

## CREDIT A LA CONSOMMATION

En plus des dispositions législatives et réglementaires applicables, la publicité pour une offre de crédit ou une offre de financement définie ci-dessous doit, sous quelque forme que ce soit, respecter les règles déontologiques suivantes :

### **1. LA PUBLICITE NE DOIT PAS MINIMISER L'IMPORTANT DE L'ENGAGEMENT FINANCIER**

### **2. TAUX DE FINANCEMENT**

2-1 Est proscrite toute publicité qui ferait ressortir un taux de crédit inférieur au coût moyen de refinancement des établissements de crédit, défini comme la moyenne mensuelle majorée de 0.25 point des taux interbancaires offerts à Paris (TIOP), constatée pour des échéances à un an au cours de l'avant dernier mois du semestre civil précédent, communiqué par l'Association Française des Sociétés Financières.

2-2 Lorsqu'un taux est mentionné dans la publicité, sa présentation ne doit pas laisser supposer qu'il est généralisable à toute autre situation.

### **3. OPERATION DE FINANCEMENT/L.O.A.**

Toute publicité portant sur une opération de financement proposée pour l'acquisition ou la location avec option d'achat d'un bien de consommation déterminé doit respecter les dispositions suivantes :

3-1 le prix du bien en cas de paiement comptant doit être indiqué, ainsi que le prix total d'acquisition en cas d'achat à crédit ;

3-2 lorsqu'il est fait référence à des mensualités différenciées, le montant d'une mensualité et le nombre de mois correspondant à cette mensualité doivent apparaître en caractères identiques.

### **4. CREDIT PERMANENT**

Toute publicité relative aux offres de crédit permanent doit respecter les dispositions suivantes :

4-1 lorsqu'il est fait référence à la notion de gratuité, le message doit être suffisamment précis pour ne pas laisser supposer que des services ou des prestations donnant lieu à facturation bénéficient de cette gratuité ;

4-2 ces offres de crédit ne doivent pas être présentées comme une " *augmentation du pouvoir d'achat* " ;

4-3 quand il est fait référence au crédit, il doit être mentionné que son utilisation générera ou non un coût.

## **5. LISIBILITE DES MENTIONS**

5-1 Toutes les mentions doivent être présentées de manière lisible et compréhensible par le consommateur.

5-2 Une parfaite perception exige que la couleur, la sonorité, la taille, l'emplacement des caractères soient choisis en fonction du support et reçus dans des conditions normales de lecture, d'audition ou de visualisation.

## **6. ACCORD PREALABLE**

Tout annonceur réalisant une publicité comportant une offre de crédit doit, préalablement à la diffusion de son message, avoir obtenu l'accord sur le texte proposé, de l'établissement financier avec lequel il est en relation.