



contact@axelerance.fr

ACTIVITÉS ET SERVICES

Contact : contact@axelerance.fr
 Tél : 02 31 34 39 27

La newsletter « Décryptages »
 est éditée par Axélérance Conseil

Directeur de publication : Bertrand Jouanne

Conception : Axélérance Conseil

Contact : contact@axelerance.fr

Crédit photo : Unsplash, Fotolia, Pixabay

Audit, conseil et structuration des cabinets de courtage

Formation et certification des intermédiaires en financement

Plateforme réglementaire et juridique
 Courtier-Online

SARL FEREOL au capital de 8 000 € - RCS Caen : 517 559 910 – N° ORIAS 13008407
 RC Pro Hyalin Assurances N° FN36181 conforme aux articles L512-6 et L512-7 du Code des assurances et AXA
 N°43838085204/E/BEL6617/FXA



AXELERANCE
 BOOSTEZ VOS PERFORMANCES