

Date de dépôt : 26 août 2019

Rapport

de la commission de l'économie chargée d'étudier le projet de loi de M^{me} et MM. Romain de Sainte Marie, Cyril Mizrahi, Christian Frey, Jean-Charles Rielle, Thomas Wenger, Salima Moyard modifiant la loi sur les procédés de réclame (LPR) (F 3 20) (*Contre la publicité pour le petit crédit*)

Rapport de majorité de M. Edouard Cuendet (page 1)

Rapport de minorité de M. Romain de Sainte Marie (page 37)

RAPPORT DE LA MAJORITÉ

Rapport de M. Edouard Cuendet

Mesdames et
Messieurs les députés,

Le PL 11797-R a été renvoyé à la commission de l'économie lors de la session plénière du Grand Conseil du 13 décembre 2018.

Ce texte a été étudié lors des séances des 14 et 28 janvier 2019 ainsi que des 4 et 11 février 2019, sous la présidence de M^{me} Jocelyne Haller.

Le procès-verbal a été tenu avec exactitude par M^{me} Maëlle Guitton et par M. Vincent Moret.

Historique du dossier

Pour bien comprendre les tenants et aboutissants de ce PL 11797, il convient de présenter un bref historique de son traitement. Le PL 11797 a été déposé le 11 janvier 2016 et renvoyé à la commission de l'économie. Cette

dernière a procédé à de nombreuses auditions au cours desquelles il est apparu que ce PL contrevenait au droit supérieur.

Le PL 11797-A (<http://ge.ch/grandconseil/data/texte/PL11797A.pdf>) a été traité en 1^{er} et 2^e débat lors de la séance plénière du 20 septembre 2018. A cette occasion, le Conseiller d'Etat Mauro Poggia a relevé que ce texte « pose de réels problèmes de compatibilité avec le droit supérieur » et n'a pas demandé le 3^e débat.

Lors de la séance plénière du 11 octobre 2018, le PL 11797-A a été renvoyé à la commission de l'économie.

A l'occasion de la séance plénière du 13 décembre 2018, les signataires du PL ont annoncé son retrait, compte tenu de son incompatibilité avec le droit supérieur. Le PL a été repris par le député socialiste Romain de Saint Marie et renvoyé sans débat à la commission de l'économie.

Suite au refus de l'entrée en matière du PL 11797-R (voir ci-dessous), plusieurs commissaires ont signé un projet de motion M 2551, renvoyé à la commission de l'économie le 14 mai 2019 (<http://ge.ch/grandconseil/data/texte/M02551.pdf>). Elle est intitulée « Pour restreindre l'affichage de publicité pour le petit crédit ». Son premier considérant est libellé en ces termes :

« Considérant que tout ce qui a trait au crédit à la consommation est réglé par le droit fédéral (loi fédérale sur le crédit à la consommation) ».

L'exposé des motifs comporte notamment les phrases suivantes : « Une majorité de la commission a refusé ce projet (le PL 11797-R, note du rapporteur de majorité) pour différentes raisons, notamment la non-conformité avec le droit supérieur de la mesure proposée (...) S'il n'y a pas de compétence cantonale pour interdire la publicité sur le petit crédit, l'exemple de la commune de Vernier montre qu'il y a une marge de manœuvre ».

On relèvera que tous les signataires du PL 11797-R siégeant encore au Grand Conseil ont également signé la M 2551.

Audition de M. Rolin Wavre, président de la FRC Genève

M. Wavre expose que le mode d'action et les principes généraux de la FRC sont clairs : défendre les droits des consommateurs à tous les niveaux, en particulier en leur permettant d'obtenir des informations pour effectuer des achats en connaissance de cause. La FRC opère par le biais d'informations, grâce notamment à un site internet et à un magazine qui présente régulièrement des tests de différents articles. Le problème du manque

d'informations peut découler de l'opacité, de la fausseté ou de l'illisibilité des conditions générales. Dans le cas du petit crédit, cela peut être un manque d'informations sur le produit, soit plus précisément sur les taux complets et la question du minimum vital. Une personne en situation de détresse particulière pourrait être amenée à imaginer, via une publicité agressive et incitative, que la solution réside dans un petit crédit. Une telle situation de vulnérabilité est due à un endettement. Sur internet, il est possible de voir des petites annonces qui font miroiter la rapidité et l'absence de risque. Ils parlent également d'une distribution du petit crédit avec des buralistes. Le fait que l'examen de la situation d'une personne soit effectué par un buraliste peut être préoccupant. La FRC n'est pas présente à Genève contre l'endettement et le surendettement, car beaucoup d'organismes sont déjà actifs à ce niveau. La FRC traite tout de même de tels cas sur mandat de l'Etat dans les cantons de Fribourg et Vaud. A Genève, une Fondation s'occupe de plusieurs centaines de cas par année, notamment pour des jeunes qui se sont mis dans des situations compliquées. D'après les informations de la FRC, une petite moitié des cas de surendettement implique au moins un crédit à la consommation. C'est donc un élément déclencheur.

La FRC s'est montrée sceptique sur la capacité d'autorégulation de la branche convenue dans la Convention fédérale signées en 2016. Cette dernière n'est pas mauvaise en elle-même. Toutefois, le problème est qu'elle n'est pas vraiment contraignante, car il appartient la commission fédérale pour la loyauté en matière de publicité de se positionner sur les cas de publicité agressive. Il n'y a toutefois pas vraiment de sanctions prévues en cas de dépassement. La position de la FRC est de soutenir cette proposition de loi, car elle répond à un réel besoin.

Un commissaire PLR souligne que ce projet de loi est contraire au droit fédéral. Il relève en outre que les buralistes ne sont pas couverts par la loi sur les crédits à la consommation. Il demande si la FRC est au courant de cet élément.

M. Wavre répond par la négative.

Le même commissaire PLR poursuit en indiquant que le Conseil fédéral a déclaré que la convention conclue contenait une définition suffisante et qu'il ne voyait ainsi pas la nécessité de légiférer. Il relève ainsi que la FRC soutient ce projet de loi alors que les Chambres fédérales ont réglé la question de manière exhaustive dans la loi et que le Conseil fédéral a considéré la convention comme suffisante.

M. Wavre indique que la convention contient un certain nombre de dispositions suffisantes, mais le problème concerne son caractère non-contraignant.

Le même commissaire PLR demande si la FRC est au courant que l'autorégulation a d'ores et déjà conduit au prononcé d'amendes.

M. Wavre répond par la négative.

Le même commissaire PLR ajoute, concernant le degré d'endettement des jeunes, que 40% à 45% des jeunes âgés de 18-25 ans ont une dette. Sur ceux-là, 3,6% ont un crédit à la consommation. Toutefois, seulement 0,2% des crédits à la consommation ne sont pas remboursés.

M. Wavre indique ne pas avoir les mêmes chiffres.

Le même commissaire PLR relève en outre que la majorité des endettements sont effectués auprès des membres de la famille. Les autres principales causes d'endettement sont les primes d'assurance-maladie et les impôts. Il remarque que la FRC semble très peu au courant de ces chiffres.

Un commissaire vert indique que Conseil fédéral a choisi une solution consensuelle. Par contre, la surveillance a été confiée à une commission. Il demande si la FRC a connaissance de plaintes qui lui ont été transmises concernant des publicités agressives.

M. Wavre répond que la FRC a effectué des signalements auprès de cette commission. Il ajoute que la FRC a connaissance de la disposition qui permet d'infliger des amendes, mais n'a pas connaissance de cas précis. Il précise que la FRC peut signaler des cas de surendettement. Ensuite, la commission doit faire son enquête sur le mécanisme qui a amené une personne à cette situation.

Le même commissaire vert demande en outre s'il arrive que des crédits soient accordés alors qu'une personne n'est pas solvable.

M. Wavre indique ne pas avoir connaissance de cas à Genève. Il invite le commissaire à contacter les organismes qui s'occupent directement de cela. Il indique ne pas être muni de cas concrets de plaintes.

Un commissaire UDC exprime sa préoccupation au sujet du pourcentage énorme des jeunes endettés. Il demande ce que la FRC propose pour que ce taux d'endettement diminue.

Pour M. Wavre, si les jeunes sont endettés, c'est parce qu'ils ont contracté des emprunts ou pris des engagements au-delà de leurs besoins. C'est une question de responsabilité individuelle. Si l'on cède à des sirènes ou à une publicité faisant par exemple un lien entre le bonheur et un achat, on entre à

la frontière avec la publicité agressive. Le culte de l'immédiateté est un des problèmes de notre société.

Le même commissaire UDC relève que la majorité des sources de l'endettement provient des impôts et de l'assurance-maladie selon de précédentes auditions. Ce ne sont pas des achats compulsifs.

Un commissaire socialiste confirme que les jeunes endettés avec des d'emprunts ou des crédits bancaires ne correspondent de loin pas à la majorité. Il y a 3 autres facteurs qui entraînent l'endettement chez les jeunes et celui qui ne revêt pas un caractère obligatoire est le crédit à la consommation. Ce projet ne vise pas à interdire le microcrédit, mais à en interdire la publicité dans l'espace public. Concernant la qualification de l'agressivité d'une publicité, c'est un terme un peu flou et il demande comment la convention arrive à régler cette notion.

M. Wavre indique que la publicité à l'époque mettait en avant un produit. Aujourd'hui, la publicité établit des liens, par exemple entre le bonheur et un achat. Concernant la notion d'agressivité de la publicité, cette dernière ne doit pas susciter l'impression que le crédit à la consommation peut être obtenu rapidement et sans examens de capacité. Ce dernier terme est certes difficile à interpréter et la FRC l'avait d'ailleurs signalé. En outre, lorsqu'un institut doit examiner un contrat de crédit, il faut se demander dans quelle mesure il peut être intrusif pour demander à l'emprunteur à quoi il destine cet emprunt. Cela devient juridiquement compliqué d'investiguer dans le détail.

Une commissaire verte demande s'il est utile d'agir au regard du fait que cela ne concerne qu'une partie infime des crédits.

M. Wavre indique que c'est une question politique. Ce n'est pas à la FRC de répondre sur ce point.

Un commissaire socialiste demande si les juristes de la FRC se sont penchés sur la question de la conformité du PL avec la législation fédérale.

M. Wavre répond que les juristes n'ont pas étudié la conformité du PL avec le droit supérieur. Concernant les buralistes, même s'ils sont au-dessous du radar, il estime que cela ne change pas grand-chose. L'exclusion des très petits crédits du champ de l'examen ne paraît pas pertinente du point de vue de la protection du consommateur.

Un commissaire PLR remarque que la publicité sur internet n'est pas traitée par ce projet de loi. Ainsi, en plus d'être illégale, cette dernière tape à côté de sa cible étant donné que les jeunes sont désormais beaucoup plus présents sur internet. Il souhaite connaître la position de la FRC à ce sujet.

M. Wavre confirme que ce PL ne traite pas la publicité sur internet. C'est une préoccupation et il ne connaît pas d'action entamée à ce propos par la FRC.

