

C O N V E N T I O N

concernant les restrictions à la publicité et la prévention dans le domaine des crédits privés et des leasings de biens de consommation

A. Préambule

Les membres de l'Association Suisse des Banques de Crédit et Établissements de Financement (ASBCEF) et de l'Association Suisse des Sociétés de Leasing (ASSL) pratiquant des opérations de crédits privés et de leasing de biens de consommation (désignés ci-après globalement par le terme de « crédits à la consommation ») ainsi que d'autres établissements actifs dans ces secteurs (cf. liste des établissements participant à la convention) ont décidé de mettre en place une **autorégulation de la publicité pour les crédits à la consommation** et **d'appliquer des mesures de prévention**. L'interdiction de la publicité agressive contenue dans l'article 36a de la loi fédérale sur le crédit à la consommation (LCC) sera ainsi concrétisée. A cet effet, les établissements participants concluent la présente convention concernant les restrictions à la publicité et la prévention.

B. Autorégulation relative à la publicité pour les crédits à la consommation

1. Principes

L'interdiction par la loi de la « publicité agressive » (article 36a LCC) entraîne, selon la compréhension des établissements participants, les maximes d'action suivantes :

- a. La publicité ne doit pas susciter chez les consommateurs l'impression que des crédits à la consommation peuvent être obtenus particulièrement rapidement, sans examen détaillé de la capacité de contracter un crédit.
- b. La publicité pour les crédits privés ne doit pas s'adresser particulièrement aux jeunes adultes (personnes de moins de 25 ans).
- c. Il y a lieu de renoncer à faire de la publicité pour la conclusion de crédits à la consommation en utilisant des arguments qui ne sont manifestement pas judicieux du point de vue économique.

- d. Il y a lieu de renoncer à faire de la publicité pour la conclusion de crédits à la consommation en vue de financer des activités de loisirs coûteuses de courte durée, des fêtes, etc.
- e. Il y a lieu de renoncer à des actions de distribution insistantes de moyens publicitaires dans les rues, places, etc.

Les règles et principes relatifs à la publicité pour les crédits à la consommation résumés dans la présente convention s'appliquent à tous les médias et en particulier à l'Internet et aux médias sociaux pour autant que le message principal de la publicité soit le crédit à la consommation.

Les établissements participants s'engagent, en prenant des mesures appropriées, à inciter les courtiers en crédit soumis à autorisation en vertu de l'article 39 LCC au respect des règles relatives à la publicité pour les crédits à la consommation exposées dans la présente convention et, si nécessaire, à mettre fin à la collaboration avec les courtiers qui ne respectent pas ces règles.

2. Pas de publicité visant spécifiquement les jeunes adultes

La publicité pour les crédits privés ne doit pas s'adresser particulièrement aux jeunes adultes (personnes de moins de 25 ans). La publicité est interdite dans les publications pour la jeunesse qui n'ont pas été explicitement approuvées par la Commission pour la Loyauté.

3. Exemples

- a. Pas de publicité pour les « crédits express », etc. et pas de publicité utilisant des arguments laissant penser d'une autre façon que l'établissement renonce à un examen étendu de la capacité de contracter un crédit conforme à la LCC**

Sont interdits les arguments qui vantent la possibilité d'obtenir des crédits à la consommation particulièrement rapidement (par exemple « crédit express », « examen du crédit en 30 minutes », « crédit instantané », « somme en espèces tout de suite », « paiement / transfert du montant du crédit dans les 4 heures »). Il est également interdit d'utiliser le mot « commande » avec un bon

de commande pour des crédits à la consommation ou l'expression « commande de prêts personnels » (par exemple dans des formulaires de demande ou des coupons).

Sont interdits de manière générale les arguments publicitaires laissant penser que l'établissement renonce à un examen étendu de la capacité de contracter un crédit ou que des crédits à la consommation peuvent être obtenus sans conditions. Il y a par conséquent lieu de renoncer à des formulations comme « Vous déterminez vous-même le montant de vos mensualités », « Vous déterminez vous-même le montant de votre crédit, quel que soit votre revenu » ou « Vous déterminez vous-même le montant de votre crédit, quels que soient vos autres engagements ».

b. Pas de publicité faisant usage d'arguments qui ne sont manifestement pas judicieux du point de vue économique

Il est interdit de faire de la publicité pour la conclusion de crédits à la consommation dans des buts qui ne sont manifestement pas judicieux du point de vue économique. En fait partie de manière générale la recommandation de prendre des crédits à la consommation pour rembourser des dettes auxquelles s'appliquent, selon l'expérience, des taux d'intérêt inférieurs à ceux des crédits à la consommation (dettes fiscales par exemple). A cet égard, sont notamment interdites des expressions comme « crédits-épargne ».

c. Pas de publicité pour la conclusion de crédits à la consommation en vue de financer des activités de loisirs coûteuses de courte durée ou des fêtes

Sont interdits les arguments ou les images qui vantent la conclusion de crédits à la consommation en vue de financer des vacances, des mariages, etc. Par conséquent, sont interdites des expressions comme « crédits vacances » ou « crédits mariage », etc.

d. Pas d'action de distribution sur le domaine public et pas de reproduction d'espèces

