

Le nouveau régime applicable à la publicité en faveur d'une opération de crédit à la consommation

La loi du 1^{er} juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation assure la transposition dans notre droit national de la directive européenne 2008/48 du 23 avril 2008 relative aux contrats de crédit aux consommateurs. Ces nouvelles dispositions, qui ont pour but de renforcer la protection des emprunteurs et de lutter contre le surendettement, opèrent une véritable réforme en profondeur de nombreux mécanismes propres au crédit. Elles comportent des développements spécifiques au contenu et à la présentation des publicités qui sont entrés en vigueur le 1^{er} septembre 2010, et qui modifient sur certains points le régime applicable à la publicité relative aux opérations de crédit à la consommation.

I. CHAMP D'APPLICATION DES NOUVELLES RÈGLES APPLICABLES À LA PUBLICITÉ RELATIVE AUX OPÉRATIONS ET CONTRATS DE CRÉDIT À LA CONSOMMATION

I.1. Types de publicités concernées

Les nouveaux textes demeurent applicables à « toute publicité, quel qu'en soit le support ». (nouvel article L.311-4 du Code de la consommation). La nouveauté réside dans le fait qu'ils s'appliquent à toute publicité consacrée à une opération de crédit à la consommation «... qui indique un taux d'intérêt ou des informations chiffrées liées au coût du crédit ». À l'instar des annonces de réduction de prix, seules les publicités chiffrées sont concernées par ce nouveau régime.

I.2. Les opérations de crédit concernées

La loi du 1^{er} juillet 2010 présente l'avantage de définir les opérations de crédit à la consommation concernées par le nouveau régime qu'elle instaure.

I.2.1. L'opération ou contrat de crédit est définie comme étant « une opération ou un contrat par lequel un prêteur consent ou s'engage à consentir à l'emprunteur un crédit sous la forme d'un délai de paiement, d'un prêt, y compris sous forme de découvert ou de toute autre facilité de paiement similaire, à l'exception des contrats conclus en vue de la fourniture d'une prestation continue ou à exécution successive de services ou de biens de même nature et aux termes desquels l'emprunteur en règle le coût par paiements échelonnés pendant toute la durée de la fourniture... » (nouvel art. L.311-1, 4^o).

Le prêteur est défini comme étant « toute personne qui consent ou s'engage à consentir un crédit mentionné à l'article L.311-2 dans le cadre de l'exercice de ses activités commerciales



Annie Gautheron-Vebret
Avocat au Barreau de Paris, Cabinet Péche-nard et Associés

ou professionnelles » (nouvel article L.311-2, 1^o). Il n'est donc plus nécessaire que le prêteur ait pour habitude de consentir des prêts, contrairement au régime antérieur. Le crédit doit seulement être consenti dans l'exercice d'activités commerciales ou professionnelles, à un « emprunteur ou consommateur », défini comme étant « toute personne physique qui est en relation avec un prêteur, dans le cadre d'une opération de crédit réalisée ou envisagée dans un but étranger à son activité commerciale ou professionnelle ». (nouvel article L.311-1, 2^o) La location-vente et la location avec option d'achat demeurent comme auparavant assimilées à ces opérations de crédit.

I.3. Les opérations de crédit exclues (nouvel art. L.311-3)

- Les opérations de crédit immobilier demeurent exclues, et s'y ajoutent par rapport à la période précédente, les crédits hypothécaires, ainsi que les crédits immobiliers qui incluent les « travaux de réparation, d'amélioration ou d'entretien du terrain ou de l'immeuble ainsi acquis ».

- Sont également exclues les opérations de crédit dont le montant total est inférieur à 200 € ou supérieur à 75 000 €, à l'exception des opérations ayant pour objet le regroupement de crédits. (art. L.311-4, 2^o). Le seuil des opérations exclues passe ainsi de 21 500 € à 75 000 €.