Le même commissaire PLR souligne que l'amende ne porte pas sur les conditions d'octroi du prêt, mais directement sur les publicités. En outre, la convention cite plusieurs exemples précis à ce propos. Il ne voit dès lors pas pourquoi un procès d'intention est fait à cette convention.

Un commissaire PDC relève que le projet de loi parle d'affichage ce qui exclut à titre d'exemple la presse. Il trouve cela réducteur et pense que ce projet de loi est une réaction à une certaine pollution visuelle dans la rue. Il demande si l'affichage aurait un impact.

M. Wavre affirme que s'il considère que l'affichage n'a aucun impact, il ne sert à rien de voter cette loi. S'il estime le contraire, cette dernière sera justifiée.

La présidente relève qu'il est beaucoup question des jeunes. Or, bon nombre de personnes engagent des petits crédits pour payer d'autres dettes. Cela concerne finalement toutes les personnes qui se trouvent dans des situations précaires.

M. Wavre répond que les gens qui se préoccupent du surendettement se concentrent souvent autour des jeunes, car ils sont supposés être moins expérimentés. Les adultes sont donc plus à même de faire un bilan complet de leur situation avant de prendre des engagements. La FRC s'intéresse à ce que ceux qui pourraient se mettre dans une situation difficile, puissent avoir tous les éléments en main pour prendre une décision.

Audition de M. David Alder, Directeur, et de M. Claude Miffon, membre du comité directeur suisse romande de l'Association Financement à la consommation Suisse

M. Alder informe la commission que l'Association Financement à la consommation Suisse comprend 12 membres et qu'elle représente 80% du marché des crédits à la consommation. Il rappelle que la réglementation de la LCC et de la LCD est régie de manière exhaustive par le droit fédéral. Il rappelle également que la décision du législateur fédéral d'interdire la publicité agressive et de rejeter une interdiction générale de la publicité en faveur des petits crédits est née de l'initiative parlementaire de M^{me} Josiane Aubert. Il explique ensuite que l'interdiction de la publicité agressive contenue dans la LCC est concrétisée dans une convention qui concerne les restrictions à la publicité et la prévention dans le domaine des crédits privés et des leasings de biens de consommation. Cette convention comprend

plusieurs principes tels que l'interdiction de susciter chez les consommateurs l'impression que les petits crédits peuvent être obtenus particulièrement rapidement sans examen détaillé de la capacité de contracter un crédit ou encore le fait que les crédits privés ne doivent pas s'adresser particulièrement aux jeunes adultes de moins de 25 ans. Il précise que toutes les règles et tous les principes relatifs à la publicité pour les crédits à la consommation résumés dans cette convention s'appliquent à tous les médias et pas seulement à l'affichage. La convention s'applique donc aussi à internet et aux médias sociaux pour autant que le message principal de la publicité soit le crédit à la consommation.

Concernant l'exécution de cette convention, il explique que la commission Suisse pour la Loyauté a été désignée comme autorité de contrôle exclusive avec pour mission de constater d'éventuelles violations de l'autolimitation en matière de publicité selon l'art. 36a LCC, sur plainte écrite et motivée, conformément à son règlement d'organisation.

Il ajoute que l'Association Financement à la consommation Suisse surveille activement les médias publicitaires. Un monitoring actif des médias publicitaires est opéré deux fois par an par la société spécialisée MEDIA FOCUS en matière de publicité agressive pour des crédits à la consommation. En cas de publicité non conforme à la convention, l'Association Financement à la consommation Suisse envoie une lettre d'avertissement et puis une lettre de cessation et d'abstention. Par exemple, en 2018, l'Association a envoyé 15 lettres d'avertissement qui ont ensuite donné lieu à 6 lettres de cessation, d'abstention et à des mesures correctrices. Une décision a été rendue par la commission Suisse pour la Loyauté pour une première violation de la Convention, assortie d'une sanction de 13 000 F.

M. Alder insiste sur le fait que la convention protège en particulier les jeunes de la publicité agressive. Il rappelle que les dettes fiscales et les dettes d'assurance-maladie sont les deux types de dettes les plus répandus. En 2015 par exemple, 58% des ménages endettés étaient en retard dans le paiement de leurs primes. Ce chiffre est passé à 62% en 2017.

Il précise que le pourcentage de demandes de crédits à la consommation et de crédit-bail rejetées était de 30,1% en 2016. Les établissements prêteurs procèdent à un examen minutieux des demandes de crédit. La proportion de jeunes adultes jusqu'à l'âge de 25 ans n'est que de 6% pour les montants de financement jusqu'à 25 000 F, de 3% pour les montants de financement jusqu'à 50 000 F et de 2% pour les montants de financement jusqu'à 80 000 F. En outre, la proportion de personnes ayant des problèmes de paiement parmi les jeunes adultes de moins de 25 ans est inférieure à 3%. Il explique qu'il s'agit seulement de 595 cas sur plus de 20 708.

M. Miffon rappelle que la compétence en la matière appartient à la Confédération. C'est ce qu'on appelle la force dérogatoire du droit fédéral, c'est-à-dire qu'en utilisant leurs compétences les Chambres fédérales ont épuisé celles-ci. Les cantons ne peuvent donc pas aller plus loin dans les restrictions. Par ailleurs, la Confédération a opté pour un système d'autorégulation avec des pénalités lorsque la norme est violée. Par ailleurs, ce PL crée une inégalité de traitement entre les différents médias, car il ne s'adresse qu'à l'affichage et ne porte pas sur les autres médias comme internet, les réseaux sociaux, la radio et la presse

D'un point de vue philosophique, on part du principe que tous les produits ou services qui sont en vente libre doivent pouvoir bénéficier d'une communication et d'une publicité, car cela fait partie de la chaîne de valeur. Il ne peut pas y avoir de produit en vente sur le marché sans qu'on puisse communiquer sur ce produit. Il rappelle par ailleurs que dans ce cadre-là, la publicité vise surtout à répartir les parts de marché entre les acteurs, mais qu'elle n'a aucune influence sur une augmentation de la part de marché pour un produit ou un service déterminé.

Pour toutes ces raisons, ce PL, même s'il part d'une bonne intention, se trompe de cible pour des raisons juridiques et politiques.

La présidente demande quelques précisions sur la commission Suisse pour la Loyauté qui a été désignée comme l'autorité de contrôle exclusive. Elle demande quels sont ses liens avec l'Association Financement à la consommation Suisse ou d'autres organismes au niveau fédéral.

M. Miffon répond que cette commission a pour but d'enregistrer toutes les plaintes, pas seulement dans le domaine des petits crédits, mais dans tous les domaines comme pour les publicités de nature sexiste par exemple. Il précise que cette commission n'a pas de pouvoir décisionnel, mais qu'elle a un pouvoir de recommandation et qu'elle traite de nombreux cas par année. Il explique que tous les milieux professionnels y sont représentés et qu'elle donne des recommandations qui sont généralement suivies. Cela s'appelle l'autorégulation de la branche. Il souligne le fait que cette commission est un organe officiel approuvé par la Confédération qui permet à la branche de s'autoréguler et de sanctionner lorsque la limite est dépassée dans un cas particulier.

Un commissaire socialiste remarque que les impôts et les primes d'assurance-maladie, qui sont les premiers facteurs d'endettement, sont obligatoires. En revanche, pour les crédits à la consommation, le client est totalement libre d'en contracter.

Il montre ensuite une publicité de CREDIT-now qui met en avant un retrait d'argent flexible à tout moment avec une date de remboursement libre. Il lit la convention qui prévoit que « 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 ». Comme la publicité de CREDIT-now donne l'impression de rapidité, il s'interroge sur le respect de cette convention. Finalement, l'argument choc de cette publicité c'est l'aspect flexible du crédit et du délai de remboursement. Cette publicité est donc un peu contraire à la convention. Par ailleurs, la notion d'agressivité apparaît très relative. Une publicité qui n'est pas agressive est une mauvaise publicité finalement si elle n'invite pas à consommer le produit.

M. Miffon répond qu'une publicité peut être incitative et pas forcément agressive. Cela dépend de la manière dont on définit la notion d'agressivité. Sur le fond il comprend le but du PL, mais il considère que cet article de loi se trompe de cible. Comme la compétence appartient aux Chambres fédérales, il faudrait purement et simplement interdire le service du petit crédit, car il serait socialement contraire à l'intérêt public. Le problème est qu'avec ce PL on interdit seulement la publicité par affichage. Concernant la publicité que le commissaire socialiste vient de mentionner, il s'agit sûrement d'une publicité qui se trouve sur internet ou d'une publicité de presse. Ce PL n'aurait donc aucun effet sur ce genre de publicité.

Le PL crée simplement une inégalité de traitement entre l'affichage et les autres médias. Les sociétés qui, de par le droit fédéral, ont encore le droit de faire de la publicité pour le petit crédit vont se tourner vers d'autres médias. Il se demande en outre pourquoi on se concentre sur le petit crédit et pas sur le leasing. La seule différence réside dans le fait qu'en cas de leasing, la banque reste propriétaire du bien alors que dans le cas du petit crédit le propriétaire c'est le débiteur de l'objet acheté.

Il termine en déclarant que si cette loi était promulguée, elle ferait l'objet d'un recours et serait cassée par le Tribunal fédéral puisque les Chambres ont usé de leurs compétences exclusives. Les parlements cantonaux n'ont pas de compétence en la matière. On peut critiquer la décision des Chambres de s'en être tenues à l'autorégulation et d'avoir mis des garde-fous dans cette convention, mais cela relève de leur décision et de leur compétence. Il insiste sur le fait que la liberté du commerce et d'industrie est un principe constitutionnel et que la compétence n'appartient pas aux cantons.

Un commissaire vert demande qui prononce l'amende et où va l'argent.

M. Alder répond que c'est la commission Suisse pour la Loyauté qui prononce l'amende et qui l'encaisse. Il précise que cette amende va jusqu'à 100 000 F maximum.

Le même commissaire vert fait référence aux 15 lettres d'avertissements puis aux 6 lettres de cessation/abstention. Il demande en quoi consistent ces lettres de cessation/abstention.

M. Miffon répond qu'il s'agit d'une injonction prononcée par la commission Suisse pour la Loyauté de retirer la publicité. Les destinataires obéissent, sinon ils reçoivent une amende.

Le même commissaire vert demande si l'Association Financement à la consommation Suisse représente 80% des volumes de crédit ou des émetteurs de crédit.

M. Alder répond qu'il s'agit des volumes de crédit.

Le même commissaire vert remarque que la proportion de jeunes adultes jusqu'à l'âge de 25 ans n'est que de 6% pour les montants de financement jusqu'à 25 000 F, de 3% pour les montants de financement jusqu'à 50 000 F et de 2% pour les montants de financement jusqu'à 80 000 F. Il demande plus de précisions sur ces 6%.

M. Alder répond qu'il s'agit de 6% de tous les crédits.

Le commissaire vert en déduit que 11% de tous les crédits sont donnés à des jeunes de moins de 25 ans. Par ailleurs, sur les 11% de jeunes qui obtiennent un crédit seulement 3% sont en défaut de paiement. Il demande si on connaît les raisons de ces défauts de paiement.

