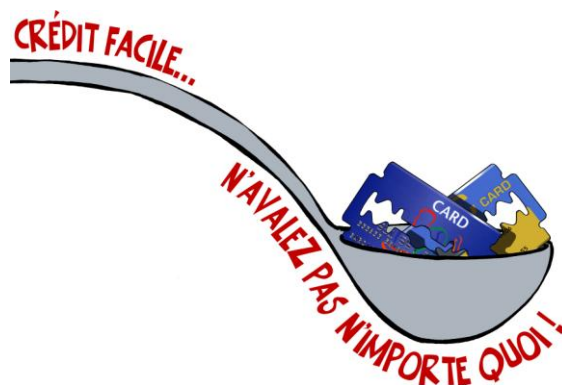


Les ouvertures de crédit et leur danger



Pourquoi la plate-forme Journée sans crédit attire spécialement l'attention sur le danger des ouvertures de crédit ?

Les ouvertures de crédit ont le vent en poupe actuellement car elles sont séduisantes.

Séduisantes parce qu'elles sont rapides et faciles à obtenir : la plupart des grandes surfaces, des magasins d'électroménager, de matériel multimédia en proposent ; elles sont à la portée de la plupart des consommateurs.

Mais en réalité, elles sont **dangereuses principalement pour 3 raisons:**

- Parce qu'elles sont très, **trop faciles** à obtenir. Tellement faciles à obtenir que de nombreuses personnes y ont recours même pour faire face à des dépenses de la vie quotidienne. D'où le risque de multiplier les crédits et de ne plus savoir gérer son budget.
- Parce qu'elles **coûtent cher** (16 à 19 % pour les ouvertures de crédit avec carte).
- Parce qu'elles sont presque toujours à **durée indéterminée**. Cela signifie qu'elles entraînent souvent le consommateur dans l'endettement permanent.

Les dernières statistiques montrent d'ailleurs que les **défaillances de paiement** sur les ouvertures de crédit continuent à augmenter, malgré une législation censée mieux contrôler les prêteurs et mieux protéger les consommateurs.

Dangereuses aussi parce qu'elles nous laissent croire que tout est à portée de mains, puisque désormais tout peut s'acheter à crédit. Même la nourriture ou les vêtements dans les grandes surfaces... **Culturellement, socialement et même politiquement**, l'incitation à la surconsommation pose question, à l'heure où de plus en plus de personnes rencontrent des difficultés à nouer les deux bouts et où le crédit risque de devenir, pour les ménages fragilisés, une alternative dangereuse face à la baisse du pouvoir d'achat.

1. Qu'est ce qu'une ouverture de crédit ?

Une ouverture de crédit est une somme d'argent mise à la disposition du consommateur qui peut effectuer des prélèvements au fur et à mesure de ses besoins. Dès qu'il l'utilise, il rembourse un montant minimum tous les mois.

Le plus souvent, le consommateur se voit remettre une carte et peut puiser, à sa guise, et pour une durée illimitée dans le temps, dans une réserve d'argent plafonnée à un montant variant entre 500 et 5000 euros.

Outre les cartes Visa, American express et Mastercard que l'on connaît déjà depuis longtemps, beaucoup de magasins, de grandes surfaces, de sociétés de vente par correspondance proposent aujourd'hui des cartes de paiement avec des avantages, notamment : Carte Cora (Cora), Partner Card (3 Suisses, Unigro, Vitrine magique, ...), Carte Isis (Eldi, Texaco, Go sport, ...), Carte Visa (Carrefour), Carte Aurora (Mediamarkt, Inno, Vanden Borre, ...), Pocket Card (La Redoute, Daxon, ...), Fixcard (Neckermann shopping), Horizon (Quelle), ...

La plupart de ces cartes permettent au consommateur de payer en plusieurs fois et avec intérêts. Il s'agit donc bien d'ouvertures de crédit.

