

Avant-propos de *Histoire du crédit à la consommation*

(La Découverte, Paris, 1994)

L'attention publique récente portée au crédit à la consommation peut être perçue comme un véritable déferlement médiatique. Certains y voient le signe d'une orchestration maligne, d'autres un simple effet de mode.

À l'occasion de l'élaboration et de la discussion de lois ou de directives européennes, le crédit à la consommation se retrouve chaque fois sous les feux de la rampe pour devenir un sujet d'intérêt les plus communément partagés concernant la vie quotidienne.

Après avoir connu un sommet aux États-Unis au moment du réaménagement de la loi sur la faillite personnelle en 1984, à peu près en même temps que le Japon se passionnait pour les méthodes de recouvrement, le débat s'est emparé des pays européens. Il culmine en Grande-Bretagne, attisé par la récession, au début des années 1990 et en France, lors de l'établissement de la loi Neiertz du 31 décembre 1989.

Mais alors qu'aux États-Unis et, dans une moindre mesure en Grande-Bretagne, le débat se voit préparé et environné d'une réflexion approfondie faisant largement appel aux universitaires dans les domaines de l'impact économique du crédit à la consommation et de son rôle social, rien de tel n'existe en France ou dans les autres pays qui, comme la Belgique, l'Espagne ou l'Italie, redéfinissent leurs principes de fonctionnement en la matière. Il en est de même au niveau européen : la préparation des directives, si importante pour chacune des législations nationales, n'y est que l'écho d'un champ clos. L'ingrédient majeur de ces débats se limite le plus souvent à une observation lointaine du marché, sans apport réel de réflexion socio-économique. Y domine donc le seul champ d'image. Pour ne pas parler des stéréotypes largement véhiculés par l'histoire...

Sur décor d'excessive Amérique et sur fond de plongée dans le monde des anciennes usures, la littérature s'est depuis longtemps emparée du cliché : trop de crédit engouffre les

faibles ménages dans une spirale de faillite morale et matérielle ; Arthur Miller, terminant *Mort d'un commis voyageur* par le paiement d'une dernière mensualité aussi libératrice qu'incongrue après le suicide du chef de famille, répond à Elsa Triolet qui, dans *Roses à crédit*, montre l'effet dévastateur, et là aussi mortel, d'une envie débridée d'appareils ménagers devenus impossibles à rembourser.

Ce sont là les deux ouvrages récents les plus connus où le crédit est présenté comme un véritable protagoniste de la vie quotidienne. Le fait qu'ils aient été écrits l'un et l'autre durant les années 1950, c'est-à-dire en plein démarrage de cette période de transformation sociale qu'on a appelée les « trente glorieuses », n'est pas sans faire signe. Plusieurs échelons au-dessous, en une sorte de récupération des mentalités dominantes par le kiosque de gare, le crédit a également connu son heure de gloire sous forme de l'anecdote *revolver*, comme pour préparer les fameux comptes *revolving* ! Le héros le plus courant du « polar » californien de ces années-là n'est-il pas l'agent de recouvrement des établissements de crédit ? Le genre est maintenant tombé aux oubliettes, très certainement parce que le collecteur extérieur se voit remplacé par des standards téléphoniques « tutellés » par ordinateur !

Cette littérature du poissard insiste sur les effets apparents du recouvrement et non plus sur l'angoisse intérieure ressentie par bien des clients devant le « tunnel » que représente la succession des mensualités, comme l'indiquent toutes les études qualitatives sur le sujet et comme l'a parfaitement exprimé Arthur Miller dans sa pièce. Cette façon d'extérioriser l'effet du crédit renvoie inmanquablement à l'idée de pression sociale souvent liée à l'acte de recouvrement et souvent mise en cause pour les excès qu'elle peut ou qu'elle a pu entraîner.

Curieusement, et contrairement à la réalité, à la fois en termes macroéconomiques pour ce qui est du poids relatif des encours et en termes microéconomiques pour ce qui est de son influence dans les budgets familiaux, le crédit à la consommation subit le ricochet majeur de cette mauvaise image sociale, alors que le crédit immobilier se drapait dans la saine utilité du logement. Superfluité des achats dits de consommation ! Une voiture pour une entreprise est considérée comme de l'équipement, donc comme un investissement producteur de valeur morale ; pour un ménage, elle perd sa qualité d'équipement, par là-même sa valeur morale ! Seule la maison échappe à ce déni.

