



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

crédit

Question écrite n° 32377

Texte de la question

M. Jean-Louis Dumont attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur la publicité que font les sociétés privées de crédit dans un département comme la Meuse, où on a pu malheureusement constater une paupérisation de la population et une augmentation forte des dossiers de surendettement. Ces situations individuelles sont souvent liées à un recours fréquent et répété au crédit à la consommation dit également « crédit revolving ». Les taux d'intérêt pratiqués dans ce cas sont très élevés et plutôt que d'être un outil susceptible de venir en aide aux foyers en difficulté, ils ne font que les endetter davantage et dans de nombreux cas de façon irréversible. Les populations les plus défavorisées sont parfois sensibles aux propositions les plus irresponsables générant ainsi des drames humains et une charge collective de solidarité accrue. Aussi, il lui demande quelles mesures il entend mettre en oeuvre pour réguler, réglementer et moraliser la publicité (journaux, télévision) pour ce type de « service ».

Texte de la réponse

La banalisation du recours aux diverses formes de crédit à la consommation est en effet facilitée par le développement des techniques commerciales. Au regard des données disponibles, l'augmentation sensible du nombre de dossiers déposés devant les commissions de surendettement ces deux dernières années ne résulte cependant pas d'un recours excessif ou mal maîtrisé des particuliers au crédit, notamment au crédit à la consommation, mais plutôt d'une diminution des ressources consécutive à un ou plusieurs accidents de la vie (perte d'un emploi, séparation, longue maladie...). Ces accidents peuvent conduire les personnes qui en sont victimes à solliciter l'aide des centres communaux d'action sociale. Les établissements de crédit, spécialisés ou non, proposant des crédits à la consommation doivent s'efforcer de procéder à une sélection rigoureuse de leur clientèle, dans la mesure où les incidents de paiement constituent pour ces établissements des coûts supplémentaires. 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 remboursement de crédits aux particuliers géré par la Banque de France, et évaluent avec précision le potentiel de solvabilité des candidats à l'emprunt. Enfin, il semble que les consommateurs français aient acquis une maîtrise satisfaisante des techniques du crédit à la consommation, dont l'usage s'est banalisé dans la plupart des pays développés. La publicité relative au crédit doit respecter des règles législatives. 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, objet 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 de dispositions légales, contribuent de leur côté à l'information de la clientèle par des dispositifs adaptés tels, par exemple, des guides d'accueil, des relevés mensuels détaillés et des services de renseignements par téléphone. Par ailleurs, le Conseil national de la consommation mène des travaux sur la distribution de prêts à la consommation.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Louis Dumont](#)

Circonscription : Meuse (2^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 32377

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : PME, commerce et artisanat

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 5 juillet 1999, page 4060

Réponse publiée le : 16 août 1999, page 4982