2. A quoi sert une ouverture de crédit ?

Contrairement à la vente ou au prêt à tempérament, l'ouverture de crédit n'a pas obligatoirement de but précis : elle permet au consommateur de faire face rapidement à des dépenses variées, difficilement prévisibles ou identifiables au moment de l'octroi du crédit.

Depuis peu de temps, certaines cartes de crédit octroyées par des grandes surfaces (Kräfel et Carrefour notamment) permettent une utilisation à d'autres fins que la consommation, notamment à alimenter un compte bancaire trop peu fourni.

Pour les ménages à revenus modestes qui ne disposent pas de liquidités suffisantes, le crédit à la consommation et plus particulièrement l'ouverture de crédit, permet d'anticiper un revenu qui n'a pas encore été perçu et de donner ainsi un accès immédiat à des biens ou des services.

Néanmoins, il est communément admis que le choix de l'ouverture de crédit n'est adapté que pour un besoin temporaire de liquidités.

3. L'ouverture de crédit : un "produit" complexe et cher

Le marché du crédit est en perpétuelle évolution. Les "produits" proposés au consommateur sont de plus en plus nombreux et complexes.

En outre, l'ouverture du marché européen et internet offrent aujourd'hui au consommateur de nouvelles possibilités d'achat et de crédit.

Attention, il y a carte et carte...

Il faut distinguer :

- **les cartes de paiement** : ex : bancontact, mister cash,... Ce sont des cartes à débit immédiat, le montant est débité immédiatement du compte courant.
- **les cartes de crédit à débit différé uniquement** : ex : American express. Il n'y a pas d'ouverture de crédit. Le remboursement des achats est reporté au moment de l'envoi du relevé mensuel.
- **les cartes de crédit avec ouverture de crédit** : ex : Visa, Master Card, Carte ISIS, Carte Cora, Partner Card,... Dans ce cas, le consommateur a la possibilité d'étaler le remboursement de ses dépenses sur plusieurs mois.

En ce qui concerne les ouvertures de crédit, l'offre est particulièrement large : "crédit revolving", "crédit renouvelable", "crédit permanent", "réserve d'argent", tous ces vocables désignent une ouverture de crédit.

La durée et les modalités de remboursement sont très variées et sont fixées librement.

Il s'agit ainsi de la formule la plus "souple" du marché du crédit à la consommation, mais bien souvent de la plus chère puisque les taux d'intérêt pratiqués se situent entre 13 et 18 % (taux maxima légaux au 1^{er} juin 2007).

4. Les ouvertures de crédit dominant aujourd'hui le marché du crédit à la consommation !

Depuis le 1^{er} juin 2003¹, la Centrale des crédits aux particuliers (Banque Nationale de Belgique) enregistre pour toutes les personnes physiques les informations concernant tous les crédits à la consommation (c'est-à-dire les ouvertures de crédit, les ventes à tempérament, les prêts à tempérament et le crédit bail) et les crédits hypothécaires conclus à des fins privées, ainsi que les défauts de paiement résultant de ces crédits.

Selon les dernières statistiques publiées en juin 2008², les ouvertures de crédit enregistrent depuis trois ans la progression absolue la plus importante : elles représentent 46,4 % de la totalité des crédits enregistrés à la Centrale positive. Et 65,3 % du marché du crédit à la consommation

5. Les ouvertures de crédit jouent un rôle dans le surendettement des ménages

Le rapport de la BNB constate que les défauts de paiement sur ouvertures de crédit ne cessent d'augmenter, alors que ce nombre est constant ou diminue pour toutes les autres formes de crédit aux particuliers :

Ainsi, en 2007, les défauts de paiement concernant les ouvertures de crédit représentent 43,8 % du total des contrats de crédits défaillants (contre 42,5 % en 2006).

En 2004³ déjà, le SPF Economie constatait déjà que les ouvertures de crédit ("revolving credit") accordées comme moyen de vente dans les magasins d'électroménager, de meubles, ainsi que dans les supermarchés, gagnaient en importance dans le surendettement.

