

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

12 mars 2010

---

**RÉFORME DU CRÉDIT À LA CONSOMMATION - (n° 2150)**

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**N° 62 (2<sup>ème</sup> rect.)

présenté par  
M. Ollier et M. Loos

-----  
**ARTICLE 2**

Après l'alinéa 14, insérer l'alinéa suivant :

« Lorsqu'une publicité est adressée par voie postale ou par courrier électronique, distribuée directement à domicile ou sur la voie publique, le document envoyé au consommateur lui rappelle de façon claire, précise et visible son droit de s'opposer sans frais à l'utilisation de ses données personnelles à des fins de prospection ainsi que les modalités d'exercice de ce droit. Lorsque cette publicité indique un taux d'intérêt ou des informations chiffrées liées au coût du crédit, les informations mentionnées au premier alinéa doivent figurer, sous forme d'encadré, en en-tête du texte publicitaire. ».

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à centrer sur les publicités envoyées par courrier le dispositif adopté par la Commission des affaires économiques prévoyant que les informations relatives au TEG, au montant total dû par l'emprunteur, au montant des échéances ainsi que la mention légale « Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager » doivent figurer dans un encadré en en-tête du texte publicitaire.

Il convient en effet de lutter contre la multiplication des courriers non sollicités reçus par les Français, qui se trouvent ainsi incités en permanence à souscrire un crédit. Ces publicités doivent faire l'objet d'un encadrement particulier car elles se présentent sous la forme de courriers personnalisés auxquels les consommateurs, surtout les plus vulnérables, comme les personnes âgées, sont souvent tentés d'accorder plus de foi qu'à une simple affiche aperçue dans le rue.

Le présent amendement prévoit en conséquence :

- de réserver aux publicités adressées par courrier l'obligation de présenter les informations légales précitées dans un encadré figurant en en-tête

- et d'imposer au prêteur de rappeler ses droits au consommateur en matière d'utilisation de ses données personnelles à des fins de prospection commerciale et donc de lui donner concrètement la possibilité de dire « non » à ses publicités, y compris lorsqu'il est déjà client du prêteur.