- Certaines opérations de courte durée sont également exclues de ce nouveau régime : les autorisations de découvert d'une durée maximale d'un mois ; les crédits gratuits d'une durée inférieure ou égale à trois mois ; les cartes à débit différé de quarante jours maximum et n'occasionnant aucun autre frais que la cotisation liée au bénéfice de ce moyen de paiement ;

- Les autres cas d'exclusion concernent des opérations qui ne font pas l'objet de publicités, telles que des avances sur salaire ou des prêts exceptionnellement consentis par les entreprises à leurs salariés (art. L.311-3, 5^o), des prêts consentis à un investisseur «... pour lui permettre d'effectuer une transaction qui por-

te sur un instrument financier dans laquelle intervient l'entreprise qui octroie le crédit ou le prêt. » (art. L.321-2 du Code monétaire et financier), et des accords de paiements échelonnés d'une dette existante conclus devant une juridiction (art. L.313-3, 7°), ou devant la Commission de surendettement des particuliers (art. L.311-3, 8°), ou de façon amiable.

II. LES NOUVELLES RÈGLES APPLICABLES AUX PUBLICITÉS CONSACRÉES À UNE OPÉRATION DE CRÉDIT À LA CONSOMMATION

II.1. Les nouvelles règles de présentation des mentions obligatoires

- Le nouvel article L.311-4 du Code de la consommation précise, avant l'énumération des informations devant être obligatoirement communiquées aux consommateurs, qu'elles doivent figurer «... de façon claire, précise et visible à l'aide d'un exemple représentatif. » Le recours à ce type de présentation des mentions obligatoires sous la forme d'un « exemple » est déjà effectif, mais il est maintenant imposé par le législateur sous peine de sanctions pénales, et à l'exclusion de tout autre mode de présentation de ces mentions. L'exemple doit en outre être « représentatif », et non laissé au choix de l'annonceur. Il serait souhaitable que cette notion d'« exemple représentatif » soit précisée par voie réglementaire ou au moyen d'une circulaire, compte tenu des nombreuses incertitudes qu'elle suscite. Il est en effet toujours difficile de tenter de deviner les intentions du législateur face à ce type d'exigence qui, à défaut d'être définie, ne peut être cernée avec certitude que par la négative.

Il est certain qu'un exemple de crédit qui porterait sur un montant qui ne correspond pas à celui des crédits généralement octroyés par l'annonceur peut être estimé non représentatif. Faut-il pour autant que l'exemple retenu par un annonceur soit développé à partir du montant moyen des crédits qu'il octroie habituellement, ou à celui qu'il octroie le plus souvent, pour qu'il puisse être estimé « représentatif » ? La détermination de ce montant représentatif doit-il correspondre au prix du produit mis en avant par l'annonceur dans sa publicité, lorsqu'elle émane d'un producteur ou d'un distributeur ? En l'état, cette notion d'« exemple représentatif » n'est précisée que pour la présentation des informations relatives aux crédits renouvelables. Le nouvel article D.311-3-1 précise que pour la publicité de ce type de crédit, les informations qui doivent être indiquées dans les publicités qui leur sont consacrées doivent être fournies à l'aide d'un exemple qui, pour être représentatif, doit être développé à partir d'un ou plusieurs des montants visés par ce texte : 500 €, 1 000 € et 3 000 €. L'annonceur peut retenir un ou plusieurs de ces montants, et il

doit en outre préciser la durée de remboursement maximale prévue par l'offre commerciale sur laquelle porte sa publicité. Ce texte ne fournit donc pas d'indications pouvant permettre de répondre aux interrogations suscitées dans les autres cas par cette notion d'« exemple représentatif ».

- L'obligation de faire figurer les informations obligatoires «... de façon claire, précise et visible » ne constitue pas une nouveauté, puisqu'elle résulte déjà des articles L.121-1 et L.121-1-1 du Code de la consommation relatifs aux pratiques commerciales déloyales. Les nouvelles dispositions ne définissent pas les notions de clarté, de précision et de visibilité par l'indication d'une taille minimum de caractères typographiques, ou d'autres modes de présentation qui seraient réputés satisfaire à ces trois conditions qui devront donc être appréciées au cas par cas.

