

Publicité du crédit à la consommation : l'aide de l'ARPP pour la bonne application de nouvelles règles

La Loi n° 2010-737 portant réforme du crédit à la consommation, publiée au Journal Officiel du 2 juillet 2010, a modifié plusieurs articles du Code de la consommation concernant la publicité.

Un certain nombre de dispositions relatives à la publicité s'appliquent **dès ce 1^{er} septembre 2010**.

Les dispositions de l'article L. 311-4 et de l'article L. 311-5 du Code de la consommation s'appliquent à compter du 1^{er} septembre 2010, excepté pour les catalogues de vente à distance pour lesquels la date d'entrée en vigueur de ces dispositions est fixée au 1^{er} novembre 2010.

- **Le texte de l'article L. 311-4 et celui de l'article L. 311-5 du Code de la consommation prévoient les mentions obligatoires.**

Outre les mentions, qui étaient déjà exigées par l'ancien texte, de nouvelles mentions sont rendues obligatoires dont le message « pédagogique » suivant :

« Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager. » (nouvel article L. 311-5).

- **L'article L. 311-5 impose le message « pédagogique » dans toute publicité, quel que soit le support de diffusion utilisée, à l'exception des publicités radiodiffusées.**
- **L'article L. 311-4 distingue la publicité comportant l'indication d'un taux d'intérêt ou des informations chiffrées liées au coût du crédit, des autres publicités.**

Seules les premières doivent faire apparaître les mentions obligatoires de l'article L. 311-4.

- **Les mentions obligatoires de l'article L. 311-4 du code de la consommation doivent être annoncées à l'aide d'un exemple représentatif**
- **Règles spécifiques de présentation et de taille de caractères pour certaines informations dans les publicités écrites.**

Les informations visés :

- le TAEG (taux annualisé effectif global), son caractère fixe ou révisable,
- le montant total dû par l'emprunteur,
- le montant des échéances
- et la mention « pédagogique ».

Ces mentions doivent s'inscrire **dans le corps principal du texte publicitaire et dans une taille de caractère plus importante** que celle utilisée pour toute autre information relative aux caractéristiques du financement.

Pour la **publicité adressée par voie postale** ou **par courrier électronique**, distribuée directement à domicile ou sur la voie publique, ces quatre informations doivent figurer, sous forme d'encadré, en en-tête du texte publicitaire.

- **Interdiction de certaines mentions dont certaines sont nouvelles :**

Celles qui laissent entendre que le prêt « *améliore la situation financière ou le budget de l'emprunteur* » et « *constitue un substitut d'épargne* ». (nouvel article L. 311-5 du code de la consommation)

- **Interdiction des lots promotionnels liés à l'acceptation d'une offre préalable de crédit** (nouvel article L. 311-5 du code de la consommation)
- **Utilisation des termes « crédit renouvelable » pour désigner cette nature de crédit à l'exclusion de toute autre appellation** (nouvel article L. 311-16 du Code de la consommation)

D'autres règles ne s'appliquent qu'à compter du **1er mai 2011**. Ces règles sont précisées dans le document intitulé « Mémo Publicité et crédit à la consommation » accessible dans le Dossier spécial « Publicité et crédit à la consommation » sur le site www.arpp.org

En savoir plus

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

Conseils et avis de l'ARPP

Quel que soit le média de diffusion prévu, l'ARPP délivre des conseils à ses adhérents avant parution des publicités pour permettre aux professionnels de vérifier leur conformité avec les règles en vigueur.

Outre ces services de conseil, **l'ARPP est en charge de la vérification systématique avant diffusion de l'ensemble de la publicité télévisée**. De ce fait, pour ce support précis, l'ARPP devra délivrer un Avis sur les publicités concernées par ces nouvelles dispositions.