



autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

Communiqué de presse

Mercredi 18 août 2010

J-14 : Publicité du crédit à la consommation. L'aide de l'ARPP pour la bonne application des nouvelles règles.

L'application dès le **1^{er} septembre 2010** de la loi du 1^{er} juillet dernier relative à la réforme du crédit à la consommation impacte beaucoup de projets de communications publicitaires portant, principalement ou accessoirement, sur le **crédit à la consommation**.

En conséquence, l'ARPP enregistre un afflux de demandes de **conseils** de ses adhérents dans le domaine du crédit à la consommation en vue de la très prochaine application des nouvelles règles.

L'ARPP constate que les demandeurs n'ont pas toujours pu prendre pleinement connaissance des nouvelles dispositions applicables et pensent pouvoir décliner leurs messages de la même manière que sous l'empire de l'ancienne loi de 2003.

Or, de nouvelles dispositions prévoient, notamment, pour les publicités comportant un taux ou des informations chiffrées liées au coût du crédit, de nouvelles **mentions obligatoires** ; ce qui a pour effet, qu'un message crédit comportera plus de mentions qu'avant !

Par ailleurs, comme auparavant, certaines mentions doivent figurer dans le **corps principal** du texte publicitaire mais doivent désormais, avoir une **taille de caractère supérieure** à celle utilisée pour toute autre information relative aux caractéristiques du financement.

Dès lors, la présentation des anciens messages 'crédit' ne peut être simplement « adaptée » à cette nouvelle réglementation dans la mesure où la **lisibilité** de ces mentions doit subsister et que les tailles des mentions doivent évoluer pour respecter les nouvelles exigences.

La particularité de ce nouveau texte ne porte donc pas uniquement sur l'absolue nécessité d'un ajout du message pédagogique (non requis pour la publicité radiodiffusée) : « **Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.** »

L'ARPP reste donc à la disposition de ses adhérents pour examiner les nouveaux projets de campagne de communication en la matière. En cas de difficultés majeures, le recours à une publicité sans indication chiffrée est une solution d'attente qui peut permettre une diffusion à très court terme, respectueuse des nouvelles règles.

En savoir plus

- Dossier spécial Publicité et crédit à la consommation :
www.arpp.org (page d'accueil, rubrique « actualité »)

Contact médias : Stéphane MARTIN, +33 (0)1 40 15 15 25, contact@arpp.org