

Interdiction de la publicité : décision déconcertante du Conseil des États

21.12.2011

D'un coup d'oeil

La publicité en faveur des offres de crédit à la consommation sera interdite. Le Parlement a pris une décision symbolique qui ne contribuera pas à résoudre les problèmes. Le projet vise un objectif noble, éviter l'endettement et principalement celui des jeunes, mais il est ennuyeux qu'une telle décision soit prise avant que la cause et la fréquence de l'endettement des ménages en Suisse ait été examinées en profondeur.

À l'instar du Conseil national, le Conseil des États souhaite interdire complètement la publicité en faveur du crédit à la consommation – et ce à l'encontre des propositions des deux commissions. Il entend ainsi faire de la prévention contre l'endettement des jeunes et des jeunes adultes. Il en a décidé ainsi alors que, à plusieurs reprises, des parlementaires ont indiqué qu'on ne dispose pas en Suisse d'informations suffisantes et étayées sur l'endettement des ménages, en particulier celui des jeunes. Les deux Chambres ont transmis une motion demandant des enquêtes pour mieux cerner ce phénomène.

La publicité est un instrument indispensable de l'économie de marché. Elle véhicule des informations, crée la transparence sur le marché et permet la concurrence entre les prestataires. L'interdire reviendrait à mettre les citoyens sous tutelle et à les empêcher de prendre leurs propres décisions.

Une intervention illégale dans la liberté économique et la concurrence

Le Parlement mène une action symbolique et déplacée. L'endettement des ménages étant un thème récurrent et rien n'ayant été fait dans ce domaine, une interdiction permettrait, d'après le Conseil des États, de lancer un signal.

Une personne qui vit au-dessus de ses moyens à long terme peut se retrouver dans une situation dont elle ne peut plus sortir seule, qui l'affectera tant elle que son entourage et qui touchera finalement toute la société, qui fournit le filet social comme ultime recours. Des mesures doivent être prises pour éviter de telles dérives, cela ne fait pas de doute. Cependant, comme le démontrent les quelques études réalisées sur le sujet, les crédits à la consommation ne sont pas responsables de ces situations. L'interdiction de la publicité ne permettra donc pas de régler le problème. En effet, une interdiction supprimera la transparence sur le marché, discriminera la branche, puisque les autres types de crédits ne sont pas concernés, restreindra la liberté d'opinion et entravera excessivement la liberté économique.

La solvabilité des clients est déjà examinée

Les prescriptions strictes contenues dans la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) font déjà barrage à des abus dans la publicité en faveur des crédits à la consommation. Quant à la loi sur le crédit à la consommation, elle a institutionnalisé le contrôle strict de la solvabilité. Seules les personnes qui satisfont ses exigences ont le droit de contracter un crédit à la consommation ; cette règle s'applique aussi à l'octroi de crédits aux jeunes adultes. Des prescriptions sévères d'examen de la solvabilité sont également applicables pour les contrats de leasing et les cartes de crédit. Les dispositions de la LCC et de la LCD sont d'ailleurs plus dures que les lois sur les crédits à la consommation promulguées par les pays voisins et la directive européenne correspondante.