Chez les personnes surendettées, cet attrait pour les ouvertures de crédit se confirme également : selon le dernier rapport statistique de l'Observatoire du Crédit et de l'Endettement sur le surendettement des ménages en Région wallonne, en 2004, 63,17 % des ménages suivis par les services de médiation de dettes ont eu recours à au moins un crédit à la consommation.

45,2 % des ménages utilisent au moins une ouverture de crédit. C'est le crédit le plus présent dans les dossiers traités par les services de médiation de dettes. ⁴

Selon les premières statistiques récoltées par l'asbl Grepa⁵, fin 2006, les dettes de crédit sont présentes dans 57,8 % des dossiers de médiation de dettes à Bruxelles. Les dettes liées aux ouvertures de crédit sont présentes dans 28,3 % des dossiers.

Sur le terrain, les médiateurs de dettes constatent que les personnes en difficultés sont particulièrement vulnérables et font, de plus en plus souvent, appel aux ouvertures de crédit pour faire face à leurs besoins vitaux (nourriture, vêtements) ou pour payer des factures en retard (loyer, soins de santé, impôts) créant une situation d'endettement permanent.

L'omniprésence de ces formules de crédit qui sont disponibles dans les magasins, les grandes surfaces, via les achats par correspondance, etc. et la facilité avec laquelle elles sont octroyées rendent la tentation d'autant plus forte.

Il est indéniable que la possibilité offerte aux consommateurs de conclure de telles formules de crédit directement dans les grandes surfaces, constitue un argument de vente de poids pour ces grandes surfaces qui en usent et en abusent largement !

¹ Conformément aux dispositions de la loi du 10 août 2001 relative à la Centrale des crédits aux particuliers. Pour rappel, avant cette date, la Banque Nationale n'enregistrait que les défauts de paiement (Centrale négative).

² Rapport Statistiques Centrale des crédits aux particuliers - 2007 actualisé au 30 juin 2008, Banque Nationale de Belgique.

³ Annuaire Juridique du Crédit 2004, p 207.

⁴ Voir le rapport annuel 2005 sur la Prévention et traitement du surendettement en Région wallonne publié par l'Observatoire du Crédit et de l'Endettement.

⁵ Rapport statistique 2006, le surendettement des ménages en région de Bruxelles-Capitale, asbl Grepa (ce rapport est consultable sur le site www.grepa.be dans la bibliothèque/publications propres http://www.grepa.be/gen_contentDetail.cfm?newID=1158&zeMnpID=106).

6. Le marché de l'ouverture de crédit est dominé par le secteur non bancaire

En effet, la Banque Nationale établit un autre constat : de plus en plus de personnes s'adressent pour les ouvertures de crédit à d'autres institutions de crédit que les établissements classiques (les banques).

Les chiffres repris dans une étude réalisée par la Banque Nationale de Belgique à la demande du Ministre de l'Economie sont révélateurs⁶. Ainsi, 65,9 % des ouvertures de crédit ont été consenties par des institutions financières autres que des établissements de crédit et par des sociétés de cartes de crédit.

Ce marché est donc très clairement dominé par les dispensateurs de crédits non bancaires comme la grande distribution, les entreprises de vente par correspondance,...

Les agents financiers indépendants francophones (Fedafin) se sont insurgés dans la presse contre cette recrudescence des offres de crédit notamment dans le circuit de la grande distribution et ont appelé les autorités "*à prendre les dispositions nécessaires pour contrecarrer le crédit facile*".

En effet, depuis le mois de mai 2007, Krëfel, la chaîne d'électroménager propose des prêts personnels comme le fait une banque. Contrairement à la Krëfel Budget Card traditionnellement proposée au consommateur qui fait ses achats chez Krëfel, ces nouveaux prêts ne sont absolument pas liés à un achat chez Krëfel. Krëfel qui parle d'une diversification de ses services propose ces crédits via ses 69 points de vente et via son site internet (www.krefel.be). Krëfel n'agit qu'en tant qu'intermédiaire de crédit, le prêteur étant la Royal bank of Scotland. Les montants empruntés peuvent s'échelonner de 2.500,00 € à 50.000,00 €.

