

Projet présenté par les députés :

~~M^{mes} et MM. Jean-Luc Forni, Anne-Marie von Arx-Vernon, Béatrice Hirsch, Guy Mettan, Bertrand Buchs, Olivier Cerutti, Jean-Marc Guinchard, François Lance, Geneviève Arnold, Boris Calame, Sophie Forster-Carbonnier, Jocelyne Haller, Frédérique Perler, Salika Wenger, Cyril Mizrahi, Christian Frey, Jean-Michel Bugnion, Romain de Sainte-Marie, Jean-Charles Rielle, Mathias Buschbeck, Thomas Wenger, Salima Moyard, Vincent Maitre~~

Retiré par ses auteurs et repris par les députés :

M^{me} et MM. Romain de Sainte-Marie, Cyril Mizrahi, Christian Frey, Jean-Charles Rielle, Thomas Wenger, Salima Moyard,

Date de dépôt : 13 décembre 2018

Projet de loi

modifiant la loi sur les procédés de réclame (LPR) (F 3 20) (Contre la publicité pour le petit crédit)

Le GRAND CONSEIL de la République et canton de Genève décrète ce qui suit :

Art. 1 Modification

La loi sur les procédés de réclame, du 9 juin 2000, est modifiée comme suit :

Art. 9, al. 2 (nouvelle teneur)

² L'affichage, sous quelque forme que ce soit, de publicité en faveur du tabac, des petits crédits et des alcools de plus de 15 volumes pour 100 sur le domaine public et sur le domaine privé, visible du domaine public, est interdit. Il en est de même à l'intérieur et aux abords des bâtiments ou lieux publics, propriétés de l'Etat, des communes, de collectivités publiques ou de fondations de droit public.

Art. 2 Entrée en vigueur

La présente loi entre en vigueur le lendemain de sa promulgation dans la Feuille d'avis officielle.

EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames et
Messieurs les députés,

Ce 1^{er} janvier est entrée en vigueur la nouvelle loi sur le crédit à la consommation¹ (LCC), avec laquelle le Conseil fédéral entend bien lutter contre les risques d'endettement.

Inspirée par l'initiative parlementaire de l'ancienne conseillère nationale socialiste Josiane Aubert, la nouvelle législation prévoit en effet une interdiction de la publicité dite agressive pour le petit crédit en vue de répondre notamment aux méfaits des crédits express.

Si, sur le papier, le texte tel qu'adopté par l'Assemblée fédérale paraît prometteur, de sérieux doutes persistent quant au succès réel de cette révision. D'après les milieux de la prévention, la nouvelle législation risque de rester probablement sans effet dans la mesure où elle préfère une autorégulation de la branche concernée – via une convention privée définissant le type de publicité à proscrire – à davantage de contraintes.

Malgré le droit de regard du Conseil fédéral, les recommandations générales contenues dans ladite convention relèvent donc pour l'instant de pieuses intentions, dont les autorités attendent désormais une application concrète.

Ajoutons à cela le fait que la nouvelle législation continue également de maintenir certaines portes ouvertes aux abus telles que la non-application de la loi pour les crédits supérieurs à 80'000 F (art. 7, al. 1, let. e), la non-obligation de vérifier la solvabilité des preneurs de crédit (art. 31, al. 1) ainsi que l'absence de sanctions prévues en cas de négligence de la part des organismes financiers et bancaires (art. 36, al. 1).

Même si le Conseil fédéral a récemment annoncé vouloir réduire d'un tiers le taux d'intérêt maximal du petit crédit, qui passerait de 15% à 10% dès le 1^{er} juillet de cette année, les préoccupations concernant la protection des consommateurs, davantage tentés par un petit crédit dont les risques sont le plus souvent banalisés, demeurent cependant justifiées.

Preuve en est l'élargissement du cercle des crédateurs, rejoints à présent par les buralistes du groupe Valora, à qui appartient notamment Kiosque K, Naville et Relay. Un groupe qui a récemment décidé de pratiquer dans

¹ <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20010555/index.html>

plusieurs de ses kiosques, des prêts entre 1'000 et 3'000 F sur un à trois mois : une apologie de l'argent rapide et facile délivré non plus par des professionnels de la branche mais par des buralistes, qui pourront désormais prêter de l'argent entre la vente d'un journal et d'une barre chocolatée.

Difficile de ne pas deviner la cible naturelle visée, à savoir les jeunes souvent moins expérimentés en matière de gestion de l'argent et surtout moins méfiants. Ici, encore moins besoin de prouver ses capacités financières pour autant que l'on ait au minimum 25 ans et que l'on déclare avoir un revenu régulier et résider en Suisse. Ce ne sont malheureusement pas les condamnations de la Fédération des consommateurs, qui endigueront cette pratique de plus en plus répandue, laquelle fait oublier les risques inhérents au crédit, facilitant par la même occasion les risques de dérives et d'abus en l'absence d'un encadrement professionnel et d'une limitation des risques.

Conscient qu'un parlement cantonal peut difficilement s'immiscer dans une législation fédérale, encore moins lorsqu'elle vient d'être révisée, le groupe démocrate-chrétien demeure pourtant convaincu de la nécessité pour l'Etat de Genève de participer à l'effort commun de lutte contre l'endettement, parallèlement aux efforts fournis par les organismes de crédit et les autorités fédérales.