L'illustration la plus caricaturale de cet état des mentalités nous vient évidemment d'Amérique : le *cottage* des banlieues établies fait dorénavant partie du cursus de la *middle America*, et on peut aisément prêcher le dimanche pour son modèle à crédit ! En revanche, le *mobil-home* des nouvelles frontières est considéré comme l'exemple type du crédit dévorant. Or, les professionnels le démontrent, il y a souvent plus de faillites personnelles en *cottage* qu'en *mobil-home*, pour la simple raison qu'il y a plus de *cottages* et de chômage en zones de reconversion et plus de *mobil-homes* et de créations d'emplois en zones de défrichement...

Mais l'un est immeuble et l'autre meuble. Or depuis le Code civil, cela fait partie du cliché par amalgame : en fait de meuble, la possession, donc le crédit, vaut titre de mauvaise image ! C'est là l'une des teintes de fond de ce produit dont le nom, crédit à la consommation, *credito al consumo*, *Konsum Kredit*, le situe en plein champ de la morale du trop, alors que le crédit immobilier ou mieux encore hypothécaire rassure par l'enracinement de son nom et ses connotations morales du moins. Il y a dans cette opposition l'un des fondements des incompréhensions qui entourent le crédit à la consommation, notamment dans le monde de sa tutelle fonctionnaire, judiciaire, associative ou médiatique. Les Anglo-Saxons, plus pragmatiques, nuancent le concept : leur *consumer credit* n'est pas comme partout un crédit à la consommation, il est un crédit du consommateur.

Ce crédit qui surendette et précipite son débiteur à la perte de son statut social renvoie inévitablement aux vieux fantasmes de l'usure dont mécaniquement, parce que de montant réduit par rapport au crédit immobilier, il paraît se rapprocher en affichant des taux plus élevés ; dans les archétypes d'aujourd'hui, le trop de crédit, autrement dit le surendettement,

se substitue au trop d'intérêt comme représentation habituelle et même officielle du fléau social, bien que le trop d'intérêt continue son chemin souterrain comme justification non dite d'une morale de tradition. Comment pourrait-il en être autrement ? Cela fait des siècles que le terme de l'usure a envahi le moindre recoin de l'inconscient collectif, notamment dans l'Occident chrétien.

On connaît, depuis les travaux de Jacques Le Goff, l'extraordinaire conjonction née au début du Moyen Âge entre l'interdiction du prêt à intérêt (le vol du temps), l'invention du purgatoire et les premières pousses de l'esprit d'entreprise capitaliste. Cette trilogie est fondamentale pour la mentalité occidentale : au centre du balancement entre la sublimation de la vie terrestre grâce à l'idée d'entreprendre et l'autopunition de l'au-delà en plein mythe du rachat, se place la technique du crédit. C'est dire l'impact quasi totémique de toute manifestation le concernant. Depuis la Bible, les bibliothèques regorgent de sermons ou d'analyses le condamnant, et il n'est pas un *Jugement dernier* dans lequel il serait absent. On voit même Giotto composer le cycle entier des fresques de la fameuse chapelle Scrovegni à Padoue pour éviter à son commanditaire qu'il erre dans les enfers de l'usure.

Dès les débuts du Moyen Âge, cette instance philosophique commence à se déliter sous le coup de la réalité économique. Le premier à trouver des accommodements à l'interdit n'est autre que saint Thomas d'Aquin. Puis saint Antonin, l'archevêque de Florence, dont le mandat coïncide avec l'émergence de sa ville comme centre bancaire, élargit encore l'ouverture. Un siècle après lui, toujours dans le même esprit de conquête de liberté économique, les théologiens de Salamanque semblent déjà préparer le grand choc qui sera donné à la prohibition du crédit portant intérêt par les prêcheurs protestants.

Malgré cette lente maturation, on retrouve encore aujourd'hui dans la géographie du crédit à la consommation le vieil atavisme : les régions de tradition réformée sont celles du crédit personnel épanoui, les régions catholiques, celles d'un crédit plutôt crispé et fautif. « Dans les cantons protestants, c'est sans doute un peu plus dur en commercial, à cause des banques qui tiennent le marché ; dans les cantons catholiques attention au risque ! » Discours type du professionnel des régions mixtes d'Allemagne, de Suisse ou de Hollande...