Les sociétés spécialisées dans l'octroi de cartes de crédit sont pointées du doigt

La responsabilité de certains prêteurs est mise en évidence dans cette étude⁷ de la Banque Nationale.

Elle révèle que les sociétés spécialisées dans l'octroi de cartes de crédit présentent deux fois plus de contrats défaillants que les autres prêteurs.

Sur l'ensemble des contrats qu'elles octroient, les sociétés de cartes de crédit présentent 17 % de contrats défaillants, alors que les pourcentages relevés pour les autres prêteurs varient entre 4,3 et 7,7 %.⁸

⁶ Working Paper document n° 78 - janvier 2006 – BNB- Crédits aux particuliers - analyse des données de la centrale des crédits aux particuliers, pages 14 à 20.

⁷ Working Paper document n° 78 – op.cit., pages 16 et suivantes.

⁸ Par ailleurs, il faut noter que les vendeurs (spécialisés dans la vente à tempérament) sont également pointés du doigt dans cette étude et présentent trois fois plus de contrats défaillants que les autres prêteurs (28 % de contrats défaillants).

7. Des pratiques promotionnelles douteuses

Les pratiques promotionnelles sont nombreuses et parfois très agressives.

Certaines pratiques promotionnelles sont en principe contraires à la loi sur les pratiques de commerce mais sont très répandues.

TAEG = 0%

Il s'agit d'une pratique promotionnelle très courante aujourd'hui dans les magasins. Elle consiste à permettre à un consommateur d'acheter un bien et de rembourser le montant de son achat en plusieurs fois en bénéficiant d'un TAEG de 0% (c'est-à-dire sans payer d'intérêt, ni de frais).

Cette technique promotionnelle est évidemment extrêmement attrayante pour le consommateur puisqu'elle lui permet de rembourser le montant emprunté sans frais pendant plusieurs mois.

Mais, il est rarement fait mention clairement dans la publicité, ou lors de la discussion avec le vendeur dans le magasin, que le consommateur va bien devoir signer un contrat d'ouverture de crédit pour pouvoir bénéficier de cet avantage.

L'objectif est de pousser le consommateur à conclure un contrat d'ouverture de crédit.

Il s'agit évidemment pour le magasin d'accroître ses ventes grâce à un argument bien connu ("achetez tout de suite, payez plus tard"), mais également de fidéliser ainsi le client qui sera enclin à revenir faire ses achats dans le même magasin et se verra alors proposer d'utiliser son ouverture de crédit pour payer ses autres achats... à un taux d'intérêt qui ne sera plus égal à 0% mais avoisinera les 17 % cette fois-ci !

Soit le magasin propose au consommateur de signer directement une ouverture de crédit dont les premières mensualités sont "gratuites" et, dans ce cas, il s'agit bien d'une publicité mensongère et totalement illégale puisque le TAEG de l'ouverture de crédit n'est absolument pas égal à 0%, soit le magasin propose au consommateur une vente à tempérament en quelques mensualités à 0% mais il s'agit alors d'une offre conjointe interdite au sens de l'article 54 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur étant donné que le consommateur n'a pas le choix et doit signer en plus un contrat d'ouverture de crédit s'il veut bénéficier du TAEG à 0% sur son achat.

La plate-forme souhaite que de telles pratiques manifestement illégales soient plus durement réprimées.

Une publicité omniprésente

Les sociétés de crédit débordent d'imagination pour pousser à la consommation : promotions exceptionnelles, crédit facile, cadeaux en tous genres, ...