M. Alder répond par la négative.

Un commissaire PLR demande si la convention a bien été validée comme autoréglementation adéquate par le Conseil fédéral.

M. Miffon acquiesce.

Le même commissaire PLR demande ensuite si les kiosques qui accordent des crédits échappent à la LCC.

M. Alder acquiesce. Il explique que les crédits de moins de 500 F échappent à la LCC.

Le même commissaire vert demande quels ont été les chiffres issus de la surveillance effectuée par MEDIA FOCUS.

M. Alder répond qu'il s'agit d'une vingtaine de cas. Il explique qu'il s'agit surtout de petites entreprises qui font de la publicité dans des médias sociaux. Il ajoute que les grandes entreprises ne font plus de publicité agressive.

Un commissaire socialiste demande si on peut contracter un crédit à la consommation en étant mineur dans un institut bancaire.

M. Alder répond par la négative.

M. Miffon rappelle qu'en dessous de 18 ans il n'y a pas de liberté de contracter.

La présidente remarque que M. Alder a déclaré qu'en dessous de 500 F les prêts n'entraient pas dans le champ d'application de la LCC. Or, dans l'exposé des motifs il est question de prêts entre 1 000 à 3 000 F remboursables de 1 à 3 mois. Elle demande si ce genre de crédits entrent dans le champ d'application de la LCC.

M. Alder répond que les prêts qui sont remboursables en moins de trois mois ne sont pas soumis à la LCC.

Un commissaire PLR précise que CREDIT-now est une marque qui appartient à BANK-now qui est une société enregistrée en tant que telle en vertu du droit des sociétés. Comme la raison sociale a été enregistrée et que la marque a été acceptée ça ne peut donc pas être de la publicité agressive.

Un commissaire PLR précise que CREDIT-now est une marque qui appartient à BANK-now qui est une société enregistrée en tant que telle en vertu du droit des sociétés. Comme la raison sociale a été enregistrée et que la marque a été acceptée ça ne peut donc pas être de la publicité agressive.

Audition de M. Alain Bolle, Directeur du CSP, et de M. Dominique Froidevaux, Directeur de Caritas

Pour M. Bolle, il est indispensable que le canton travaille à une maîtrise de la communication des organismes qui font du petit crédit puisque ces derniers ont aujourd'hui des procédés de réclame qui sont agressifs et qui laissent penser qu'en moins de 5 minutes on peut bénéficier d'un crédit de plus de 30 000 F. Il rappelle par ailleurs que la loi pose un plafond à hauteur de 80 000 F ce qui signifie qu'au-dessus de 80 000 F, on échappe à toute forme de régulation. Pour toutes ces raisons, il est donc important que le Grand Conseil soutienne ce PL.

Il remarque ensuite qu'il faut être cohérent par rapport à la politique publique que le canton a adoptée dans le domaine du surendettement. Il fait référence au programme dénommé « le programme cantonal de lutte contre le surendettement ». Ce dispositif comprend un volet curatif d'accompagnement qui est en cours d'évaluation, mais aussi un volet préventif très important qui touche 2 200 jeunes afin de les sensibiliser à la question de l'endettement et de la gestion d'un budget.

Il explique qu'on sait qu'il y a un potentiel risque d'endettement avant 25 ans puisque les statistiques montrent que plus de 80% des personnes qui s'adressent au CSP ou à CARITAS contractent ou ont contracté des dettes avant l'âge de 25 ans.

Il fait ensuite référence aux statistiques 2017 de Dettes Conseils Suisse Il s'agit d'une faîtière qui rassemble un certain nombre d'organisations qui œuvrent en matière de surendettement. Elle rassemble autant des collectivités publiques que des organisations privées.

Si on se penche sur ces statistiques, on peut observer que les dettes qui sont liées à des crédits au comptant représentent 30% des dettes, que 47% des ménages ont des dettes liées au crédit à la consommation au sens large (crédit au comptant, cartes de crédit cartes client, leasing, achats à crédit) et que les dettes les plus fréquentes sont les dettes fiscales (77% de tous les ménages, soit 82.51% des ménages qui ne sont pas imposés à la source) et les dettes auprès des assurances-maladies (62% des ménages).

M. Froidevaux remarque que de l'eau a coulé sous les ponts depuis 2016. Certains passages du PL ne sont plus à jour. Il relève par exemple que le taux d'intérêt maximum est passé à 12% pour les cartes de crédit et à 10% pour les autres crédits dès le 1^{er} juillet 2017. Il y a donc des erreurs factuelles dans l'exposé des motifs qu'il faudrait corriger.

Par ailleurs, il est important de ne pas stigmatiser l'ensemble de la profession bancaire. Il faut mener la traque à ceux qui pratiquent des abus en ne remplissant pas leurs devoirs d'information et d'examen de solvabilité. Il précise que lorsqu'il y a faute grave on peut même aller jusqu'à l'annulation complète du contrat. Il explique que lorsque les jeunes commencent à s'endetter tôt, ils arrivent en principe dans la zone de surendettement de 30-45 ans. Il y a donc une grande pertinence à faire de la prévention en évitant que les messages de prévention qui sont diffusés dans les écoles et auprès du jeune public soient contredits par la publicité elle-même.

En ce qui concerne la compatibilité avec le droit fédéral, M. Froidevaux rappelle que certaines communes ont décidé d'utiliser le droit privé afin de contracter des mandats publicitaires uniquement avec des agences qui s'engagent à ne pas promouvoir le petit crédit.

Il considère que le sens d'une loi c'est justement de rétablir l'équilibre entre une partie forte et une partie faible du contrat à la manière de ce qui est fait pour d'autres enjeux de promotion de la santé comme le tabac et l'alcool. Si les petits crédits ne sont pas contractés selon les principes déontologiques qui devraient régir la branche alors c'est nuisible pour la santé économique, mais aussi physique et psychique de la personne. On devrait donc prendre les

mêmes principes en termes de devoirs de protection d'une population vulnérable que ces soit avec ce PL ou en remettant l'ouvrage sur le métier. Il y a diverses voies possibles, mais il faut intégrer cela dans une réflexion cohérente au sein d'une politique publique de prévention et de traitement du surendettement, car cela coûte cher à la collectivité publique.

Un commissaire PLR remarque que la première raison de la dette contractée reste les impôts.

M. Froidevaux précise que le paiement de l'impôt n'est pas la première cause puisque les plus faibles revenus en sont quasi exemptés. Ce sont les classes moyennes qui prennent des risques au-delà de ce qu'ils peuvent et qui petit à petit arrivent à une situation où ils ne peuvent plus payer leurs impôts. Les impôts sont souvent la créance que les gens décident de ne plus payer parce qu'il y a des sociétés de recouvrement qui les persécutent pour tous les autres sujets.

Le même commissaire PLR remarque que le CSP et CARITAS sont les bénéficiaires de personnes qui commencent à contracter des dettes jeunes et qui arrivent chez eux après 30 ans. Or, l'immense majorité des crédits à la consommation concernent les 30 – 65 ans. Par ailleurs, les crédits à la consommation refusés atteignent 30% ce qui est énorme. Pour les jeunes, le taux de refus est bien supérieur à 30% de refus. Il faudrait donc plutôt se poser la question du poids de l'impôt pour ces jeunes ménages surendettés plutôt que de se poser la question de savoir s'il faut interdire la publicité pour le petit crédit.

M. Froidevaux explique que l'impôt n'est pas un problème pour les jeunes, car ils n'en paient pas la plupart du temps. Par ailleurs, dans les consultations à CARITAS il y a seulement 4% des consultations qui concernent les jeunes. Il ajoute que la cause principale du surendettement est due à la légèreté avec laquelle on envisage son budget. Il considère qu'il faut une approche plurifactorielle dans la prévention du risque d'endettement.

Le même commissaire PLR remarque qu'en France voisine, on peut rapidement obtenir des crédits à la consommation. Il demande s'il existe une statistique de gens qui se seraient endettés ailleurs qu'en Suisse.

M. Bolle répond par la négative.

M. Froidevaux ajoute qu'ils travaillent parfois en partenariat avec le réseau Crésus qui fait du conseil en désendettement et aussi des analyses sur les causes du surendettement en France.

Le même commissaire PLR demande aux auditionnés s'ils sont conscients du fait que le PL ne concerne pas les cartes de magasin qui sont

bien plus incitatives que le petit crédit bancaire, qui impose un contact avec la banque et la constitution d'un dossier indiquant la situation financière.

M. Froidevaux acquiesce.

Un autre commissaire PLR remarque que de l'eau a effectivement coulé sous les ponts puisque lors de la dernière audition, les auditionnés ne voyaient aucun problème à ce que le droit cantonal viole le droit fédéral alors qu'aujourd'hui ils ont déclaré qu'il fallait réfléchir à d'autres pistes.

Par ailleurs, il remarque que les statistiques de Dettes Conseils Suisse concernent le petit crédit au sens large ce qui comprend les cartes de magasin, les cartes de crédit, le leasing et le crédit à la consommation au sens étroit du terme. Comme on sait que le leasing représente la plus grande partie de ce petit crédit au sens large, il demande s'il serait possible d'avoir une statistique sur le détail de la ventilation de ce petit crédit au sens large.

En consultant les données fournies par Dette Conseils Suisse, il remarque que le graphique est un peu trompeur puisqu'en termes de volume le leasing est beaucoup plus gros que le petit crédit.

Un commissaire socialiste présente aux auditionnés la publicité de CREDIT-now. Même si on a une compétence du droit fédéral, il se demande si elle est véritablement suivie dans la notion d'interdiction d'agressivité de la publicité aux microcrédits notamment dans des notions de clarté des éléments de remboursement et de durée. Il demande, d'un point de vue qualitatif, par rapport aux personnes qui sont reçues au CSP et chez CARITAS, s'il y a ce type de personnes qui n'ont pas eu l'information ou qui n'ont pas perçu qu'il y avait quelque chose qui devait être normalement surveillé et qui sont tombées dans une certaine agressivité publicitaire vers la consommation.

M. Froidevaux explique que lorsqu'ils attaquent les opérateurs des crédits, ils arrivent à établir la légèreté avec laquelle l'examen de solvabilité a été fait. Il est donc clair qu'il y a une banalisation. Il explique que très souvent les gens disent que c'est un peu comme dans les indications concernant un ordinateur quand on signe une nouvelle licence, on ne sait pas très bien où il faut lire et en général c'est écrit tout petit. Il explique qu'ils ont la preuve que dans de nombreux cas les personnes ont été mises en danger par leur conseiller.

Une commissaire verte expose que les représentants de l'Association Financement à la consommation Suisse ont décrit le rôle de la commission suisse sur la Loyauté. Ils ont déclaré qu'un autocontrôle était déjà pratiqué et qu'il fonctionnait bien. Elle demande si le CSP ou CARITAS sont remontés avec des cas à cette commission.

M. Froidevaux répond qu'au sein de Dettes Conseils Suisse, une personne suit de près le dialogue avec ces instances.

La même commissaire verte demande si ce PL peut être une première mesure qui pourrait déjà porter ses fruits ou s'il faudrait agir plus globalement sur tous les autres supports de publicité pour le petit crédit.

