



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

crédit

Question écrite n° 14350

Texte de la question

M. Henri Jibrayel attire l'attention de M. le ministre du travail, des relations sociales et de la solidarité sur la question de l'endettement des ménages. Chaque semaine, davantage de personnes connaissent des problèmes d'endettement, notamment dus à l'utilisation de crédits à la consommation. Les sociétés de prêt pratiquent un recours démesuré, voire éhonté, aux publicités, continuant de démarcher les clients quand bien même ceux-ci seraient en plan de surendettement pour remboursement de crédits non honoré. Les discussions qui ont eu lieu à l'Assemblée nationale en décembre 2006 sur la prévention du surendettement n'ont pas abouti à mettre en place des mesures imposant aux prêteurs de se responsabiliser. À l'heure où le pouvoir d'achat des Français est fortement diminué, et donc où ils recourent plus fréquemment aux crédits à la consommation afin de faire face aux dépenses courantes, il lui demande ce que le Gouvernement tend à mettre en oeuvre pour encadrer le démarchage de ces sociétés de crédits et protéger les plus fragiles.

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. Henri Jibrayel](#)

Circonscription : Bouches-du-Rhône (4^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 14350

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Travail, relations sociales et solidarité

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 15 janvier 2008, page 315

Réponse publiée le : 1er juillet 2008, page 5686