



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

crédit

Question écrite n° 51738

Texte de la question

M. François Sauvadet appelle l'attention de Mme la secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat et à la consommation sur les propositions formulées par l'Union fédérale des consommateurs de Côte-d'Or, pour rénover la législation relative au crédit à la consommation. Constatant certaines dérives des pratiques de distribution des crédits telles que le harcèlement publicitaire, des techniques commerciales agressives, un fonctionnement compliquée et des méthodes de recouvrement douteuses, l'UFC émet un certain nombre de propositions : assainissement de la publicité, obligation de mentionner clairement le coût total du crédit, interdiction des « primes au crédit », responsabilisation du prêteur lorsqu'il octroie un crédit à un consommateur dont la situation économique est gravement compromise, maîtrise des crédits renouvelables et suppression de la rémunération des vendeurs autres que les professionnels du crédit. Il souhaiterait connaître son avis sur ces différentes propositions et savoir si le Gouvernement entend rénover et adapter la législation relative aux crédits à la consommation.

Texte de la réponse

Les propositions formulées par « l'UFC Que Choisir », tendant à réformer la législation sur le crédit, ont été insérées dans une réflexion plus globale. En effet, le Gouvernement est particulièrement attentif à la protection du consommateur en matière de crédit. Il s'attache à garantir le respect des textes applicables et à assurer l'adaptation de ceux-ci aux évolutions constatées dans le secteur. Par ailleurs, il veille à prévenir les cas de surendettement causés par une accumulation de crédits. Dans cet esprit, le Conseil national de la consommation (CNC) a reçu mandat d'étudier les conditions d'une amélioration des règles relatives à la publicité sur le crédit et au fonctionnement des comptes permanents. L'avis relatif à la publicité sur le crédit à la consommation et aux crédits renouvelables, adopté par le CNC, réuni en séance plénière le 25 octobre dernier, contient un certain nombre de recommandations, appelant les observations suivantes. S'agissant de la publicité sur le crédit, les recommandations du CNC visent un triple objectif : la délivrance au consommateur d'un message publicitaire clair et loyal ; une clarification de la législation sur la publicité concernant le crédit gratuit et compensé ; l'encadrement et le contrôle des pratiques commerciales de certaines officines de prêts. En premier lieu, le CNC demande à ce que la publicité comporte clairement l'indication « prêt » ou « crédit » et qu'elle n'assimile pas le crédit à la consommation à une épargne ou à un complément de ressources. Il s'agit donc de permettre au consommateur d'être informé sur la nature réelle de l'opération. Cette exigence se retrouve déjà dans la rédaction de l'article L. 311-4 du code de la consommation encadrant la publicité en matière de crédit et qui oblige l'annonceur à indiquer, notamment, l'identité du prêteur, la nature, l'objet et la durée de l'opération proposée. Une application stricte de ce texte répond parfaitement aux attentes du CNC. Il convient, par ailleurs, de préciser que dans le domaine du crédit, les contrôles effectués par les services déconcentrés de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) portent essentiellement sur les publicités. En outre, le dispositif législatif précité n'est pas exclusif de l'application des règles relatives à l'interdiction de toute forme de publicité trompeuse. En second lieu, le CNC souhaite que ne soient mentionnés dans une publicité que les seuls taux annuels et qu'en tout état de cause, le taux effectif

global (TEG) annuel soit l'élément central de l'information et, par conséquent, rédigé en caractères plus gros que les autres taux. En l'état actuel de la législation nationale, l'article L. 311-4 du code de la consommation prévoit, outre les mentions obligatoires précitées, l'indication du TEG « mensuel et annuel » du crédit. La mise en oeuvre en France de la directive n° 98/7/CE du 16 février 1998 relative au crédit à la consommation, qui vise à unifier le mode de calcul du TEG pour ce type de crédit, va donc dans le sens souhaité par le CNC. En ce qui concerne l'épaisseur ou la taille des caractères, la jurisprudence exige de l'annonceur qu'il s'assure de la lisibilité et de la compréhension des informations prescrites. Par conséquent, hormis la nécessaire transposition de la directive n° 98/7/CE du 16 février 1998, les moyens juridiques destinés à permettre une information loyale et objective du consommateur existent déjà. Les insuffisances relevées par le CNC posent davantage la question d'une bonne application des dispositions législatives en vigueur, dans le respect de la lettre comme de l'esprit des textes, ce qui implique l'engagement des établissements prêteurs et un renforcement, en ce domaine, des contrôles opérés par les services déconcentrés de la DGCCRF. Le CNC se prononce pour l'autorisation, hors des lieux de vente, des publicités sur le crédit gratuit tout en l'assortissant de conditions. Ces propositions sont actuellement soumises à un examen approfondi, afin d'aménager la législation. Pour mettre un terme au développement des publicités et des pratiques commerciales illicites initiées par des officines de prêt à la qualité incertaine, le CNC propose un renforcement de la législation encadrant ce type de messages publicitaires et des sanctions encourues ainsi qu'une habilitation des agents de la DGCCRF à rechercher et constater de telles infractions. Une disposition est envisagée, à cet effet, dans le cadre de l'avant-projet de loi portant diverses dispositions d'ordre économique et financier (DDOEF). Le sujet des comptes renouvelables fait l'objet de fortes divergences de vue entre les organisations de consommateurs et les professionnels. Les premières, soucieuses de prévenir toute cause d'accroissement du surendettement, s'inquiètent des conditions de fonctionnement et de renouvellement des crédits renouvelables. Les professionnels considèrent, quant à eux, que les consommateurs font preuve d'une grande maturité dans l'utilisation de cette forme particulière de crédit. Le CNC retient que l'information de l'emprunteur doit être améliorée sur deux points : en cas de révision du taux à l'initiative du prêteur, celle-ci devrait systématiquement faire l'objet d'une information préalable adressée à l'emprunteur, un mois avant sa mise en oeuvre. Durant ce délai, ce dernier pourrait refuser cette révision. Il rembourserait alors aux anciennes conditions et, en contrepartie, perdrait le droit de procéder à de nouveaux tirages ; en cas d'augmentation de la fraction de crédit disponible, une information préalable portant sur les conséquences de cette évolution devrait être adressée au titulaire du compte en lui offrant la possibilité de la refuser à l'aide d'un bordereau-réponse. Ces propositions tendent vers une amélioration souhaitable de l'information du consommateur et constituent donc un progrès. Néanmoins, se pose, de manière plus générale, le problème de l'interprétation de certaines dispositions de l'article L. 311-9 du code de la consommation, quant aux conditions de la reconduction du contrat, sur lequel une étude est aussi engagée.

Données clés

Auteur : [M. François Sauvadet](#)

Circonscription : Côte-d'Or (4^e circonscription) - Union pour la démocratie française-Alliance

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 51738

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : PME, commerce et artisanat

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 2 octobre 2000, page 5606

Réponse publiée le : 19 mars 2001, page 1710