M. Froidevaux répond qu'il faudrait profiter du fait qu'il y a une évaluation du programme de lutte contre le surendettement, mais qu'il faudrait aussi avoir une réflexion sur l'ensemble des volets préventifs et curatifs. Il faut utiliser tous les chiffres pour faire une analyse multifactorielle. Il considère en effet qu'une seule mesure n'est pas suffisante même si elle peut avoir un impact, car on sait que la publicité banalise et décomplexe le comportement. Donc le PL est déjà un bon point dans cette approche multifactorielle.

Discussion en commission et vote

Un commissaire PLR rappelle que ce PL est revenu en commission suite à un renvoi par le Grand Conseil après une intervention du Conseil Etat qui a souligné avec conviction son caractère non conforme au droit supérieur. Le Conseil d'Etat a, dans un premier temps, refusé de demander le 3^e débat puis face à cette situation le PL est revenu en commission. Cela a donc donné lieu à de nouvelles auditions qui n'ont fait que confirmer ce qui s'était passé lors du premier traitement.

Il fait remarquer que le représentant de la Fédération romande des consommateurs était mal informé et qu'il a donné des chiffres inexacts, voire carrément faux. Son audition n'a donc rien amené. Ensuite, l'audition de la structure faîtière des établissements de crédit a remis à jour ces chiffres et a répété que le droit fédéral réglait cette question de manière exhaustive et que le Conseil fédéral a validé expressément l'autoréglementation mise en place par le biais d'une convention signée par tous les acteurs qui représentent 80% du volume, les autres étant souvent hors du champ de la loi en question c'est-à-dire les kiosques, les cartes de magasin et les leasings. Ce côté illégal est donc prouvé et attesté.

Il remarque ensuite que les chiffres qui ont été donnés par l'Association Financement à la consommation Suisse démontrent très clairement que la part des 18-24 ans est très peu endettée et peu sujette à des défauts. Il rappelle que les causes principales de l'endettement sont des raisons étatiques, à savoir l'impôt et les assurances-maladies

Il rappelle également que le pourcentage de demandes de crédit à la consommation rejetées était de 30% en 2016 ce qui démontre bien le

caractère tout à fait sérieux de l'examen de solvabilité qui est apporté. De plus, la proportion de jeunes adultes jusqu'à l'âge de 25 ans était de 6% pour des montants de financement jusqu'à 25 000 F, de 3% pour des montants de financement jusqu'à 50 000 F et de 2% pour des montants allant jusqu'à 80 000 F. En outre, il souligne le fait que la proportion de personnes ayant des problèmes de paiement parmi les jeunes adultes de moins de 25 ans est inférieure à 3%, soit 595 cas sur 20 708. Le problème n'est donc manifestement pas là.

Il déclare ensuite que les auditions du CSP et de CARITAS étaient intéressantes, surtout celle de M. Froidevaux, qui a reconnu que de l'eau avait coulé sous les ponts, qu'il se rendait compte du caractère illégal de la loi et qu'il fallait chercher d'autres voies. Les auditionnés ont également fourni des chiffres intéressants de Dettes Conseils Suisse qui montraient que la plus grande part du surendettement provenait des impôts et des assurances-maladies et qu'une petite partie seulement venait des crédits à la consommation. Il remarque par ailleurs qu'aussi bien CARITAS que le CSP font un pot commun entre les crédits à la consommation, les leasings, les cartes de crédit et les cartes des magasins pour parler de crédit à la consommation au sens large.

Il insiste sur le fait que ce crédit à la consommation au sens large n'est pas une notion juridique. Sont des crédits à la consommation uniquement ceux qui entrent dans le champ d'application de la LCC. Il remarque qu'il y a une très grande confusion dans les débats par rapport à ces notions.

Pour toutes ces raisons juridiques, pratiques et chiffrées, il invite les députés à ne pas entrer en matière sur ce PL qui est non conforme au droit fédéral.

Il explique que le pire argument qu'il a pu entendre durant les travaux était celui qui visait à dire qu'il fallait adopter ce projet pour donner un signal politique, quitte ensuite à ce qu'une banque ou une association de fournisseurs de crédit fasse recours. Cette façon de légiférer est absolument lamentable. Une fois de plus, Genève va se distinguer en voulant faire la leçon à la Suisse entière, alors que les Chambres fédérales ont fait leur travail et ont renforcé les conditions d'octroi des crédits et la lutte contre la publicité agressive.

Il remarque en outre que l'exposé des motifs du PL contient plusieurs erreurs factuelles puisque le taux maximum a été abaissé à 10% pour les petits crédits. L'exposé des motifs parle encore de taux usuraires ce qui est totalement faux.

Il rappelle ensuite que M. Froidevaux a admis qu'une des pistes à explorer était celle de conventions de droit privé comme l'a fait la commune de Vernier. En effet, cette dernière a interdit de manière contractuelle la publicité pour le petit crédit sur les panneaux d'affichage sur son territoire. Comme il s'agit de la liberté contractuelle des parties cela n'a rien à voir avec ce PL, contrairement à ce que laisse entendre son exposé des motifs.

Il souligne par ailleurs le fait que ce PL ne touche que la publicité dans l'espace public alors que tout le monde sait qu'aujourd'hui la publicité se fait avant tout par des moyens électroniques et sur internet. CE PL est donc un projet qui date du XIX^e siècle, à l'époque où les réseaux sociaux n'existaient pas.

Il termine en rappelant que lors du premier traitement, la commission n'était pas entrée en matière et que le Conseil d'Etat était défavorable à ce PL pour cause de non-conformité au droit supérieur. Il considère qu'il faut éviter de se rendre ridicule vis-à-vis du droit fédéral une fois de plus et qu'il faut donc refuser son entrée en matière.

Un commissaire socialiste explique qu'il y a différents crédits à la consommation en Suisse, mais qu'ici on parle des petits crédits qui représentent quand même un facteur à l'endettement des individus. Il rappelle par ailleurs que ces petits crédits touchent tout particulièrement les jeunes.

Il rappelle que les deux autres facteurs d'endettement sont légaux, à savoir l'imposition et les caisses d'assurance-maladie, et qu'ils peuvent être problématiques. On peut par exemple penser à des jeunes qui ne sont pas nécessairement au courant du fonctionnement de l'imposition et surtout de l'aspect n+1 qui les met dans des situations d'endettement. Concernant les assurances-maladies, il rappelle qu'à Genève, la moitié des facteurs d'endettement des plus jeunes qui sont à l'aide sociale est due aux coûts de la santé ou aux primes d'assurance-maladie.

Il souligne ensuite que le fait que Financement à la Consommation Suisse a quand même une façon originale de communiquer ses chiffres. Ils comparent en effet les 0-21 ans, alors que ce sont que les 18-21 ans qui peuvent conclure des crédits, et les 21-25 ans avec les 25-65 ans. D'un point de vue purement statistique cela ne tient pas la route, car on compare des choses qui ne sont pas comparables. Il remarque par ailleurs qu'il y a une quantité non négligeable de personnes qui sont touchées par ces questions d'endettement.

Il considère ensuite que le renvoi de ce PL en commission était parfaitement justifié, car il a permis de mettre le doigt sur un dysfonctionnement du fait de cette volonté au niveau de la Confédération

d'avoir une autorégulation par la convention. Il remarque en effet que la manière d'interpréter cette convention reste très floue et qu'il est quasi impossible de faire la différence entre ce qui est agressif et ce qui ne l'est pas.

Il remarque que certaines publicités peuvent prêter à confusion, notamment sur des éléments de facilité d'octroi du crédit, sur des conditions de remboursement floues ou sur le délai de remboursement. Ces publicités qui incitent aux crédits faciles et rapides vont donc à l'encontre de la convention qui prévoit qu'il faut des principes clairs. Il explique qu'il entend bien les arguments du commissaire PLR sur la primauté du droit fédéral, mais il remarque qu'il y a quand même un vrai problème pratique. Quand le Grand Conseil est confronté à un problème pratique et que les aspects d'une convention sont flous alors il a un devoir d'agir et de proposer un PL.

Il remarque ensuite qu'on entend souvent dire qu'il y a beaucoup de publicités sur internet et les réseaux sociaux et que cela ne sert donc à rien de s'attaquer à l'affichage. Il considère cependant que c'est une question légitime que de se demander si dans l'espace public on a vraiment besoin d'avoir de la publicité pour ce type de petits crédits. Pour le PS il est clair que ce n'est pas un besoin et pire que c'est même un fléau pour les jeunes d'aujourd'hui. De plus, si on dit que sur internet tout circule et que cela ne sert à rien de légiférer dans la sphère publique alors à ce moment-là on pourrait avoir des affiches pornographiques dans la rue. Le PS considère qu'il faut bien au contraire légiférer dans le domaine de la sphère publique.

Même si de l'eau a coulé sous les ponts, le constat est malheureusement toujours mauvais à Genève en matière sociale. C'est donc cela qui doit animer en premier le Grand Conseil. Il ne s'agit en effet pas de penser aux instituts bancaires et à leur viabilité par la suite puisque de toute façon des publicités ils en auront ailleurs, mais c'est la question sociale qui doit pousser le Grand Conseil à prendre une décision. Pour ces raisons il invite les députés à voter l'entrée en matière de PL. Il invite en particulier le PDC à voter ce PL qui était le leur à la base.

Un commissaire PDC considère en effet que ce PL comprend des aspects intéressants puisque c'est le PDC qui l'a porté au début. Il explique que les auditions étaient intéressantes, mais qu'elles ont montré que le PL se trompait peut-être de cible et qu'il y avait d'autres voies à explorer. Il rappelle qu'il y a encore quelques années dès que quelqu'un était en retard dans le paiement de ses primes d'assurance-maladie, toutes les prestations étaient automatiquement suspendues. Cela signifiait que des gens se retrouvaient sans pouvoir aller chez leur médecin ou même sans pouvoir être hospitalisés. Heureusement, le Parlement fédéral est revenu en arrière par rapport à cela et

a remis les choses en place. Il termine en déclarant que, dans la mesure où le PDC a retiré ce PL, son groupe ne va pas soutenir l'entrée en matière.

La présidente indique que le groupe EAG est attaché à ce PL. Elle remarque que, contrairement à ce qu'a dit le commissaire PLR, ni l'article 1 LCC ni l'article 36 LCC ne prévoient d'interdiction formelle pour les cantons d'introduire cette interdiction. Le sujet est important, car la question de l'endettement appelle à une spirale qui met les gens en grande difficulté et qui, à terme, représente un problème de santé publique. Pour le groupe EAG, il est donc essentiel d'atteindre un équilibre entre la liberté du commerce, les intérêts de la population et la protection des personnes qui ont besoin de ne pas être constamment sollicitées. Comme l'endettement mérite d'être bridé et que c'est ce que propose le PL, le groupe EAG va le soutenir.