Sont interdites les méthodes publicitaires particulièrement agressives, par exemple la distribution de documents relatifs à un crédit dans les rues et places publiques à l'écart d'expositions de voitures et d'autres événements du même type, dans les zones publiques des gares, aéroports, etc. ainsi que la remise de coupons publicitaires qui rappellent des billets de banque, de par leur forme et leur graphisme.

e. Pas de publicité dans les établissements de loisirs pour jeunes adultes et dans les salons de jeu

Il est interdit de faire de la publicité dans les salons de jeu et, de manière générale, dans les établissements de loisirs destinés clairement à des personnes de moins de 25 ans.

f. D'autres exemples de publicité agressive interdite conformément à la jurisprudence

Les comités directeurs de l'ASBCEF et de l'ASSL sont autorisés à compléter la convention en définissant d'autres exemples de publicité interdite, conformément à la jurisprudence rendue par des tribunaux étatiques au sujet de l'article 36a de la LCC ainsi que de la Commission Suisse pour la Loyauté.

C. Mesures de prévention

1. Remise de notices, etc. sur la réduction de la capacité de faire face à des crédits à la consommation entraînée par un divorce, une séparation ou une perte d'emploi, etc.

Les établissements participants sont conscients que, à l'instar de tous les crédits, les crédits à la consommation peuvent être à l'origine de problèmes financiers si, après la confirmation de la capacité de contracter un crédit et la prise du crédit, des événements imprévus, tels qu'un divorce, une séparation, une perte d'emploi, la maladie ou l'invalidité, entraînent une modification des revenus/des dépenses du preneur de crédit. Ils s'engagent à remettre aux personnes demandant un crédit, outre les documents relatifs au crédit, une

notice traitant de ces risques ou à les en informer d'une autre façon. Ils s'engagent en outre à mettre ces risques en évidence sur leur site Internet.

2. Publication de principes sur la conclusion de crédit responsable

L'ASBCEF et l'ASSL publient sur leur page d'accueil des principes / des recommandations pour une conclusion de crédit responsable. Les établissements participants s'engagent à placer sur leurs sites Internet des liens vers les sites de l'ASBCEF et l'ASSL ou à mettre en ligne de telles informations sur leurs propres sites.

3. Séances d'information

Les établissements participants sont conscients qu'il faut apprendre tôt la prise raisonnable de crédits, lesquels peuvent être conclus dès l'entrée dans l'âge adulte. A cet effet, l'ASBCEF, l'ASSL et les établissements participants soutiennent, en fournissant de la documentation, les séances d'information organisées par les écoles secondaires et secondaires supérieures. L'ASBCEF et l'ASSL sont prêtes à établir, au besoin, un guide sur les crédits privés et les leasings de biens de consommation qui pourra être remis aux écoles.

D. Application de la convention

La Commission Suisse pour la Loyauté est désignée comme autorité de contrôle exclusive avec la mission de constater d'éventuelles violations de l'auto-limitation en matière de publicité selon l'art. 36a al. 2 LCC, sur plainte écrite et motivée, conformément à son règlement d'organisation en vigueur. Toute décision définitive de la Commission pour la Loyauté pour violation de la présente convention par un des établissements participants sera communiquée à l'ASBCEF et à l'ASSL pour qu'elles prennent d'autres mesures. L'établissement concerné s'engage, en cas de violation constatée de la présente convention, à verser à l'ASBCEF, respectivement l'ASSL, selon qu'une publicité pour des crédits privés ou des leasings de biens de consommation a été visée, une peine conventionnelle de CHF 100'000.00 au plus que le comité directeur de l'ASBCEF, respectivement de l'ASSL fixera sans examen complémentaire, en fonction de la gravité de la violation concernée et selon son appréciation. Une

amende infligée sur la base de l'art. 36b LCC doit être déduite de la peine conventionnelle fixée. Si la peine conventionnelle a été déjà payée avant le prononcé d'une amende selon l'art. 36b LCC, l'établissement concerné a droit au remboursement du montant correspondant à l'amende, mais au maximum le montant de la peine conventionnelle effectivement payée.

Les fonds provenant de telles peines conventionnelles doivent être utilisés exclusivement par l'ASBCEF et l'ASSL pour leurs activités liées à l'application de la convention et pour le soutien des mesures d'information décrites ci-dessus sous C.3.

E. Entrée en vigueur / durée de validité

La présente convention entre en vigueur le 1^{er} janvier 2016. Elle est conclue pour une durée indéterminée. Elle ne peut être résiliée (en observant un délai de préavis de trois mois) que si les lois et ordonnances applicables en matière de crédit à la consommation subissent des modifications majeures ou si l'établissement concerné cesse d'exercer une activité commerciale dans le secteur des crédits à la consommation.

Zurich, _____

Pour l'Association Suisse des Banques de
Crédits et Établissements de
Financement :

Peter Schnellmann,
Président

Dr Robert Simmen, Avocat,
Secrétaire général

Zurich, _____

Pour l'Association Suisse des Sociétés de
Leasing (ASSL):

Roland Brändli,
Président

Dr Markus Hess, Avocat,
Secrétaire général