

Commission pour la libération de la croissance

Note de François Villeroy de Galhau

Comment améliorer l'accès au crédit des ménages ?

Propositions pour une réglementation du crédit à la consommation :

- plus réaliste,
- plus souple dans son application,
- et permettant ainsi plus d'innovations.

A. UN ABONDANT ARSENAL LEGISLATIF

Le crédit à la consommation est très strictement réglementé en France, plus que dans les autres pays d'Europe. Depuis 1978 (loi Scrivener), les textes se sont succédés, à un rythme accéléré ces dernières années (une douzaine de lois en moins de 20 ans – cf : annexe).

→ *Ceci ne permet ni une protection efficace (trop de lois tuent la loi), ni un développement du crédit au même rythme que les autres pays européens.*

B. REGLES RELATIVES AUX CONTRATS

1/ Un cloisonnement de l'offre-produits qui freine l'émergence de nouveaux produits de crédit à la consommation

Actuellement à chaque produit son contrat spécifique, qu'il faut par ailleurs revoir à chaque évolution de la réglementation.

→ *Il serait simplificateur et commercialement utile de permettre au consommateur d'accéder via un contrat unique à une compte global à options multiples (compte permanent, crédit amortissable, paiement comptant...). Avantages : simplification des procédures, possibilité pour le consommateur de faire son choix en fonction de ses besoins et de sa situation.*

2/ Une inadaptation des procédures de financement aux nouveaux modes de distribution du crédit à la consommation notamment Internet

Les procédures de financement d'achat en vigueur conçues pour des achats en magasin traditionnels se révèlent inadaptées aux attentes de rapidité et d'interactivité des consommateurs sur Internet (web marchands) : supports papier, délai de mise en place, délai de rétraction (7 jours voire 14 jours après la signature de l'offre de crédit pour des achats qui peuvent être de dernière minute – ex : voyages).

Autant de contraintes :

- susceptibles de pénaliser le commerce sur Internet d'une part,
- et qui constituent un frein à l'innovation produit de crédit d'autre part.

→ *Il est nécessaire d'imaginer des procédures de financement compatibles avec Internet tant au plan opérationnel que juridique afin de répondre aux besoins des distributeurs et des consommateurs.*

C. REGLES RELATIVES A LA PUBLICITE

Aucun secteur n'a connu autant de textes réglementant sa publicité et ne connaît aujourd'hui une réglementation soumettant ses publicités à des contraintes de fonds et de forme aussi lourdes en matière de pré-information du consommateur (complexité et nombre des informations devant être incluses dans les publicités, informations devant figurer dans le corps du texte principal...)

Ces contraintes sont objectivement incompatibles avec les spécificités de certains médias (supports « fugaces » comme la TV ou la radio).

Elles ne rendent pas l'information plus lisible ; au contraire pour les consommateurs la multiplicité des informations nuit à la compréhension du message.

→ Il serait nécessaire de rétablir un juste équilibre entre l'offre commerciale et l'information légitime du consommateur en s'alignant sur les règles des autres pays européens.

B. REGLES RELATIVES AUX TAUX PLAFONDS

Elargir l'accès au crédit passe naturellement par la possibilité donnée aux Etablissements financiers d'accepter une charge du risque plus importante. De fait, la législation sur l'usure, créée pour protéger les emprunteurs économiquement fragiles conduit les prêteurs à une limitation de l'accès au crédit trop forte.

→ *Nous proposons d'abord, comme cela a été soulevé par le CCSF (Comité Consultatif su Secteur Financier), de changer la formulation de « taux de l'usure » en « taux plafond ». Ce changement sémantique est important pour bien faire comprendre que nous avons changé d'époque.*

Par ailleurs, la grille des « taux plafonds » freine le développement du crédit aux populations plus fragiles (revenus irréguliers par exemple...). Les Etablissements financiers sont en effet conduits :

- à ne pas promouvoir les prêts amortissables de plus 1524€ dont le taux plafond (actuellement 8,93%) ne couvre pas les frais engagés vers une population économiquement fragile,
- et ainsi à privilégier le crédit renouvelable pour cette population.

→ *Renforcer le coefficient multiplicateur pour cette catégorie des prêts amortissables en le portant par exemple à 1,50 au lieu de 1,33 des taux moyens constatés par le Banque de France, permettrait de donner « le point de plus » à consacrer à la charge du risque.*

Lois encadrant le crédit à la consommation