Un commissaire UDC indique que son groupe ne va pas soutenir ce PL. Publicité agressive ou pas, il rappelle qu'à partir de 500 F les gens qui prêtent sont obligés de faire un budget avec la personne qui demande le crédit et qu'il y a également un délai de réflexion de 3 à 4 jours entre le moment où la personne signe le contrat et le moment où l'argent est versé. Il y a par ailleurs une obligation d'annoncer tous les engagements de crédits à la consommation ou les leasings de consommation à une centrale. Il existe aussi une obligation de demander un extrait à l'Office des poursuites avant d'octroyer le crédit. Il rappelle surtout que seulement 6% de tous les crédits à la consommation sont octroyés à des jeunes entre 18 et 25 ans et que seulement 3% de ces crédits octroyés à des jeunes posent un problème. Un autre aspect à souligner est le fait que les crédits à la consommation ou les leasings ont un effet très faible sur le niveau d'endettement des jeunes puisque les premiers facteurs d'endettement sont les impôts et les assurances-maladies.

Pour ce commissaire UDC, il ne faut pas oublier que ces crédits à la consommation répondent à un besoin. On peut par exemple penser aux jeunes couples qui démarrent dans la vie et qui souhaitent obtenir un financement pour leurs meubles. Il faut donc aussi penser aux avantages que peuvent apporter ces crédits à la consommation.

Il conclut en relevant qu'une pénalisation des crédits à la consommation tels qu'ils existent aujourd'hui risquerait de créer d'autres types de financements qui seraient moins cadrés. Le problème serait alors encore pire.

Une commissaire verte remarque que les auditions ont fait ressortir une nécessité d'agir par rapport à la problématique des petits crédits et de ce premier pas qui peut mener au surendettement.

En outre, même si l'affichage représente qu'une faible partie de la source d'information, le fait qu'il ait lieu dans un espace public banalise et légitime cette pratique. Elle remarque en effet que certaines personnes ne se rendent pas forcément compte de l'engrenage dans lequel ce premier crédit contracté peut les mener. Par conséquent, il se justifie d'agir au niveau de l'affichage, même s'il ne concerne qu'un faible pourcentage des crédits

Elle expose que les Verts ont été sensibles aux propos des représentants du CSP et de CARITAS, dans la mesure où ils sont proches du terrain.

En revanche, comme ce PL a montré certaines limites, car la compétence est peut-être compliquée à justifier au niveau cantonal, les Verts proposent, en fonction de l'issu du vote, de rédiger une motion qui agirait dans le sens des mesures adoptées à Vernier, où l'on constate que par des accords privés une collectivité peut s'engager à prévenir et à interdire des publicités sur le petit crédit. Elle souligne le fait que, même si le Grand Conseil n'a pas la capacité d'agir au niveau cantonal, il a la possibilité d'informer les autorités communales sur cette stratégie qui a été développée avec succès à Vernier.

Un autre commissaire vert remarque que les deux dernières auditions ont clairement montré que la situation de l'endettement en Suisse n'était pas principalement due aux petits crédits dont il est question dans ce PL.

Par ailleurs, il remarque que ce PL ne vise que l'affichage alors même que la publicité actuelle n'est plus dans l'affichage. Il relève également que la commission a très peu objectivé la part de l'affichage à Genève occupée par le petit crédit. Néanmoins, on peut a priori dire qu'il n'y a pas de très larges campagnes de publicité pour le petit crédit sur les murs de la ville. Par contre, sur internet et dans les journaux il y en a beaucoup plus. Or, ce type de publicité ne fait pas l'objet de ce PL.

Malgré toute la bienveillance qu'il a pour ce PL il indique qu'il va donc s'abstenir de voter l'entrée en matière de ce PL, car il rate sa cible.

En revanche, la motion évoquée par sa collègue verte serait une des solutions pour attaquer le problème de cet affichage. Il s'agirait en effet de demander aux communes de faire ce qu'a fait Vernier, c'est-à-dire de passer des conventions avec les sociétés d'affichage excluant le petit crédit de l'offre d'affichage. Cette motion inviterait donc le Conseil d'Etat et l'ACG à marcher main dans la main pour établir des conventions types avec les sociétés d'affichage de façon à ce qu'il n'y ait plus de publicité pour le petit crédit sur le territoire du canton.

Un commissaire MCG indique que ce PL part d'un bon fond ; celui de lutter contre l'endettement et surtout celui des jeunes qui sont tentés, par leur manque d'expérience de la vie, de contracter des crédits. Il indique que le MCG serait tenté de voter l'entrée en matière de ce PL, mais que malheureusement il est illégal puisqu'il va à l'encontre du droit fédéral.

En revanche, il invite celles et ceux qui siègent au Conseil national à faire bouger les choses et à faire le nécessaire pour rendre moins accessible le petit crédit et tout ce qui gravite autour. Aujourd'hui ce PL n'est pas viable, on pourrait le voter, mais on perdrait du temps et de l'argent. Par conséquent, le MCG va refuser ce PL, mais pourrait éventuellement soutenir la motion qui serait proposée.

Un commissaire socialiste remarque, à propos de la légalité de la loi, que la commission n'a pas beaucoup travaillé sur cette question puisqu'elle s'est contentée de cet arrêt de 2010 qui, à l'époque, avait fait grand bruit. Il rappelle que la jurisprudence est quelque chose de mouvant et qu'on ne peut pas décréter que l'interdiction de la publicité du petit crédit est illégale et contraire au droit fédéral pour l'éternité.

Il prend acte du fait qu'un certain nombre de partis semblent vouloir aller dans le sens d'obtenir des accords conventionnels ce qui est une bonne chose. Le groupe socialiste demande donc à ce qu'il y ait un vote de principe sur une motion de commission allant dans ce sens. Cela permettra aux uns et aux autres de se positionner sur la question de fond et pas seulement sur celle de problèmes juridiques.

Un commissaire PLR remarque, au sujet de la motion, qu'il s'agit d'une problématique de responsabilité individuelle et d'un encadrement familial. Il indique qu'il ne votera donc pas cette motion.

Le Conseiller d'Etat Mauro Poggia rappelle que l'article 49 alinéa 1 de la Constitution fédérale ancre le principe de primauté du droit fédéral. Il y a des questions de conformité au droit supérieur qui sont discutables et il y en a d'autres qui sont exclues. On est ici dans cette deuxième catégorie. Il insiste sur le fait que la loi sur le crédit à la consommation, à son article 38, prévoit que « la Confédération règle les contrats de crédit à la consommation de manière exhaustive ». Donc tout ce qui concerne le crédit à la consommation est réglé exhaustivement par le droit fédéral.

Il fait également référence à un arrêt du Tribunal vaudois du 24 mars 2010 qui portait précisément sur une interdiction d'affichage en matière de publicité et qui visait à protéger les jeunes. Le tribunal cantonal a dit que cela ne respectait pas le principe de la proportionnalité puisque la publicité est vue

par tout le monde. On ne peut donc pas cibler uniquement une interdiction pour les jeunes, c'est une interdiction qui s'applique à tous.

Concernant le caractère agressif ou non d'une publicité, c'est surtout dans le cadre de la concurrence déloyale que les signataires de cette convention interviennent s'ils considèrent qu'un concurrent a une publicité agressive qui attirerait à lui les clients.

Pour résumer, aussi honorable que soit le mobile des signataires, ce PL serait indiscutablement contraire au droit fédéral. Edicter des lois simplement pour édicter des principes sachant qu'ensuite la loi est annulée n'est pas ce qui est souhaité, car tout cela engendrerait des frais, une incertitude juridique et surtout cela donnerait une image déplorable du parlement.

Là où il y a eu un combat intéressant c'est sur l'article 32 LCC qui pénalise l'institut de crédit s'il ne fait pas suffisamment attention à la situation financière de l'emprunteur et qui le place ainsi dans une situation d'impossibilité de remboursement. Il explique qu'il y a eu l'année dernière une attaque des milieux intéressés qui voulaient que pour cette pénalité civile on ajoute le terme « intentionnel ». On imagine cependant qu'il aurait été totalement impossible d'établir que l'employé de l'institut de crédit aurait intentionnellement trompé son interlocuteur pour lui octroyer un crédit sachant par avance qu'il n'allait pas pouvoir le rembourser. Cela aurait totalement vidé de son sens l'article 32 LCC. Heureusement, face à l'intervention des cantons et des services chargés de l'aide sociale, le parlement n'a pas franchi ce pas.

Il explique ensuite qu'il faut lutter contre l'endettement des jeunes, mais d'abord par la formation. Il rappelle à ce propos qu'il existe des cours d'éducation à l'établissement d'un budget pour apprendre aux jeunes ce que veut dire équilibrer un budget. Ce qui est aussi important c'est de les aider pour le désendettement. Il rappelle d'ailleurs que le canton de Genève finance CARITAS et le CSP afin de mettre en place des consultations aidant les jeunes au désendettement. Il explique qu'ils interviennent avec l'aide d'une fondation extérieure qui permet de rembourser la totalité des dettes et de prévoir un remboursement échelonné.

Il termine en rappelant que les dettes ne sont souvent pas le produit de crédits à la consommation et qu'elles sont plutôt la conséquence de primes d'assurance-maladie non payées ou d'impôts pour lesquels les acomptes provisionnels ne sont pas versés en début de carrière professionnelle. C'est donc là où un travail pédagogique et didactique doit être entrepris auprès des jeunes.

Pour toutes ces raisons, tout en reconnaissant la justesse de la préoccupation qui est exprimée, le Conseil d'Etat demande de refuser ce PL.

La présidente met aux voix l'entrée en matière du PL 11797-R :

Pour : 5 (1 EAG, 3 S, 1 Ve)

Contre : 8 (1 PDC, 4 PLR, 1 UDC, 2 MCG)

Abstentions : 2 (1 Ve, 1 PDC)

L'entrée en matière est refusée.

Au vu de ce qui précède, la majorité de la commission vous invite à refuser l'entrée en matière du PL 11797-R.

Projet de loi (11797-R-B)

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.



Konsumfinanzierung Schweiz
Financement à la consommation Suisse
Finanziamento al consumo Svizzera
Swiss Consumer Finance

Zurich, le 4 février 2019

Interdiction générale de l'affichage de la publicité pour le crédit à la consommation (visant spécialement les jeunes et les jeunes adultes comme prévention contre le surendettement) - Question de bon sens et d'admissibilité?

Règlementation de manière exhaustive par le droit fédéral (Loi fédérale sur le crédit à la consommation (LCC) et loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) :

- La publicité pour le crédit à la consommation ne doit pas être agressive (LCC 36 a I)
- Les prêteurs définissent la publicité agressive de manière appropriée dans une convention de droit privé (LCC 36a II).
- Quiconque contrevient intentionnellement à l'interdiction de la publicité agressive est puni d'une amende de 100 000 francs au plus (LCC 36b).
- Décision du législateur fédéral d'interdire la publicité agressive et de rejeter une interdiction générale de la publicité en faveur des petits crédits (Initiative parlementaire (10.476)

L'interdiction de la publicité agressive contenue dans l'article 36a de la loi fédérale sur le crédit à la consommation (LCC) concrétisée par la mise en place d'une autorégulation de la publicité pour les crédits à la consommation et l'application des mesures de prévention :

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 du 1 janvier 2016 (<https://konsumfinanzierung.ch/files/229/konvention-werbung-u-vention-f-27-11-15.pdf>):

Maximes d'action suivantes par la Convention:

- 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.