Cette conscience d'œuvrer au cœur d'un des nœuds d'attraction-répulsion les plus féconds de la mentalité occidentale donne aux dirigeants d'entreprise de crédit à la consommation un esprit volontiers genevois, à l'instar du plus fameux d'entre eux, Kaminsky, le fondateur de KKB en Prusse-Orientale dans les années 1920 : du financement de bicyclettes, Kaminsky transforma KKB en première véritable banque du particulier en Europe à partir des années 1950 et fut l'initiateur en 1959 d'Eurofinas, dont la vocation demeure de prôner à la profession une déontologie d'extrême rigueur morale.

Il faudra plus de sept siècles à l'Église catholique pour dénouer le complexe : ce n'est que Vatican II qui transforme le dogme du purgatoire et en élimine les connotations liées à la pratique du prêt. Entre-temps, ou conjointement à l'échelle historique, les principaux mouvements se réclamant du socialisme ont réalisé leur *aggiornamento* concernant l'esprit d'entreprise et les valeurs attachées au crédit. D'un côté comme de l'autre, le père de famille ne possède plus de handicap philosophique pour se prétendre, non plus « l'aventurier des temps modernes », mais « l'entrepreneur » de la cellule sociale de base.

Il est clair pourtant que, entre une évolution doctrinale de cette ampleur et l'archétype populaire, subsistent bien décalages. Celui-ci demeure en effet le ferment le plus partagé de la fragilité de l'idée de famille-entreprise, le ferment donc de l'idée qu'il y a danger dès lors qu'il y a crédit. L'usure, toujours l'usure, le vieux syndrome du parasitisme social...

La littérature européenne s'est comme relayée pour en fixer le stéréotype. De Dante à Zola, de Shakespeare à Dickens, ou de Galdós à Balzac, l'usurier fait partie de la cohorte des personnages qui habitent notre inconscient collectif. Le portrait en est quasi toujours le même, dont les plus célèbres d'entre eux, Shylock et Gobseck, figurent le modèle pâle et fielleux.

Écoutons-en la dernière éclosion dans le ton prophétique des *Cantos* d'Ezra Pound qui, on le sait, se veulent l'héritage de toute la civilisation occidentale en une sorte de densité poétique. Deux chants entiers d'une rare violence lui sont consacrés : *Usura* assassine l'enfant au sein, les cadavres banquetent au signal d'*Usura*. Selon Pound, *Usura* ne serait la mère de rien, d'aucun métier, d'aucune activité, d'aucune œuvre d'art, le péché par excellence, le seul contre nature car lui volant sa substance même, le temps. On aura retrouvé dans ce texte, au demeurant magnifique, le torrent des images populaires et des arguments théologiques qui façonnent un des pans les plus avérés de notre mentalité : le crédit, c'est l'usure, et l'usure, c'est le mal.

Interdits religieux, interdits sociaux, images véhiculées par le langage (par exemple, l'usurier italien, *lo strozzino*, vient du verbe étrangler), connotations physiques et même raciales dont les débordements récents sous la forme du *juif Süß* figurent la culpabilité majeure de l'Europe, il n'y a rien d'étonnant à ce que tout discours sur le crédit à la consommation, le plus économétrique soit-il, se voit enveloppé, comme subtilement guidé, par ce tissu intellectuel et moral hérité de l'histoire. Le plus souvent, cela agit à la façon d'un inconscient muet mais actif, plus rarement aujourd'hui comme un drapeau théorique.

Ce courant chrétien, dont sans aucun doute la meilleure expression est donnée par la langue allemande qui confond dette et faute dans son mot *die Schuld*, s'appuie sur l'observation des pratiques traditionnelles. Il est évident que tant que le crédit a pour but une consommation souvent de soudure, donc strictement conjoncturelle, et qu'il est garanti par un gage – qui lui est durable –, sa justification morale est impossible et son rôle social parfaitement ambigu. Malgré la première tentative de moralisation qu'ont constitué les monts-de-piété de l'époque classique, ce déséquilibre du gage par rapport à une consommation éphémère tord le système dans son ensemble en favorisant des comportements prônant le chantage comme règle de sociabilité. Telle était la norme dans toutes les sociétés anciennes.

