



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

crédit

Question écrite n° 12933

Texte de la question

M. Dino Cinieri attire l'attention de M. le secrétaire d'État chargé de la consommation et du tourisme sur le rapport présenté par Mme Crosemarie au nom de la section des finances du Conseil économique et social sur le surendettement des particuliers. Il lui demande de lui préciser les intentions du Gouvernement au regard de la proposition relative à un meilleur encadrement des crédits « revolving » alors que des réserves d'argent sont trop souvent proposées à des personnes qui n'en ont pas fait expressément la demande.

Texte de la réponse

L'encadrement de la publicité du crédit est fixé précisément. Les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont habilités à constater les infractions. Suite aux discussions qui ont eu lieu à l'Assemblée nationale en décembre 2007 lors de l'examen du projet de loi pour le développement de la concurrence au service des consommateurs, la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, a demandé au comité consultatif du secteur financier (CCSF) de réaliser une étude sur le crédit renouvelable pour formuler des propositions afin de favoriser le développement responsable de ce type de crédit, notamment en matière de publicité. Ces propositions devront s'inscrire en cohérence avec les travaux de transposition de la directive européenne sur le crédit à la consommation. Le code de la consommation réglemente et sanctionne les abus en matière de publicité trompeuse et de nature à induire en erreur les consommateurs (art. L. 121-1 et suivants du code de la consommation). En ce qui concerne le crédit, ces règles sont complétées par des dispositions qui fixent les mentions obligatoires qui doivent figurer dans les publicités sur le crédit à la consommation : identité du prêteur, taux d'intérêt, coût du crédit et frais d'assurances, le cas échéant, la durée du crédit. Ces règles fixent également les mentions qui sont interdites (art. L. 311-4 du code de la consommation). Il est interdit en particulier d'indiquer dans une publicité que le crédit peut être octroyé sans élément d'information sur la solvabilité de l'emprunteur, de suggérer que le prêt augmente les ressources de l'emprunteur ou qu'il consiste en une réserve d'agent sans contrepartie financière identifiable. L'association des sociétés financières, dans le cadre d'une démarche concertée avec les associations de consommateurs, évalue, par ailleurs, les améliorations qui peuvent être apportées aux messages publicitaires notamment au regard de la terminologie utilisée pour le crédit renouvelable. Cette démarche concertée contribue également à approfondir la réflexion sur les limites de la publicité au-delà du cadre législatif rappelé ci-dessus.

Données clés

Auteur : [M. Dino Cinieri](#)

Circonscription : Loire (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 12933

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Consommation et tourisme

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 18 décembre 2007, page 7926

Réponse publiée le : 1er juillet 2008, page 5686