

Réponse reçue le 5 mars 2012 :

Voici ma réponse à la question de l'honorable membre :

Question 1.

Au sein du Service public fédéral (SPF) Économie a été créée en 2006 une *taskforce* publicité en matière de crédit qui surveille et analyse en permanence ce genre de publicité. Cette surveillance s'opère sur base tant des publicités écrites diffusées par exemple dans les toutes-boîtes que des publicités radio-télévisées ou faites dans les salles de ventes ou sur le web.

Pour l'année 2011, la *taskforce* a passé au crible plus de 450 annonces (surtout écrites) et relevé 17 % d'infractions.

Il est évidemment difficile de dire si les dispositions légales relatives à la publicité sont bien respectées par les entreprises belges de crédit, certaines annonces ayant un caractère très éphémère.

Je veux dire par là que les publicités sont sujettes à de rapides adaptations. Telle publicité qui aujourd'hui contient toute l'information correcte peut après-demain dans une version légèrement modifiée ne plus répondre au prescrit de la loi. C'est pour cette raison que la *taskforce* exerce une surveillance permanente.

Question 2 :

La loi du 12 juin 1991 sur le crédit à la consommation prévoit plusieurs possibilités de sanctions.

Les agents qualifiés peuvent dresser un procès-verbal d'avertissement qui accorde au contrevenant un bref délai pour se conformer à la législation.

Ils peuvent aussi dresser procès-verbal, avec ou sans proposition de transaction. Le paiement de la transaction éteint l'action publique. En cas de non-paiement ou si l'administration estime que l'infraction est trop grave, le dossier est soumis au parquet compétent.

Il est également possible d'envisager une sanction administrative. Concrètement, cela signifie la radiation ou le retrait de l'agrément ou de l'inscription.

Enfin, il est possible d'intenter une action en cessation de la publicité devant le président du tribunal de commerce.

Question 3 :

Il a été convenu avec l'Union européenne que la Belgique se chargerait du suivi des infractions constatées sur les sites web contrôlés. Il a également été convenu de terminer ces enquêtes pour septembre 2012 et de continuer à communiquer à ce sujet avec l'institution précitée.

Par ailleurs, la *taskforce* publicité en matière de crédit reste chargée de la surveillance des campagnes publicitaires menées par les autres organismes de crédit.

Question 4 :

Aucune modification de la loi n'est prévue dans l'immédiat. Une fois tous les contrôles terminés, une évaluation permettra de conclure s'il est opportun d'adapter la législation ou si un contrôle systématique de l'application des règles existantes suffit.