Elle perdure aujourd'hui dans les pays sous-développés, soit sous sa forme coutumière, soit malheureusement de plus en plus sous une forme urbaine souvent interlope. Mais considérer ces archaïsmes comme du crédit pur et simple et les amalgamer aux pratiques de marché des pays développés relève de l'œillère méthodologique ou de l'hypocrisie politique. Le simple fait que les remboursements ces dits crédits s'effectuent en majorité sous la forme de services plus ou moins occultes en transforme la nature profonde, les classant nettement dans le champ des clientélismes à la fois protecteurs et oppresseurs.

À cette sociabilité traditionnelle des villages mélangeant salaire, dette et assistance qui se dévoie dans les bidonvilles en *mafia* de la nécessité, s'oppose depuis la fin du XIXe siècle une fonction nouvelle du crédit tendant à l'intégration sociale de celui qui l'utilise. L'apparition du salariat industriel possède son corollaire obligé dans la gestion d'un budget purement monétaire du ménage, d'abord hebdomadaire, puis bihebdomadaire, aujourd'hui mensuel. Le crédit devient donc l'instrument graduellement le plus courant de l'anticipation des recettes du travail. Aux vieux argumentaires vantant quelquefois naïvement le crédit comme « la forme moderne de l'épargne », répondent les analyses approfondies des économistes et des sociologues qui en montrent la réalité : au plan de la société dans sa globalité, le crédit permet une intégration sociale remarquable ; au plan de l'économie privée, il constitue la première phase d'un cycle de vie, celui de l'équipement du ménage, qui se transforme peu à peu, entre quarante et cinquante ans, en phase d'épargne destinée à préparer retraite et transmission du patrimoine.

Le crédit à la consommation possède évidemment sa place dans ce processus, moins nettement que le crédit immobilier certes, à cause de la perte de valeur progressive des biens achetés, mais avec exactement la même vertu d'enrichissement planifié par acquisition de biens. S'agissant là de la partie la plus généralement admise car la plus apparente d'un statut

social, le crédit à la consommation contribue à cette valorisation de soi qu'on acquiert par la symbolique intime du standard de vie.

Ce qui est parfaitement clair et compréhensible par le moindre ménage qui s'équipe ou par le plus jeune apprenti d'un établissement prêteur se résume en un constat socio-économique d'une simplicité extrême : afin qu'il y ait enrichissement pour le ménage, donc meilleur risque pour le *creditman*, il convient de respecter la vieille règle de bon sens qui dit que la durée de remboursement d'un crédit ne doit jamais excéder la durée d'usage du bien. Il n'y aurait qu'une règle à l'étude d'un dossier de crédit, ce serait celle-là tant elle est porteuse d'équilibre et de raison en termes de projection de soi dans un cycle de vie.

Avec le prêt personnel et plus encore avec les cartes de crédit, les choses apparemment se compliquent. Il n'y a plus de lien objectif et certain avec un équipement, il existe même une possibilité de déliquescence dans le cas du prêt personnel ou d'emballlement dans celui de la carte de crédit par le futile, l'éphémère ou l'inutile. De toute façon, du négatif en termes d'enrichissement...

La coïncidence historique entre le développement de ces produits, d'abord aux États-Unis puis en Europe, et l'apparition d'une nouvelle méthode d'étude fondée sur le *score* personnel, autrement dit une note synthétique de comportement probable, correspond parfaitement à ce changement d'optique. L'appréciation de l'enrichissement n'est plus liée à l'objet, mais à la capacité supposée du demandeur de bien gérer son budget. Évolution essentielle dont nous commençons à peine de vivre le déploiement. Sociologiquement, elle signifie une plus grande autonomie dans la décision des ménages, donc une meilleure conscience de leur fonction de cellules microéconomiques à la recherche de leur épanouissement.