- Le nouvel article L.311-5 reprend en revanche, sous une forme modifiée, les règles de présentation figurant depuis 2003 au 4^e paragraphe de l'article L.311-4, et qui prévoyaient que : «... les informations relatives à la nature de l'opération, à sa durée, au taux effectif global, s'il y a lieu, et, s'il s'agit d'un taux promotionnel, à la période durant laquelle ce taux s'applique, au caractère "fixe ou révisable" du taux effectif global et au montant des remboursements par échéances... dans une taille de caractères au moins aussi importante que celle utilisée pour indiquer toute autre information relative aux caractéristiques du financement et s'inscrire dans le corps principal du texte publicitaire. »

Textes de référence :

- Loi n° 2010-737 du 1^{er} juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation, JO du 2 juillet 2010
- Décret n° 2010-1005 du 30 août 2010 prévu à l'article L. 311-4 du code de la consommation tel que modifié par l'article 4 de la loi n° 2010-737 du 1^{er} juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation relatif au contenu et aux modalités de présentation de l'exemple représentatif utilisé pour les publicités portant sur des crédits renouvelables et fixant les modalités d'entrée en vigueur de l'article 4 de cette même loi, JO du 31 août 2010

L'article L.311-5 prévoit désormais que les informations relatives :

- (i) au taux annuel effectif global et à sa nature, fixe, variable ou révisable,
- (ii) au montant total dû par l'emprunteur,
- (iii) au montant des échéances
- (iv) ainsi qu'à la mention : « un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager »

doivent figurer dans une taille de caractères plus importante que celle utilisée pour indiquer toute autre information relative à l'opération de crédit annoncée, et non plus dans une taille de caractères au moins aussi importante que celle utilisée pour les autres informations relatives au financement considéré. Les informations relatives à la nature et à la durée de l'opération ne sont plus visées par ce nouveau texte. Ces règles concernent en revanche comme auparavant, toutes les publicités écrites, quel que soit leur support de diffusion.

- Des obligations complémentaires concernant un sous-ensemble de ces publicités écrites, comprenant les publicités adressées «... par voie postale ou par courrier électronique » et celles qui sont «... distribuée(s) di-

rectement à domicile ou sur la voie publique (...) » (art. L.311-5, 2^e §), c'est-à-dire le **hors-média**. Lorsque ces publicités comportent des indications chiffrées relatives au crédit, les informations visées ci avant «...doivent figurer, sous forme d'encadré, et en tête du texte publicitaire » (art. L.311-5, 2^e §).

- Elles doivent aussi, même si elles ne comportent pas d'indications chiffrées, rappeler aux consommateurs « de façon claire, précise et visible son droit de s'opposer sans frais à l'utilisation de (leurs) données personnelles à des fins de prospection ainsi que les modalités d'exercice de ce droit. »

II.2. Liste des informations légales obligatoires

- Ces informations sont énumérées à l'article L.311-4 du Code de la consommation :

● « 1^o Le taux débiteur et la nature fixe, variable ou révisable du taux, sauf pour les opérations de location-vente ou de location avec option d'achat, ainsi que les informations relatives à tous les frais compris dans le coût total du crédit pour l'emprunteur ; ».

Le taux débiteur est défini comme étant « le taux d'intérêt exprimé en pourcentage fixe ou variable, appliqué au capital emprunté ou au montant du crédit utilisé, sur une base annuelle. » (art. L.311-1, 6^o) Il est précisé que ce taux débiteur est fixe lorsque ce taux est constant pendant toute la durée du crédit ainsi que lorsque plusieurs taux débiteurs constants seront appliqués lors de périodes prédéterminées s'inscrivant dans le cadre de la durée globale du contrat de crédit. Dans ce dernier cas, le taux n'est fixe que pour ces périodes prédéterminées. Dans tous les autres cas, « le taux débiteur est variable ou révisable » (art. L.311-1, 6^o). En dehors de l'ajout du caractère variable du taux effectif global, ce nouveau texte n'impose pas de contraintes supplémentaires par rapport au précédent.

● « Le montant total du crédit »

Il s'agit du « plafond » ou du « total des sommes rendues disponibles » en vertu d'un contrat ou d'une opération de crédit (art. L.311-1, 8^o). Cette mention légale est nouvelle, en ce sens que les textes précédents ne l'imposaient pas directement en tant que telle. Les publicités portant sur les opérations de crédit indiquent néanmoins depuis plusieurs années le montant du crédit pris en considération pour développer le (ou les) exemple(s) qu'elles comportent déjà de façon quasi systématique pour communiquer au public les informations rendues désormais obligatoires par le législateur.