C'est pourquoi il suggère d'intervenir localement avec nos armes législatives cantonales via la loi sur les procédés de réclames² (LPR), dans laquelle il propose l'interdiction sur le domaine public de toute publicité en lien avec le petit crédit. Cette interdiction s'ajouterait ainsi à celle du tabac et des alcools de plus de 15 volumes pour 100.

Dans un communiqué de presse du 3 novembre 2014³, la Commission fédérale pour l'enfance et la jeunesse (CFEJ) privilégiait déjà une interdiction générale de la publicité pour les crédits à la consommation visant spécialement les jeunes et les jeunes adultes : « *Les enfants et les jeunes sont un groupe cible intéressant pour la publicité et le marketing : ils ont déjà de l'argent (de poche) et influencent le comportement d'achat de leurs parents. L'omniprésence en Suisse du marketing visant les enfants n'a dès lors rien d'étonnant. De nos jours, un enfant de dix ans connaît entre 300 et 400 noms de marque. Se trouvant en plein développement de leur personnalité et disposant d'une expérience réduite, les enfants et les jeunes sont un public plus facile à influencer. Voilà pourquoi il est si important de leur réserver des espaces sans publicité et notamment des lieux où ils peuvent apprendre sans subir d'influences commerciales* ».

² https://www.geneve.ch/legislation/rsg/f/s/rsg_F3_20.html

³ http://www.ekkj.admin.ch/c_data/f_14_MM_Konsum.pdf

Si le risque d'endettement n'est pas spécifiquement lié aux jeunes, ces derniers encourent cependant des risques plus graves quant à leur avenir personnel et professionnel : risques principalement alimentés par la publicité du petit crédit, qui banalise la contraction d'un crédit et ses conséquences tout en favorisant le risque de surconsommation au-dessus de ses moyens. Une interdiction de la publicité sur le domaine public serait donc logique et cohérent au vu des programmes de prévention auxquels participe notre canton, puisque ce dernier rayerait de son parc d'affichage une incitation à consommer, soit un risque potentiel de s'endetter.

C'est d'ailleurs la position défendue par le Conseil d'Etat lorsqu'il déclare dans son communiqué de presse du 2 octobre 2013⁴ : « *Le gouvernement genevois estime que cette proposition [avant-projet de révision de la LCC] est insuffisante et préconise une interdiction complète de la publicité pour les petits crédits. Il estime en effet qu'il n'est pas cohérent de demander aux institutions publiques, notamment scolaires, de faire des efforts de prévention, tout en laissant une grande liberté aux établissements bancaires pour faire de la publicité auprès d'un public particulièrement exposé et sensible* ».

De plus, certaines communes romandes ont déjà empoigné ce problème et franchi le cap de l'interdiction, dont celle de Vernier, depuis le printemps 2013, qui est parvenue, lors de la renégociation du contrat de location des panneaux d'affichages publics avec la Société Générale d'Affichage (SGA), à ajouter au contrat une clause interdisant à l'entreprise d'installer toute forme de publicité en faveur du petit crédit.

Précisons enfin qu'il ne s'agit aucunement à travers ce projet de loi de remettre en cause la liberté du commerce mais véritablement de répondre à un problème de santé publique, au même titre que le tabac et l'alcool. Rappelons que la loi sur la santé (LS⁵) définit celle-ci comme « *un état physique, psychique et social qui favorise à tout âge l'équilibre de la personne au sein de la collectivité* » (art. 2, al. 1). Or, les conséquences de l'endettement et du surendettement sont indéniablement néfastes à l'état social des consommateurs concernés, parmi lesquels se trouvent - d'après l'étude SILC⁶ (Statistics on Income and Living Conditions) de l'Office fédéral de la statistique (OFS) pour l'année 2013 - des personnes à faible revenu, des familles monoparentales, des familles nombreuses (3 enfants et plus), des personnes au chômage et des migrants.

⁴ http://www.ge.ch/conseil_etat/2009-2013/ppresse/doc/pointdepresse-20131002.pdf

⁵ https://www.geneve.ch/legislation/rsg/f/rsg_k1_03.html

⁶ http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/20/02/blank/dos/04/02.html#pays_98095

Toujours d'après l'OFS, « *presque quatre personnes sur dix (39,4%) vivent dans un ménage avec au moins une dette (leasing, petit crédit ou crédit à la consommation, achat par acompte, dette auprès de la famille ou amis ne vivant pas dans le ménage, arriéré de paiement, découvert bancaire ou impayé sur carte de crédit)* », le petit crédit à la consommation étant avec leasing l'un des crédits les plus courants avec 10,5% de la population concernée.

Face à l'ampleur de cette problématique, la solution proposée par le groupe PDC peut certes paraître modeste, mais elle constitue à nos yeux un pas de plus urgent et nécessaire pour notre canton si celui-ci prétend réellement vouloir lutter contre l'endettement de la population et plus particulièrement celui des jeunes.

A plus long terme, si le parlement venait à voter ce projet de loi et que plusieurs autres cantons utilisaient leur faible arsenal législatif dans le même sens, il n'est pas impossible que cela permette de faire davantage pression sur le Conseil fédéral afin d'obtenir une interdiction au niveau fédéral de la publicité pour le petit crédit.

A la lumière de ces explications, nous vous invitons, Mesdames et Messieurs les députés, à réserver bon accueil au présent projet de loi.