Mais, dira-t-on, *quid* de l'achat d'impulsion, de l'influçabilité des ménages, pour ne pas évoquer l'emprise du vendeur (le fameux *hard-selling* des manuels américains...) ou encore la capacité physique de remboursement, le surendettement ? Tout cela est vrai. Bien que toujours marginal par rapport au marché, cela a existé, cela continue d'exister, indépendamment des législations dites de protection du consommateur et de la prudence des établissements prêteurs. Pour ces derniers, un non-contrôle des apporteurs d'affaires ou des procédures d'autorisation amène toujours au même résultat, un gonflement du risque. Autrement dit, soit une perte de rentabilité s'ils veulent rester compétitifs, soit une marginalisation dans le marché à cause de taux trop élevés.

L'exemple anglo-saxon est à cet égard plein d'enseignements. Il conjugue en effet une culture financière des ménages bien supérieure à celle des pays latins et la mise à disposition de multiples produits financiers de plus en plus détachés des biens d'équipement, et de plus en plus liés à une gestion optimisée du cycle de vie (consommation, trésorerie, investissement, épargne et prévoyance, concepts de mieux en mieux compris par les ménages auxquels répondent les banques et les établissements spécialisés de façon de plus en plus élaborée). Par opposition, en une sorte de filet de rattrapage pour accidents de parcours, se développe la consolidation gagée de l'ensemble de ces créances. *Second mortgage* en Grande-Bretagne ou *home equity loan* aux États-Unis, certains ménages trouvent leur bouée de sauvetage dans la mise en hypothèque de leur patrimoine immobilier. On voit bien ce que cette pratique possède d'ambigu, à la fois saine morale de l'immeuble et renvoi aux anciens usages du crédit de soudure.

On sait que la mise en œuvre de ces hypothèques est rare à cause de son dégât évident pour tout le monde. On convient généralement aussi que ces produits, dont le risque social est fonction de leur utilité à rattraper le dérapage dans le cycle de vie, valent mieux que l'exclusion temporaire de société à laquelle aboutit la faillite civile, telle qu'elle est admise aux États-Unis. Malheureusement, en cas de crise économique, la bouée de sauvetage se révèle insuffisante. C'est ce qui est survenu en Grande-Bretagne ces dernières années.

A contrario, et grâce à ces exemples extrêmes, s'esquisse le rôle éminent du crédit à la consommation, celui de la valorisation sociale. Pour éclairer cette fonction, le fait doit être souligné qu'une part importante de ses clientèles a toujours été constituée de jeunes couples, ouvriers et employés, souvent immigrés récents dans leurs villes. Aux Auvergnats débarquant à Paris et s'équipant grâce aux fameux bons Dufayel de la fin du XIXe siècle correspondent aujourd'hui très exactement les ouvriers calabrais de Turin, les Turcs de la Ruhr ou les jeunes Beurs de nos périphéries. Représentant selon les pays et les sociétés jusqu'à 30% des dossiers de crédit produits, ils figurent eux aussi l'un des points de questionnement du système.

À l'instar des anciennes ligues de tempérance, les associations de consommateurs voient dans leur surdésir de s'intégrer, donc de consommer, le risque majeur du surendettement, donc de marginalisation. À l'inverse, mais avec la même volonté d'y mettre fin, certaines critiques de gauche reprennent la vieille antienne développée par Jean Baudrillard faisant du crédit à la consommation le plus puissant intégrateur qui soit à la société capitaliste occidentale. Quant aux universalistes les plus utopiques, ils envisagent le droit à crédit comme sous-produit d'une non-discrimination poussée à l'extrême.

Entre ces trois courants, l'archéo-chrétien, l'archéo-marxiste et l'archéo-jacobin, les professionnels du crédit savent évidemment, pour le mesurer tous les jours, que ces clientèles constituent un risque supérieur aux autres, mais que ce n'est pas une raison pour introduire dans leurs critères de refus un subjectivisme discriminatoire. Ils savent également qu'il s'agit, plus encore que pour les autres catégories, de clients qui recherchent un statut social par leur équipement. Et que l'intégration sociale constitue la première marche de la valorisation de soi...

Plus soucieux des cas individuels qu'ils rencontrent et des observations statistiques qu'ils en tirent que de théorisations quelquefois ambiguës, les vrais professionnels poursuivent leur chemin fait de concret. Qu'ils soient philosophiquement conscients de leur rôle et de leur utilité sociale, à la limite peu importe. En effet, tout abus éventuel de leur part se retourne automatiquement contre eux : abus d'intempérance pour un nouveau client, leur risque se dégrade ; abus d'ascendance pour un mauvais recouvrement, leur image se défait. Au bout du compte, une auto-élimination car, selon la règle bien connue, le mauvais client chasse le bon. Trop de risque augmente les tarifs, pas assez d'image ampute les marchés.