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.

Exécution 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.
- L'établissement concerné s'engage, en cas de violation constatée de la présente convention, à verser à l'FCS, respectivement à 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 en fonction de la gravité de la violation concernée sur la base de l'art. 36b LCC.

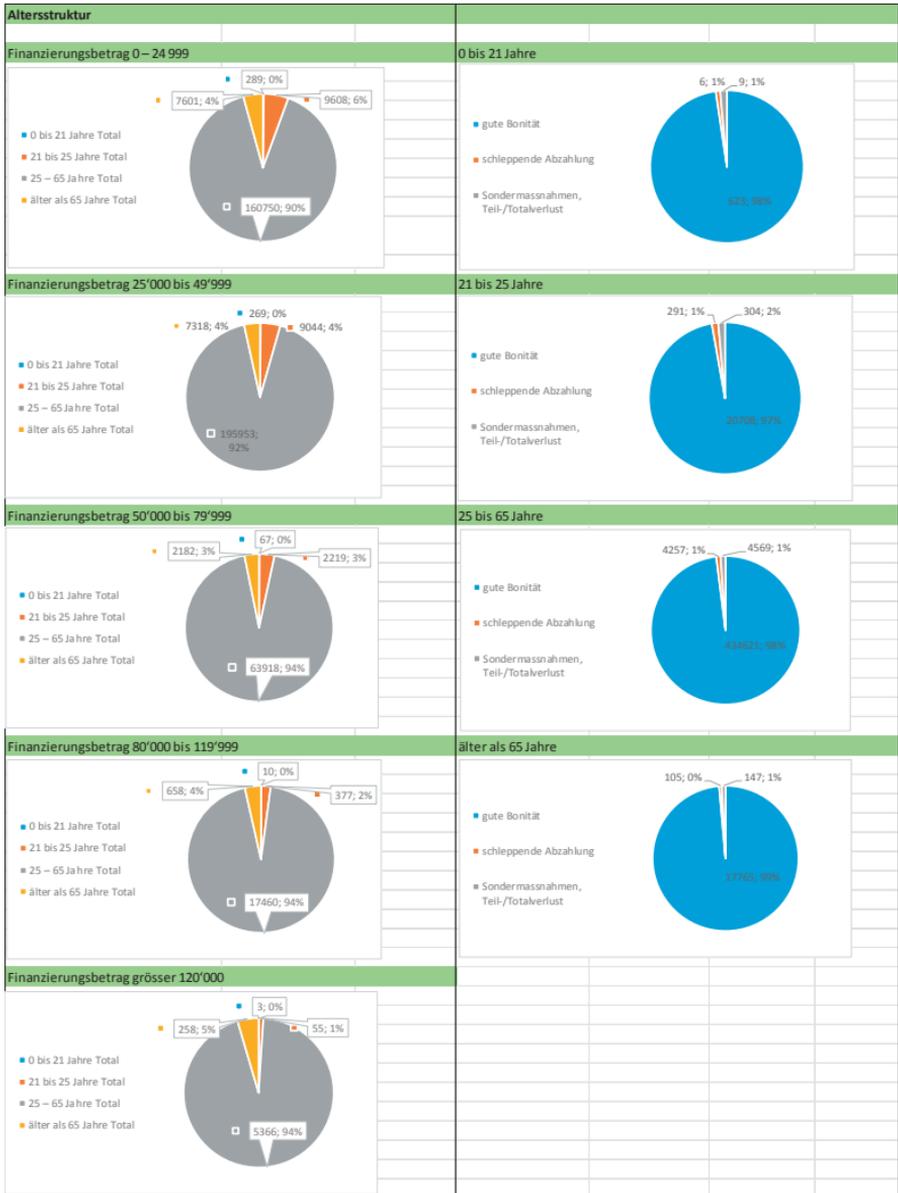
Surveillance active des médias publicitaires :

- Monitoring active des médias publicitaires par la Société spécialisée MEDIA FOCUS en matière de publicité agressive pour des crédits à la consommation deux fois par an.
- Avertissement en cas de publicité non conforme à la Convention et demande de lettres de cessation et d'abstention par Financement à la consommation Suisse.
- Par exemples: 11/2018: 15 lettres d'avertissement ce qui a donné lieu à 6 lettres de cessation et d'abstention / des adaptations correctrices du site web dans la majorité des médias publicitaires non conformes rappelés.
- Une décision par la Commission Suisse pour la Loyauté avec séquence de pénalités pour une première violation de la Convention (CHF 13'000).

La Convention protège en particulier les jeunes de la publicité agressive de manière appropriée et conforme aux objectifs:

- Après les dettes fiscales, les dettes d'assurance maladie sont le deuxième type de dettes le plus important. Alors qu'en 2015, 58 % des ménages endettés étaient encore en retard dans le paiement de leurs primes, ce chiffre était passé à 62 % en 2017 (SonntagsZeitung / SDA du 3 février 2019).
- Le pourcentage de demandes de crédits à la consommation et de crédit-bail rejetées était de 30,1% en 2016 et documente l'examen minutieux des demandes par les établissements prêteurs.
- La proportion de jeunes adultes jusqu'à l'âge de 25 ans n'est que de 6% pour les montants de financement jusqu'à 24.999, de 3% pour les montants de financement jusqu'à 49.999 et 2% pour les montants de financement jusqu'à 79.999.
- La proportion de personnes ayant des problèmes de paiement parmi les jeunes adultes de moins de 25 ans est inférieure à 3% (595 / 20708).

Analyse de la structure par âge et du montant de financement/de la solvabilité / Données ZEK : Contrats de financement en cours, personnes physiques, au 22 mai 2017



Statistiques 2017 de Dettes Conseils Suisse

Remarque préliminaire

Les données statistiques présentées dans ce document ont été relevées dans les dossiers des ménages qui ont consulté pour la première fois un service membre de Dettes Conseils Suisse (ci-après DCS) en 2017.

Récolte des données

30 membres de DCS ont participé à la récolte des données en 2017. Ces 30 services ont entamé un suivi en vue d'un désendettement avec 5'501 ménages. Les autres prestations (consultations brèves, conseils aux tiers, hotline, programmes de prévention) ne feront pas l'objet de la présente mise en valeur statistique.

Résumé :

1° **Le profil sociodémographique** des ménages ayant consulté pour la première fois un service membre de Dettes Conseils Suisse en 2017 reste similaire à celui observé au cours des dernières années. Notons que les enfants et les jeunes en formation sont, de manière directe ou indirecte, particulièrement concernés par la problématique du surendettement, puisqu'ils représentent près de 40% (39,21%) des personnes touchées! [Détail des données socio-démographiques](#)

2° **Le profil socio-économique** des ménages suivis est également semblable aux observations des années précédentes. Nous constatons toutefois que plus des $\frac{1}{3}$ des ménages surendettés gagnent moins de 6'000.- par mois (13^{ème} salaire compris), soit moins que le salaire médian suisse. [Détail des revenus](#)

3° Les dettes **les plus fréquentes** sont les **dettes fiscales** (77 % de tous les ménages, soit 82,51 % des ménages qui ne sont pas imposés à la source), les dettes auprès des **assurances-maladie** (62 % des ménages, tendance à la hausse), les arriérés de factures médicales (33%) et les dettes liées à des **crédits au comptant** (30 %). [Détail des types de dettes](#)

4° **47 % des ménages avaient des dettes liées au crédit à la consommation au sens large** (crédit au comptant, cartes de crédit/client, leasing, achats à crédit). **Nous constatons que l'utilisation de ces différentes formes de crédit a tendance à aggraver le surendettement des ménages.**

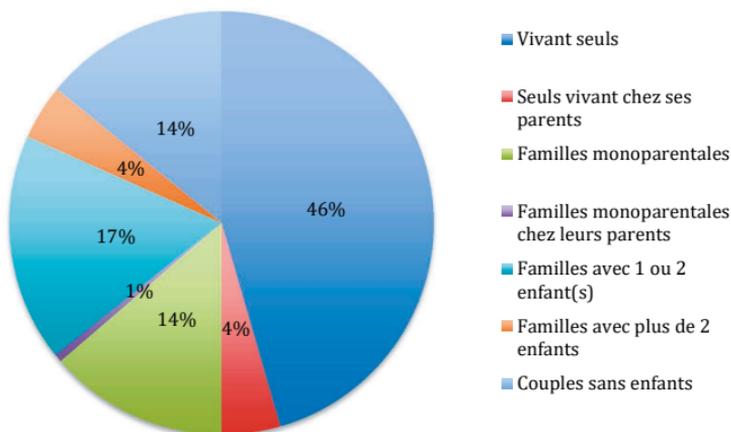
5° **Le montant moyen des dettes s'élève à 71'063.- CHF**, soit l'équivalent de **14,32 fois le salaire mensuel moyen (4'964.- CHF)**. Cette disproportion est notamment **aggravée** par la durée du surendettement, [le type de dettes \(crédit\)](#) ou certaines [causes de surendettement \(activité indépendante, addiction au jeu\)](#).

Profil sociodémographique

Le profil sociodémographique des personnes consultant les services membres de Dettes Conseils Suisse reste similaire au fil des ans. Les ménages ayant commencé un accompagnement étaient :

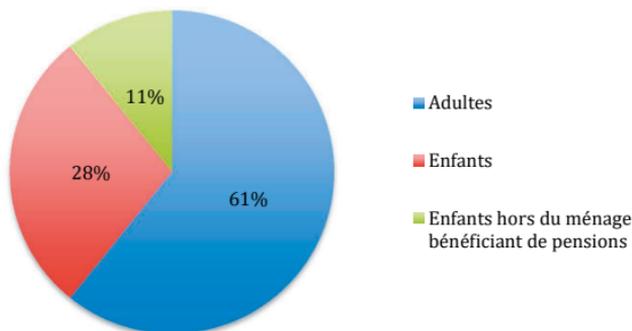
1° majoritairement composés de célibataires et de couples avec enfant(s) (N=4695)

Types de ménages



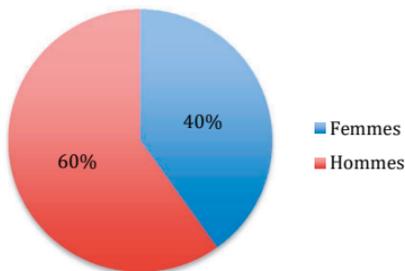
2° Environ **28 %** des personnes vivant dans les ménages surendettés **sont des enfants**. Notons également **que 11% des ménages surendettés doivent verser des contributions d'entretien** à des enfants vivant hors du ménage. **Les enfants mineurs et jeunes en formation** constituent donc près de **40% des personnes touchées par le surendettement**.

Composition des ménages

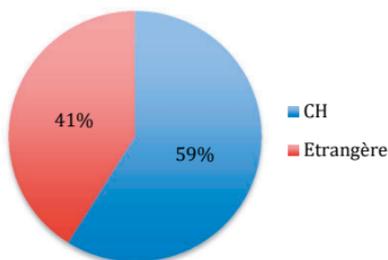


3° La majorité des personnes consultant les services de Dettes Conseils Suisse sont des hommes, suisses, âgés de 30 à 50 ans et disposant d'une formation de type CFC.

