



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Prets

Question écrite n° 40735

Texte de la question

M. Daniel Mandon attire l'attention de M. le ministre de l'économie et des finances sur la prolifération des offres alléchantes que proposent certains établissements financiers en matière de prêt. Il lui cite le cas d'une personne qui a reçu dans sa boîte aux lettres un document sur lequel « il ne manquait plus que son accord pour qu'elle reçoive un chèque de 40 000 francs ». Les mentions concernant les remboursements et le taux du crédit figuraient bien évidemment en petits caractères. Aucun justificatif de ses ressources et de son endettement éventuel n'était exigé. De telles pratiques engendrent fréquemment des situations d'une extrême gravité. En effet, il est tentant de répondre à plusieurs de ces offres et d'entrer dans l'engrenage du surendettement. Même si chaque citoyen doit s'informer et ne pas s'engager au-delà de ses capacités de remboursement, il serait cependant souhaitable de limiter cette diffusion publicitaire à caractère financier lorsque l'emprunteur n'en fait pas expressément la demande. Il lui demande quelles mesures il envisage de prendre afin de contrôler cette pression que les organismes financiers exercent sur les consommateurs quelquefois trop facilement tentés par ces crédits trop simples à obtenir.

Texte de la réponse

La législation actuelle comporte des dispositions destinées à protéger les consommateurs qui, sans en avoir fait la demande, se voient proposer des offres de biens ou de services, soit par visite à domicile, soit par démarchage postal, téléphonique ou telematique, ou par tout autre moyen. Ainsi, l'article L. 122-9 du code de la consommation dispose que sera puni d'un emprisonnement de un à cinq ans et d'une amende de 3 600 francs à 60 000 francs ou de l'une de ces deux peines seulement, quiconque aura abusé de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour lui faire souscrire des engagements au comptant ou à crédit, à la suite notamment d'un démarchage par téléphone ou télécopie ou à la suite d'une sollicitation personnalisée. S'agissant plus spécifiquement du crédit à la consommation, l'article L. 311-4 du code de la consommation dispose que toute publicité, quel que soit son support, doit préciser l'identité du prêteur, la nature, l'objet et la durée de l'opération proposée ainsi que le coût total et, s'il y a lieu, le taux effectif global du crédit et les perspectives forfaitaires. En outre, doit être précisé le montant, en francs, des remboursements par échéance ou, en cas d'impossibilité, le moyen de le déterminer. Les dispositifs de protection décrits ci-dessus ne sauraient toutefois dispenser les consommateurs d'une extrême vigilance, dès lors qu'ils se trouvent en présence, sans en avoir manifesté le souhait, d'offres de crédit déjà prérédigées et dont la présentation peut se révéler trompeuse pour des personnes non averties. De fait, divers facteurs contribuent à réduire le nombre de comportements commerciaux abusifs à l'encontre des consommateurs : la nécessité pour les établissements de crédit de sélectionner rigoureusement leur clientèle afin d'éviter les incidents de paiement, ainsi que le souci de leur image de marque, qui passe, entre autres choses, par le respect de certaines règles déontologiques.

Données clés

Auteur : [M. Mandon Daniel](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 40735

Rubrique : Banques et établissements financiers

Ministère interrogé : économie et finances

Ministère attributaire : économie et finances

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 8 juillet 1996, page 3604

Réponse publiée le : 21 octobre 1996, page 5531