Par où qu'on le prenne, le crédit à la consommation possède ses contrepoids internes. Le marché le sait depuis longtemps pour en modérer quotidiennement son action. C'est ce que semblent ignorer ses différentes tutelles, qui cherchent en permanence à lui imposer des contrepoids externes, aboutissant le plus souvent à alourdir les procédures, donc les comptes d'exploitation, donc le coût du crédit.

Comme un refrain à son manque d'utilité socio-économique, le coût du crédit revient sans cesse. Dans la bouche des professionnels pour justifier tel ou tel aspect de leurs politiques, dans celle aussi de leurs contempteurs tous azimuts : le crédit est cher, le crédit est inflationniste, il déséquilibre la balance commerciale, le coût du crédit est antiéconomique, antisocial, antinational, antimoral... Extraordinaire convergence de reproches variant selon les époques et les interlocuteurs : les pestes évoluent, mais il existe toujours une peste dans la société et, qui plus est, chacun façonne sa propre peste à son regard ! De droite, de gauche, les pestes généralement s'annulent, sauf pour le crédit à la consommation où elles se cumulent dans la plus grande incohérence.

Face à ce débordement qui rejaillit jusque dans la vie privée des milliers d'employés des établissements spécialisés à travers l'Europe par une sorte de reproche familial latent, les professionnels sont souvent tentés soit d'argumenter sur les pointes d'épingle auxquelles on les entraîne, soit d'enjoliver leur propre métier de considérations aussi douteuses que celles utilisées par leurs adversaires. À la balance commerciale que le crédit à la consommation détériorerait fortement, ils opposent de tradition le soutien à l'industrie française de

transformation. Aucun des deux arguments ne résiste à l'analyse. Ils font pourtant partie de cette polémique nourrie depuis longtemps à l'inconscient historique qui fait écran entre la réalité du crédit à la consommation et un jugement serein à son sujet.

Le but de ce livre est de contribuer à lever l'écran. Il ne prétend nullement être une défense et illustration, ni une thèse exhaustive, non plus qu'un livre blanc destiné à convaincre tel ou tel décideur. Il est simplement une promenade à travers l'histoire engagée par deux collaborateurs d'un établissement spécialisé dans le crédit aux particuliers qui, lassés de sentir un opprobre diffus autour de leur activité, sont partis à la recherche de leur identité professionnelle en remontant aux sources de leur métier. Cette promenade consiste à essayer de retrouver dans le tréfonds des traditions idéologiques de l'Occident le pourquoi d'une telle image négative, puis de retracer l'histoire réelle des pratiques du crédit à la consommation.

Une première partie traitera donc des temps anciens où, face à des techniques de crédit qui se cherchent, s'élaborent des théologies contraires. Une seconde partie analysera l'histoire récente où se mêlent le développement du crédit à la consommation en tant que tel et la rémanence plus ou moins marquée des anciens interdits. Parce qu'en cette affaire la césure opérée dans les mentalités par la Réforme et les différences qu'elle a suscitées dans l'histoire du développement économique sont encore si présentes, les principaux pays étudiés seront les États-Unis et la Grande-Bretagne d'un côté, la France de l'autre.

Situé au cœur de nos vies modernes tout en pâtissant d'archaïsmes légués par des millénaires d'interdit ou de honte, le crédit à la consommation n'est ni plus ni moins responsable qu'un autre secteur économique des flottements ou des errements de la société elle-même. Il y prend sa part certes, plus comme un facteur d'intégration sociale que de croissance économique, mais à sa mesure, c'est-à-dire sans excès et au rythme normal d'évolution de nos sociétés. Pour la simple raison que, chez lui, l'excès est mortel. Il existe une véritable transition de l'utilisation du crédit dans le budget des ménages comme il en existe une en matière démographique. Elle est simplement la preuve d'une adaptation des pays qui la vivent au modernisme. Autrement dit, le crédit à la consommation est un des meilleurs indices qui soit de l'état d'avancement d'une société.