



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

crédit

Question écrite n° 10845

Texte de la question

M. Jean-Yves Besselat appelle l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur l'utilisation de certaines cartes de crédit. Le crédit renouvelable relève du code de la consommation, pour l'offre initiale (art. L. 311-9) ainsi que pour le délai de sept jours (art. L. 311-15). Si le « délai de sept jours » est respecté par les professionnels, l'offre initiale est méconnue des magasins. Ils refusent, en effet, de remettre le contrat aux particuliers pour étude et exigent la signature du contrat sur-le-champ. Or, il est très facile d'obtenir ce type de carte, puisque les sociétés financières vantent tous les avantages qui y sont liés (promotions, caisses spécifiques, gestion souple du crédit, réserve d'argent, etc.) et taisent totalement le taux fort qui les accompagne. Au fil des années, le crédit à la consommation, conçu initialement afin de se procurer des biens durables, évolue vers un crédit de trésorerie, dont l'une des formes modernes est la carte. Or, les consommateurs utilisent ces cartes afin de bénéficier de promotions et essaient de les accumuler. Cette disponibilité de trésorerie est évidemment virtuelle et bien souvent néfaste pour le budget familial : ce « crédit perpétuel » mériterait d'être plus encadré dans l'intérêt même des consommateurs. Ainsi, il semblerait normal que l'octroi des crédits engage la responsabilité des sociétés financières qui prêtent sans se préoccuper du taux d'endettement des consommateurs. Il lui demande s'il entend ainsi limiter l'utilisation et le nombre de ces cartes.

Texte de la réponse

La France a connu ces dernières années un large développement des crédits à la consommation destinés aux particuliers. Ceux-ci représentent aujourd'hui une part importante du total des crédits consentis aux ménages français et recouvrent des formes très diverses, qu'il s'agisse de crédits affectés (destinés à financer l'achat d'un bien ou d'une prestation de service déterminée : vente à tempérament, location avec option d'achat notamment) ou de crédits non affectés (prêt personnel, crédit renouvelable ou crédit permanent par exemple). Le crédit renouvelable, qui consiste en une ligne de crédit utilisable à tout moment, est en effet souvent associé à une carte. Ce type de crédit à la consommation a connu récemment une très forte progression pour représenter aujourd'hui environ un quart de l'encours de trésorerie aux particuliers. Cependant, la banalisation de l'usage de cartes de crédit à la consommation, facilitée par le développement des techniques commerciales et notamment publicitaires, n'apparaît pas aujourd'hui, en dépit des apparences, comme un facteur particulier de surendettement. Il semble, au contraire, que les consommateurs français, dans leur ensemble, aient acquis aujourd'hui une maîtrise satisfaisante des techniques du crédit à la consommation, dont l'usage s'est considérablement banalisé dans la plupart des pays développés. Il convient de souligner que les enseignes commerciales qui proposent à leurs clients des cartes privatives associées à des crédits renouvelables travaillent en partenariat avec des établissements financiers qui constituent les prêteurs et les véritables émetteurs de ces cartes. Or les établissements de crédit, spécialisés ou non, émetteurs de cartes associées à des crédits à la consommation s'efforcent de procéder à une sélection rigoureuse de leur clientèle, dans la mesure où les incidents de paiement constituent pour ces établissements des coûts supplémentaires qui pèsent sur leur résultat d'exploitation. C'est pourquoi, avant d'octroyer un crédit à un particulier, les établissements consultent leurs fichiers internes, ainsi que le Fichier national des incidents de remboursements de crédits aux

particuliers (FICP) géré par la Banque de France. En outre, pour chaque demande de crédit, le potentiel de solvabilité des débiteurs est aujourd'hui évalué avec précision grâce à des méthodes de scoring. En ce qui concerne la publicité relative au crédit, celle-ci doit respecter des règles définies par le législateur. En effet, l'article L. 311-4 du code de la consommation soumet les établissements prêteurs à un certain nombre de contraintes comme la mention obligatoire des éléments déterminants du contrat de crédit (nature et durée de l'opération, coût total du crédit, taux effectif global, montant des remboursements...). En outre, la plupart des établissements de crédit, en sus des dispositions légales mentionnées ci-dessus, contribuent de leur côté à l'information de la clientèle par des dispositifs spécifiques tels, par exemple, des guides d'accueil, des relevés mensuels détaillés et des services de renseignements par téléphone. Enfin, le code de la consommation prévoit expressément les sanctions applicables en cas de non-respect des formalités prescrites aux articles L. 311-8 à L. 311-13, parmi lesquelles figure la remise obligatoire d'une offre préalable pour le contrat initial lorsqu'il s'agit d'une ouverture de crédit renouvelable, assortie ou non de l'usage d'une carte de crédit (cf. article L. 311-9). Au regard de ces différents éléments, une réglementation plus stricte de la distribution de crédits à la consommation et de l'émission de cartes associées à certains de ces crédits n'apparaît pas utile.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Yves Besselat](#)

Circonscription : Seine-Maritime (7^e circonscription) - Rassemblement pour la République

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 10845

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 2 mars 1998, page 1125

Réponse publiée le : 18 mai 1998, page 2777