En matière de crédit, bon nombre de publicités ne respectent pas la législation. La loi interdit les publicités qui constituent une véritable incitation au surendettement, telles que par exemple :

- « même si contentieux/retard de paiement » ;
- « même si refusé ailleurs » ;
- « même si fiché à la Banque Nationale » ;
- « prêt spécial contentieux » ;
- « même chômeurs et minimexés », etc.

L'interdiction cherche également à protéger des catégories de personnes plus faibles ou plus vulnérables. Or dans la réalité, on constate que la législation n'est pas tout le temps respectée. Il suffit de consulter les journaux ou les offres sur Internet pour s'en rendre compte. La plate-forme demande une application plus stricte de la législation et un contrôle des pratiques publicitaires.

8. Le devoir de conseil : pas assez respecté

Depuis 2003, le devoir de conseil du prêteur et de l'intermédiaire de crédit a été accentué : en vertu de la loi sur le crédit à la consommation, le prêteur et l'intermédiaire de crédit ont l'obligation de rechercher le type et le montant de crédit les mieux adaptés compte tenu de la situation financière du consommateur au moment de la conclusion du contrat et du but du crédit.

En outre, le prêteur doit s'informer sur la solvabilité du consommateur et s'abstenir de faire du crédit si le consommateur n'a pas la capacité de rembourser.

En d'autres termes, le prêteur est obligé d'adapter le type de crédit proposé aux besoins du consommateur.⁹

Or, nous l'avons constaté plus haut, le marché des ouvertures de crédit est dominé par le secteur non bancaire et par les intermédiaires de crédit.

Il est indéniable que pour les magasins, les grandes surfaces, les sociétés de vente par correspondance, etc., la possibilité de pouvoir proposer une ouverture de crédit est un argument de vente de poids ("Achetez maintenant, payez plus tard").

Il n'est donc pas étonnant de constater que, dans la pratique, le consommateur est très peu informé, voire pas du tout, lors de l'octroi du crédit.

C'est particulièrement flagrant en ce qui concerne les ouvertures de crédit proposées par la grande distribution :

- Le libellé même des produits prête à confusion : le consommateur se voit proposer une carte "avantage", une carte "privilège", etc.
- Dans certains établissements, l'octroi du crédit se fait au comptoir, à la caisse, debout avec d'autres clients qui patientent derrière. Ces conditions n'incitent ni à la prudence, ni à poser des questions précises au vendeur...;
- Le vendeur n'est pas un professionnel du crédit, il est très souvent incapable d'informer ou de conseiller correctement le consommateur quant au choix du crédit le plus adapté (càd sur le coût que peut représenter l'ouverture de crédit, sur les alternatives, les autres types de crédits possibles, etc.);
- En ce qui concerne l'analyse de la solvabilité, le prêteur se limite généralement à la consultation de la Centrale des crédits aux particuliers (seule obligation légale objective) et à une série de questions standards. Dans un grand nombre de cas, le crédit est accordé de manière quasi automatique par un système d'octroi de points en fonction des réponses données (c'est la méthode dite du "credit scoring"). Bien trop souvent, il n'y a pas d'analyse approfondie du budget et des charges du demandeur.

Exemples :

- ▶ *Un consommateur se rend dans une grande surface, un magasin de meubles, d'électroménager ou de matériel Hifi pour acheter une machine à laver ou une TV. Dans la plupart des cas, le vendeur lui proposera de payer son achat en plusieurs fois. Pour cela, le consommateur doit signer un contrat d'ouverture de crédit. Un formulaire standard est rempli avec le vendeur sur base des déclarations du consommateur. L'octroi du crédit est immédiat et le consommateur repart avec son achat sous le bras. Bien que le prêteur et l'intermédiaire soient tous deux tenus de vérifier la solvabilité du consommateur, on constate généralement qu'aucune information n'est vérifiée, qu'aucune fiche de salaire n'est demandée.*
- ▶ *Les décisions tirées de la jurisprudence sont éloquentes. Ainsi, un juge de paix a noté en 2006 que "les informations recueillies sur la solvabilité de la créditée ont été moins que minimales : inexistantes"¹⁰. Et un autre juge de constater en 2005 que, d'après les pièces qui lui ont été fournies par le prêteur, le budget familial des emprunteurs après paiement de leur loyer, frais fixes et crédit en cours pouvait être évalué à 5,14 € par personne par mois au moment de l'octroi des deux nouveaux crédits¹¹.*