● Alors que les anciens textes imposaient la présence de mentions relatives au coût total du crédit, au montant des remboursements par échéances et au nombre de ces échéances, le nouvel article L.311-4 impose la mention du « **montant total du crédit** » (2^o), du « **montant total dû par l'emprunteur et (du) montant des échéances.** » (6^o) L'indication du nombre des échéances a disparu, mais il peut être aisément déterminé en rapprochant le coût total du crédit et le montant des échéances avec « **la durée du contrat de crédit** », qui constitue la 4^e mention obligatoire visée par l'article L.311-4 du Code de la consommation.

● Deux nouvelles mentions tendant à satisfaire l'objectif de transparence sur les prix poursuivi par le législateur doivent être prévues dans les deux cas de figure suivants :

- « **Si le prêteur exige qu'un service accessoire soit fourni pour l'obtention du crédit, notamment une assurance, la publicité mentionne de façon claire, précise, et visible, la nécessité de contracter ce service** » (art. L.311-4, 6^o, 3^e §).

- « **Lorsqu'un prêteur propose habituellement les contrats de crédit assortis d'une proposition d'assurance facultative ayant pour objet la garantie de remboursement du crédit, toute publicité mentionnée au 1^{er} alinéa du présent article diffusée pour son compte sur ces contrats indique le coût de l'assurance, exprimé en euros et par mois, et précise si ce montant s'ajoute ou non à l'échéance de remboursement du crédit** » (art. L.311-4, 6^o, dernier §).

● Les publicités relatives à une opération de crédit renouvelable, assortie ou non de l'usage d'une carte de crédit, sont concernées par toutes les règles visées ci-dessus, auxquelles s'ajoutent celles qui figurent au nouvel article D.311-3-1 du Code de la consommation, issu du décret n^o 2010-1005 du 30 août 2010. Outre les montants à partir desquels l'« exemple représentatif » doit être présenté, ce texte impose aux annonceurs de faire figurer, dans une taille de caractères au moins aussi importante que celle utilisée pour les autres informations relatives au financement considéré :

1^o sa nature d'exemple ; 2^o le nombre d'échéances pour chacune des échéances d'un même montant. »

Lorsque les offres de crédit faites par le prêteur sont habituellement assorties d'une proposition d'assurance ayant pour objet la garantie du remboursement du crédit, la mention « *hors assurance facultative* » suivant indication du montant des échéances, et « *le coût en euros et par mois de cette assurance facultative* » doivent figurer dans la même taille de caractères que celle utilisée pour l'indication du montant de 500, 1 000 ou 3 000 € retenu par l'annonceur et l'indication de la durée maximale de remboursement prévue par l'offre commerciale considérée.

CONCLUSION

Les dispositions régissant l'entrée en vigueur progressive de cette loi du 1^{er} juillet 2010 ne se caractérisent pas par leur clarté. Il semble toutefois résulter de l'article 61 de cette loi qu'en dehors des nombreuses exceptions qu'il prévoit, la plupart de ses dispositions entreront en vigueur «... le 1^{er} jour du 10^e mois suivant celui de la publication de la présente loi », c'est-à-dire le 1^{er} avril 2011. Parmi ces exceptions figure l'article 4 de cette loi qui modifie les articles L.311-4 et L.311-5 du Code de la consommation, et qui décrit le nouveau régime applicable à la publicité en faveur des opérations de crédit à la consommation. Il est prévu que : « *l'article 4 s'applique, selon des modalités fixées par décret, à compter du 1^{er} jour du 2^e mois suivant celui de la publication de la présente loi, (c'est-à-dire à compter du 1^{er} septembre 2010) sauf pour les catalogues de vente à distance auxquels il ne s'applique qu'à compter du 1^{er} jour du 4^e mois suivant celui de cette publication.* » (c'est-à-dire à compter du 1^{er} novembre 2010).

A. G.-V.