



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

crédit

Question écrite n° 18997

Texte de la question

M. Frédéric Cuvillier attire l'attention de Mme la ministre de l'économie, des finances et de l'emploi sur les pratiques commerciales liées au crédit *revolving*, principale cause de surendettement des Français selon les statistiques de la Banque de France. En effet, de nombreux ménages ont recours à ce type de crédit en cédant aux facilités proposées par certains organismes, et ce sans réel contrôle de la part de ces derniers. De fait, ces familles se précipitent souvent sans le savoir vers le surendettement, en contractant parfois plusieurs crédits à des organismes différents. Le Conseil économique et social a dernièrement formulé plusieurs recommandations afin que des personnes fragiles ne tombent pas dans ce piège, en proposant notamment d'interdire toute publicité assimilant les crédits *revolving* à une épargne ou « à un complément de budget venant s'ajouter aux ressources de l'emprunteur ». En conséquence, il souhaiterait connaître les mesures que le Gouvernement entend mettre en oeuvre pour encadrer ce type de crédit et tenir compte des propositions formulées par le Conseil économique et social à ce sujet.

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 régit 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. Frédéric Cuvillier](#)

Circonscription : Pas-de-Calais (5^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 18997

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Économie, finances et emploi

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 18 mars 2008, page 2203

Réponse publiée le : 1er juillet 2008, page 5686