⁹ Voy. J.P. Westerloo, 14 mars 1997, *J.J.P.*, 1998, p. 553 à propos d'un contrat de crédit conclu après l'entrée en vigueur des articles 10 et 11 mais antérieurement à l'entrée en vigueur de l'article 15. Le juge constate sur base de l'article 11, que le prêteur avait l'obligation de refuser le crédit. D. BLOMMAERT, "De aansprakelijkheid van de kredietinstelling – kredietverlener: recente trends", *op.cit.*, p. 693.

¹⁰ J.P. Grâce-Hollogne, 26 sept. 2006, *Annuaire Juridique du crédit 2006*, p. 73.

¹¹ J.P. Courtrai, 4 octobre 2005.

9. L'ouverture de crédit : un contrat à durée illimitée

Il est communément admis que le choix de l'ouverture de crédit n'est adapté que pour un besoin temporaire de liquidités. L'ouverture de crédit n'est un crédit adapté aux besoins du consommateur que si le montant du crédit consenti est adapté aux revenus du consommateur qui doit être en mesure de le rembourser dans un délai très court.

Par ailleurs, s'il s'agit de financer des achats ou des services, l'ouverture de crédit ne sera adaptée que si elle a la même durée de vie que ces biens et ces services.

Or, nous constatons que les ouvertures de crédit sont généralement octroyées pour une durée indéterminée.

Et il n'est pas rare de voir des ouvertures de crédit servir à rembourser un prêt à tempérament, à regrouper des dettes, à acheter une voiture, à financer un abonnement dans une salle de fitness, etc.

Dès lors qu'une ouverture de crédit est octroyée pour une durée indéterminée, le risque d'installer le consommateur dans un endettement permanent est non négligeable.

Par ailleurs, il existe un risque réel que le consommateur utilise l'ouverture de crédit alors qu'il n'est plus en mesure d'assurer les remboursements (après avoir perdu son emploi par exemple). Le prêteur doit vérifier la solvabilité du consommateur au moment de l'octroi du crédit mais ensuite il n'y a plus aucun contrôle.

Exemple :

- ▶ *Mme B achète une machine à laver à 350,00 € chez Krëfel. Elle signe une ouverture de crédit pour un montant disponible de 500,00 €. Elle rembourse sa machine à laver en quelques mois et oublie qu'elle a signé cette ouverture de crédit. 5 ans plus tard elle retourne au magasin qui lui annonce que son ouverture de crédit est toujours disponible. L'ouverture de crédit est octroyée pour une durée illimitée, ce qui signifie qu'aucune formalité n'est requise pour lui permettre de puiser dans sa réserve 5 ans plus tard ... alors qu'entre-temps elle a perdu son emploi et que ses rentrées financières ont diminué de moitié.*

La plate-forme plaide pour l'application d'un « délai de zéro tage » aux ouvertures de crédit, c'est-à-dire une obligation régulière de « remise à zéro » des montants empruntés. (Cette obligation est prévue dans la législation mais en réalité, les ouvertures de crédit y échappent).

10. Le manque de transparence du coût réel de l'ouverture de crédit

La loi du 14/07/1991 sur les pratiques de commerce, l'information et la protection du consommateur organise la nécessaire transparence quant à l'affichage des prix et le devoir d'information à l'égard du consommateur.

Or, nous constatons que les contrats d'ouverture de crédit restent particulièrement nébuleux à la compréhension de la plupart des consommateurs. En conséquence, ces derniers signeront un engagement dont ils ne mesurent pas les effets concrets sur leur budget.