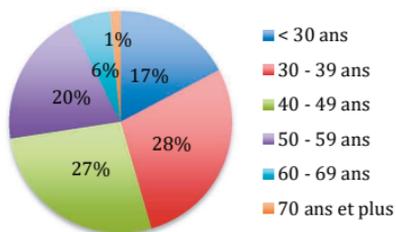
Genre



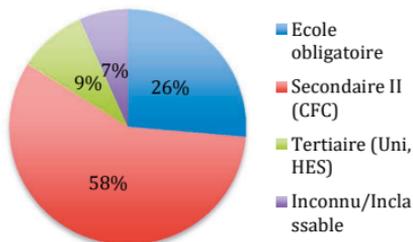
Nationalité



Âge



Formation

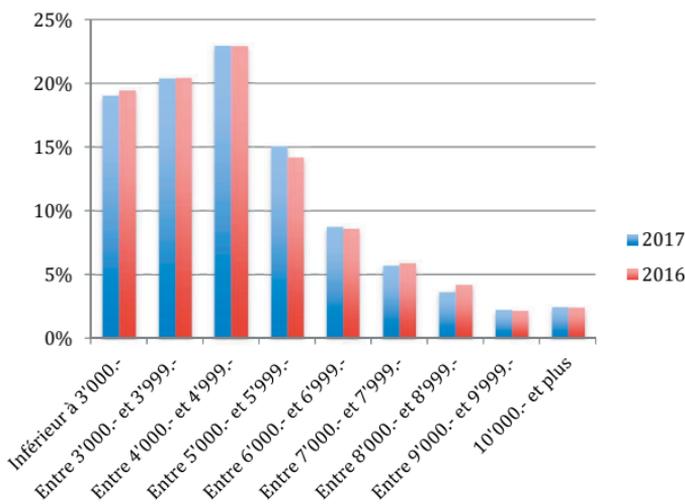


Revenus

1° Le revenu médian des ménages surendettés nous consultant est de 4'440.- CHF et le salaire moyen de 4'964.- CHF.

Une analyse plus détaillée nous montre que plus des ¾ (77,36%) des ménages gagnent moins de 6'000.- CHF par mois (13^{ème} salaire compris), soit moins que le salaire médian suisse déterminé en 2014 (6'189.-, OFS, communiqué de presse du 30 novembre 2015).

Part des dossiers (%) par tranches de revenus



Données propres au surendettement

Surendettement moyen

Le surendettement moyen s'élève à **71'063.-** (moyenne calculée sur l'ensemble des dossiers dont le surendettement total est connu ; N = 5'247). Nous constatons toutefois que l'ampleur et la structure du surendettement sont différentes en fonction **de la hauteur du revenu, des causes du surendettement et de certains types de dettes.**

Des types de dettes

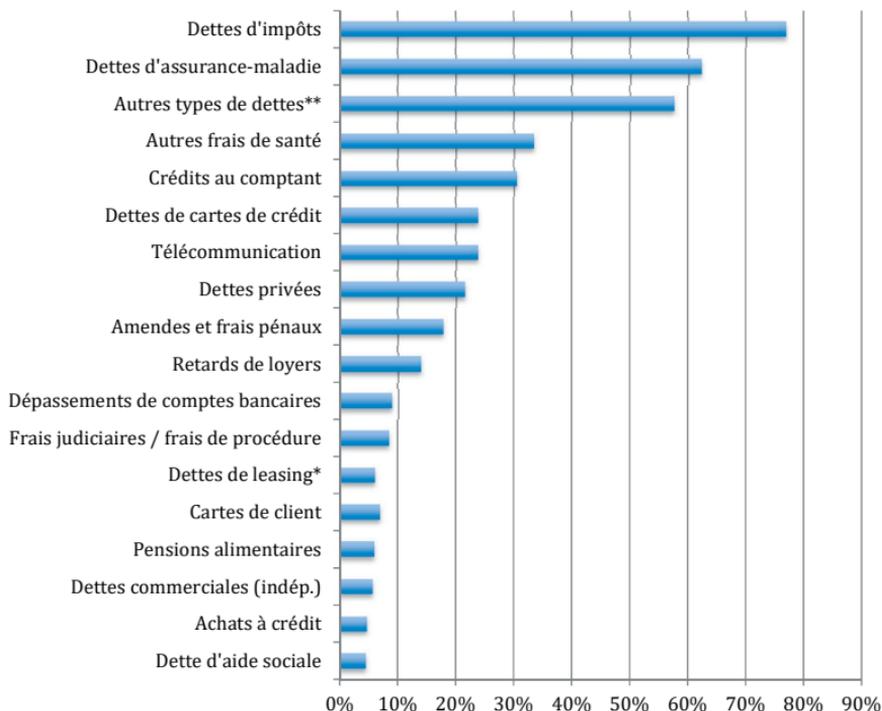
L'analyse des dettes des ménages se base sur tous les dossiers pour lesquels l'état des dettes par catégorie a été précisément déterminé (N = 4'706).

77 % des ménages surendettés ont des **dettes fiscales**. Toutefois, **les ménages imposés à la source n'ont généralement pas de dettes d'impôts**. Nous constatons ainsi que **81,51 % des ménages imposés après déclaration ont des dettes fiscales.**

Les dettes liées au crédit à la consommation au sens large (petit crédit, leasing, carte de crédit/client, achats à crédit) se retrouvent dans 47 % des situations ! **Les contrats de crédit au comptant** ou apparentés se rencontrent dans environ 30 % des situations de surendettement.

Près de 62 % des ménages ont des dettes auprès des **assureurs-maladie**. En sus, plus de 33 % des ménages ont des arriérés auprès de prestataires de soins ! Ce qui est particulièrement inquiétant. En effet, **la santé, tant physique que psychique**, des personnes surendettées **est menacée** par le stress et les limitations du revenu imposés **par une vie au minimum vital** ! Ces personnes auront donc des difficultés à se faire soigner, par exemple parce que leurs médecins ne les recevront plus ou parce qu'ils sont enregistrés sur une liste noire.

Fréquence des dettes

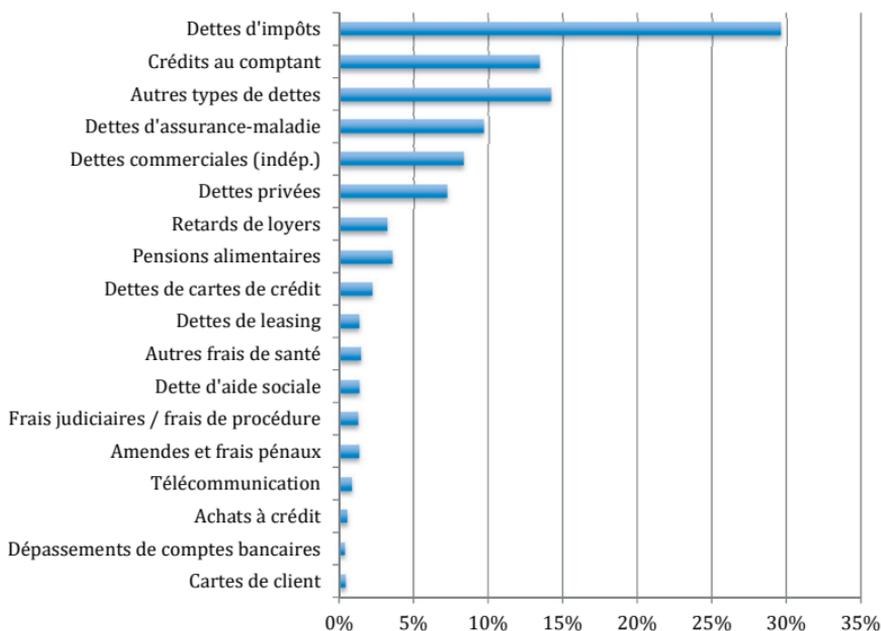


**Les leasings pour véhicules peuvent, au sens de la jurisprudence fédérale, être intégrés au minimum vital de saisie si le/la titulaire du leasing en a besoin pour se rendre au travail et peut en prouver le paiement régulier ; dans ces cas-là, ils ne sont pas pris en compte dans le bilan des dettes.*

***La rubrique « Autres types de dettes » comprend toutes les dettes qui n'entrent pas dans les autres catégories (assurances privées, plaques véhicules, achats sur internet, etc.), mais également les dettes qui, au moment de la saisie de données ne pouvaient pas être catégorisées. Ceci, notamment, parce que les maisons de recouvrement agissent de manière très opaque.*

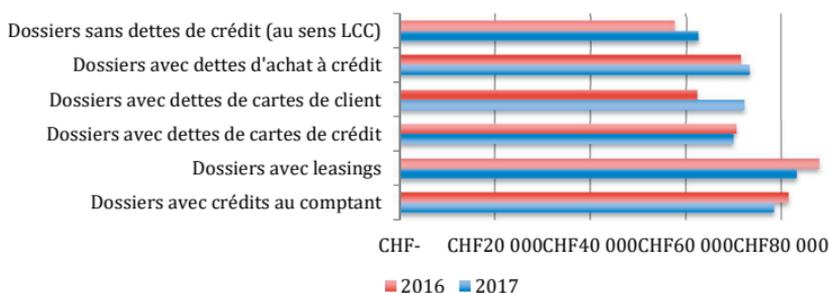
Les dettes d'impôts représentent 29,45 % de la totalité des dettes des ménages suivis ; pour les dettes liées à des contrats de crédit au comptant, ce pourcentage s'élevé à 15,85%.

Parts des types de dettes au surendettement total; répartition par catégorie (tous ménages confondus)



Les différentes formes de **crédit à la consommation** sont souvent utilisées afin de faire face à un surendettement naissant. Toutefois, une telle pratique conduit généralement à **une augmentation du surendettement** à moyen ou long terme.

