



# ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

## crédit

Question écrite n° 71980

### Texte de la question

M. Alain Suguenot attire l'attention de Mme la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi sur la publicité sur Internet pour des prêts personnels. Il se trouve que, sur des sites n'ayant aucun rapport avec la finance, des sites de sport par exemple, des bandeaux publicitaires vantant des prêts personnels "votre prêt perso à petit taux" sont visibles, bien en évidence, au milieu de la page du site concerné. Il semble évident que ces publicités peuvent paraître attractives et attirantes pour des personnes en situation de difficulté financière. Aussi, s'il ne s'agit pas de stigmatiser les prêts à la consommation, il semblerait judicieux de limiter leur publicité à des sites ou des pages spécialisées dans la finance. Cela permettrait de centrer davantage ce type de publicité aux personnes qui les recherchent et qui souhaitent se livrer, par exemple, à des études comparatives sur les différents prêts existants. Il lui demande ainsi, notamment dans le cadre des textes examinés actuellement au Parlement sur la protection du consommateur ainsi que sur la réforme du crédit à la consommation, si elle estime envisageable de limiter les publicités pour le crédit à la consommation à des sites déterminés, en rapport direct avec le sujet.

### Texte de la réponse

La loi n° 2010-737 du 1er juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation renforce l'encadrement des publicités relatives à un crédit à la consommation, quel qu'en soit le support de diffusion (publicités écrites, en ligne [sites Internet ou courriel], télévisuelles, etc.), et responsabilise l'ensemble des parties prenantes à la chaîne de distribution du crédit, de la prise de contact à la conclusion du contrat de crédit. Le Parlement, à l'instar du Gouvernement, n'est pas favorable à ce que les publicités pour le crédit à la consommation soient réservées aux seuls sites Internet ayant un rapport direct avec le sujet de la finance. L'interdiction de diffusion de publicités sur tel ou tel support n'apparaît ni nécessaire, ni souhaitable. En effet, il convient de conserver un équilibre entre la protection des consommateurs et l'utilité du crédit, tant pour la vie des ménages que pour l'économie dans son ensemble. Le nouvel article L. 311-5 du code de la consommation, entré en application dès le 1er septembre 2010, interdit notamment les mentions publicitaires qui suggèrent qu'un crédit améliore la situation financière ou le budget du ménage. Il oblige les prêteurs à présenter le taux permanent des crédits aussi visiblement que le taux promotionnel temporaire. Il encadre la taille des caractères afin que les informations essentielles pour le consommateur soient bien visibles. En outre, l'article L. 311-4 du même code impose la délivrance des informations pertinentes à l'aide d'un exemple représentatif afin que le consommateur puisse comparer le coût des crédits sur le marché. Enfin, les publicités relatives à un crédit à la consommation doivent désormais comporter une mention d'avertissement qui indique qu'un crédit engage le consommateur, qu'il doit être remboursé et que les consommateurs doivent vérifier leurs capacités de remboursement avant de s'engager. S'agissant de la distribution du crédit, la loi du 1er juillet 2010 introduit également des sécurités pour le consommateur à l'entrée en crédit (obligation pour le prêteur d'évaluer la solvabilité de l'emprunteur avant tout octroi de crédit, obligation de consulter le fichier des incidents caractérisés de paiement) ainsi que les moyens pour le consommateur de choisir une offre adaptée à ses besoins (informations précontractuelles détaillées et standardisées, explications délivrées en fonction des préférences exprimées). Ces nouveautés entreront en

vigueur le 1er mai 2011. Pour toutes ces raisons, le fait de privilégier un support de diffusion pour les publicités relatives au crédit à la consommation conduirait à consacrer un avantage concurrentiel non justifié au profit de certains annonceurs, sans pour autant améliorer le niveau de protection des consommateurs.

## Données clés

**Auteur :** [M. Alain Suguenot](#)

**Circonscription :** Côte-d'Or (5<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 71980

**Rubrique :** Consommation

**Ministère interrogé :** Économie, industrie et emploi

**Ministère attributaire :** Économie, finances et industrie

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 23 février 2010, page 1866

**Réponse publiée le :** 8 février 2011, page 1231