D'une part, c'est en pourcentage que les calculs sont énoncés : une formule par essence abstraite, amplifiée par la variabilité du montant emprunté au sein d'une ouverture de crédit.

Nous pensons dès lors qu'une traduction concrète par une représentation du coût en valeur monétaire (des coûts exprimés en euros plutôt qu'en %) serait plus appropriée. Nous estimons qu'une information simple est plus efficace quant à la compréhension de l'engagement souscrit et viserait ainsi à prévenir la spirale déjà décrite.

Exemple :

- ▶ *Qui peut se représenter ce que va lui coûter par mois, mais aussi sur la durée totale de remboursement, une ouverture de crédit de 5.000 €, remboursée à raison de 5 % du montant restant dû chaque mois, au taux débiteur annuel de 13.22 %, avec des frais de carte mensuels de 0,20 % et une assurance coûtant 0,63 % par mois ?*

Dans notre exemple, il est certain que le consommateur réfléchira à deux fois avant de souscrire l'assurance s'il sait qu'elle lui coûtera 31,50€/mois si son ouverture de crédit plafonne à 5.000€ !

De la même manière, le consommateur n'a pas conscience de ne rembourser que peu de capital chaque mois. Dans notre exemple encore, le remboursement mensuel de 5 % du montant emprunté (avec un minimum de 25 €), s'étalera sur 98 mois (soit, plus de 7 ans !); il paiera au total 7.829 €, dont 950 € uniquement pour l'assurance !

Nous avons, par ailleurs, observé que chaque créancier applique ses propres méthodes de calcul. Ceci renforce la confusion quant au résultat et à la méthode de calcul.

Enfin, les décomptes mensuels qui sont communiqués au consommateur font parfois référence à d'autres valeurs que celles mentionnées dans le contrat. Elles sont ainsi parfois traduites ou en pourcentage mensuel, ou en valeur monétaire. Qu'en est-il, dans ce contexte, de la possibilité de se référer à ce qui a été signé et, par conséquent, à l'engagement des deux parties en cause ?

11. Le crédit revolving : le consommateur peut réemprunter sans cesse

Les ouvertures de crédit, appelées aussi « crédit revolving » permettent au consommateur de réemprunter sans cesse et sans qu'aucune nouvelle formalité ne soit nécessaire.

Seules contraintes : le consommateur ne peut pas dépasser le "plafond" de la réserve qui lui a été octroyée et doit rembourser le minimum mensuel prévu qui est le plus souvent limité à 5 % du montant total dû.

Dans la plupart des ouvertures de crédit, ce remboursement minimum couvre les intérêts et une toute petite partie du capital emprunté. S'il se limite au paiement mensuel minimum, le consommateur ne va donc rembourser que les intérêts, laissant la dette en capital quasiment intacte. Et il pourra continuer à réemprunter sans cesse ...

Il n'y a pas de délai au terme duquel le consommateur devra rembourser la totalité du montant emprunté puisque le contrat est généralement à durée indéterminée.

Même s'il emprunte tous les mois, le consommateur est dans l'illusion qu'il gère son budget puisqu'il fait face aux remboursements (minimum) exigés.

En outre, lorsqu'il rembourse régulièrement, le consommateur se verra souvent proposer une nouvelle ouverture de crédit avec une ligne de réserve plus importante ...

C'est ainsi que beaucoup de personnes se retrouvent rapidement face à un endettement permanent et totalement disproportionné par rapport à leurs revenus.

Ce sont ces constats inquiétants qui amènent la plate-forme Journée sans crédit à formuler des recommandations pour une meilleure protection des consommateurs les plus fragilisés. Celles-ci sont reprises dans deux dossiers « *Les ouvertures de crédit. Constats et recommandations pour une meilleure protection des consommateurs* », 2007 et 2008, disponibles sur le site www.journeesanscredit.be.