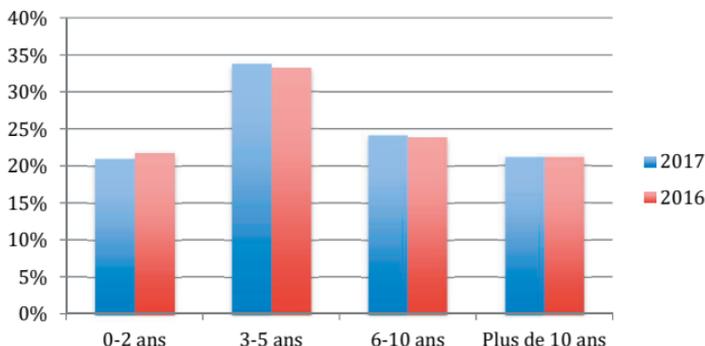
Surendettement moyen; dossiers avec/sans dettes de crédit



Durée moyenne du surendettement

Comme chaque année, nous devons constater que les ménages surendettés attendent trop longtemps avant de chercher de l'aide :

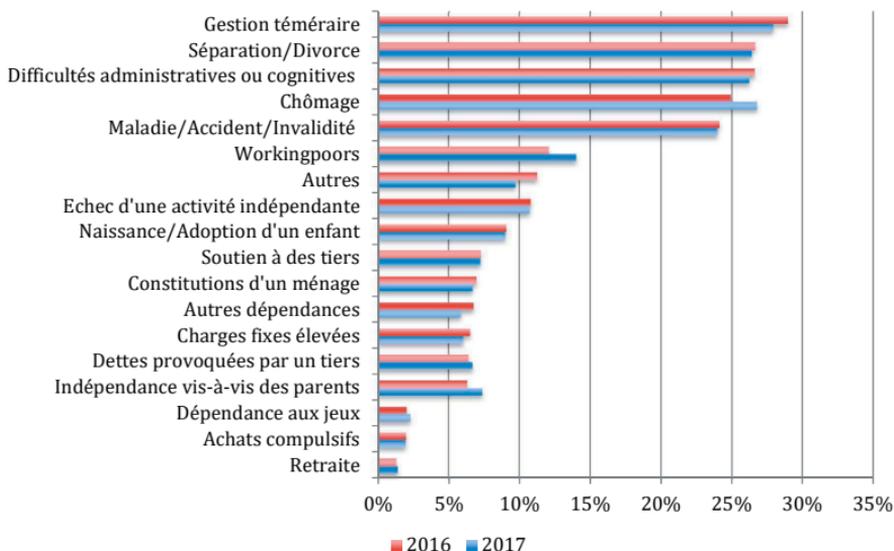
Durée du surendettement



Des causes du surendettement (N=5'255)

Dans la plupart des anamnèses, nous devons constater que l'origine du surendettement est liée à une conjonction de facteurs actifs (difficultés de gestion, manque de prévision, prise de risque hasardeuse,...) et de facteurs passifs (diminution du revenu en raison d'une perte d'emploi, d'une maladie, d'un accident, d'invalidité ou d'une augmentation des charges suite à une séparation/un divorce, à la naissance d'un enfant,...).

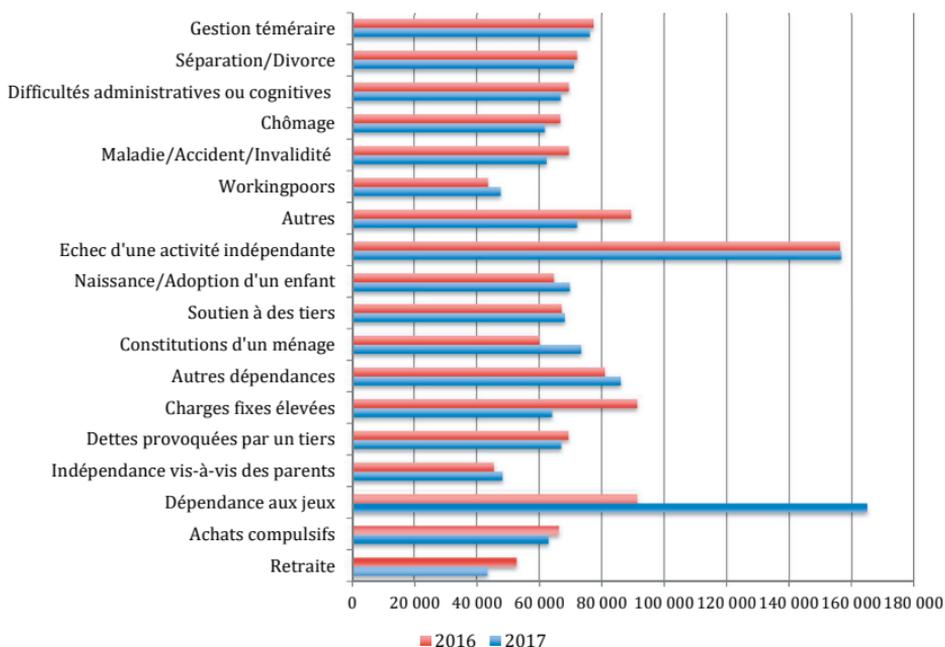
Causes du surendettement (cumulables)



En s'intéressant aux situations pour lesquelles une seule cause a été identifiée, nous constatons que l'élément prédominant est la « gestion téméraire ». Celle-ci touche toutefois moins de 4% des dossiers. Viennent ensuite la maladie/accident/invalidité, puis les séparations et divorces. Notons également que la « gestion téméraire » peut n'intervenir qu'au cours du surendettement, particulièrement lorsque les personnes concernées n'arrivent plus à envisager de perspectives de désendettement (Par exemple en prenant un crédit ou une augmentation de crédit pour « payer » ses dettes).

Dans notre pratique, nous constatons régulièrement que certaines catégories de ménages connaissent un surendettement particulièrement disproportionné. Tel est le cas, notamment, des personnes ayant des dettes suite à l'échec d'une activité indépendante ou les personnes ayant des problèmes d'addiction au jeu¹.

Surendettement moyen par cause de surendettement



¹ Le nombre de ménages concernés par la dépendance aux jeux est relativement faible (2,32 %). Comme certains ménages connaissaient un surendettement particulièrement disproportionné en 2017, la moyenne a été considérablement tirée vers le haut.

Date de dépôt : 21 mai 2019

RAPPORT DE LA MINORITÉ

Rapport de M. Romain de Sainte Marie

Mesdames et
Messieurs les députés,

Le petit crédit, un dégât majeur chez les jeunes

Le projet de loi 11797 vise à rajouter la question du petit crédit à une loi déjà en vigueur sur les procédés de réclame qui traite notamment de la question du tabac et de l'alcool. A ce stade, si le canton a été capable de légiférer dans ce champ face à d'autres produits qui posent des questions de santé publique, on ne voit pas pourquoi il ne légiférerait pas sur la question des petits crédits qui, d'une manière ou d'une autre, impactent la santé des consommateurs.

Pour le CSP, qui a été auditionné en commission et qui traite de cette problématique au quotidien, il est indispensable que le canton travaille à une maîtrise de la communication des organismes qui font du petit crédit, puisque ces derniers ont aujourd'hui des procédés de réclame qui sont agressifs et qui laissent penser qu'en moins de 5 minutes on peut bénéficier d'un crédit de plus de 30 000 F. M. Alain Bolle, directeur du CSP, a rappelé à la commission que la loi pose un plafond à hauteur de 80 000 F, ce qui signifie qu'au-dessus de 80 000 F on échappe à toute forme de régulation. Pour toutes ces raisons, il est donc important que le Grand Conseil soutienne ce projet de loi.

Il y a une question de cohérence par rapport à la politique publique que le canton a adoptée sur les questions de prévention dans le domaine du surendettement. En effet, il existe un programme qui s'appelle « le programme cantonal de lutte contre le surendettement » qui avait été initié par M^{me} Rochat, qui a été repris par M. Longchamp, aujourd'hui par M. Poggia, et qui dépend aujourd'hui du DCS. Ce programme comprend un volet curatif d'accompagnement qui est en cours d'évaluation, mais aussi un volet préventif très important qui touche 2200 jeunes afin de les sensibiliser à la question de l'endettement et de la gestion d'un budget.

On sait qu'il y a un potentiel risque d'endettement avant 25 ans puisque les statistiques montrent que plus de 80% des personnes qui s'adressent au CSP ou à Caritas contractent ou ont contracté des dettes avant l'âge de

25 ans. Il s'agit donc d'une thématique sensible, qui nécessite que le canton se positionne et qu'il développe une politique cohérente. On ne peut pas faire de la prévention sans étudier la question de l'impact des publicités pour le petit crédit qui sont très présentes dans l'espace public.

Le directeur du CSP a également fait référence aux statistiques 2017 de Dettes Conseils Suisse (cf. annexe 2 du rapport de majorité). Il explique que ces statistiques sont intéressantes parce qu'elles mettent en exergue la question du petit crédit.

Si on se penche sur ces statistiques, on peut observer que les dettes qui sont liées à des crédits au comptant représentent 30% des dettes, que 47% des ménages ont des dettes liées au crédit à la consommation au sens large (crédit au comptant, cartes de crédit, cartes client, leasing, achats à crédit) et que les dettes les plus fréquentes sont les dettes fiscales (77% de tous les ménages, soit 82,51% des ménages qui ne sont pas imposés à la source) et les dettes auprès des assurances-maladie (62% des ménages). Donc ces éléments statistiques montrent que la problématique du petit crédit constitue un des éléments qui fait que les gens viennent consulter le CSP, Caritas ou les services sociaux communaux qui sont aussi fortement sollicités.

Lorsque les jeunes commencent à s'endetter tôt, ils arrivent en principe dans la zone de surendettement qui les inquiète autour de 30-45 ans. Le problème c'est que c'est justement à cet âge-là qu'ils commencent à avoir une situation stable, des frais plus importants et souvent des petits salaires qui ne permettent pas de faire face aux coûts de la vie. Leurs emprunts pèsent sur eux de plus en plus lourd parce qu'il y a une part d'endettement importante. **Il y a donc une grande pertinence à faire de la prévention en évitant que les messages de prévention qui sont diffusés dans les écoles et auprès du jeune public soient contredits par la publicité elle-même.**

Une législation trop floue et lacunaire

Le législateur a tenté de poser un cadre à la publicité pour le petit crédit. Selon l'article 36a de la loi fédérale sur le crédit à la consommation (LCC) :

¹ La publicité pour le crédit à la consommation ne doit pas être agressive.

² Les prêteurs agissant par métier définissent la publicité agressive de manière appropriée dans une convention de droit privé.

Il existe dès lors une convention (annexe 1 du rapport de majorité) qui édicte les normes 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.

Toutefois, l'application de cette convention est plus que discutable. En effet, il n'est pas rare d'observer des publicités pour le petit crédit particulièrement agressives. Prenons l'exemple d'une publicité de CREDIT-now qui met en avant un retrait d'argent flexible à tout moment avec une date de remboursement libre. Pourtant, la convention prévoit que « 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 ». La convention ne paraît pas être respectée sur la facilité et la rapidité d'accès. Finalement, l'argument-choc de cette publicité c'est l'aspect flexible du crédit et du délai de remboursement. Cette publicité est donc contraire à la convention. Par ailleurs, la notion d'agressivité apparaît très relative. Une publicité qui n'est pas agressive est une mauvaise publicité finalement, si elle n'invite pas à consommer le produit.

Enfin, la FRC, via son président de la section genevoise, Rolin Wavre, s'est montrée sceptique sur la capacité d'autorégulation de la branche convenue dans la convention fédérale signée en 2016. Cette dernière n'est pas mauvaise. Toutefois, le problème est qu'elle n'est pas vraiment contraignante, car c'est la commission fédérale pour la loyauté en matière de publicité qui doit se positionner sur les cas de publicité agressive. Il n'y a toutefois pas vraiment de sanction prévue en cas de dépassement. La position de la FRC est de soutenir cette proposition de loi, car elle répond à un réel besoin.

C'est pour l'ensemble de ces raisons que la minorité de la commission de l'économie vous invite, Mesdames et Messieurs les députés, à accepter le PL 11797.