

Interdiction de la publicité pour les petits crédits : le Conseil national va au-delà de l'objectif

28.09.2011

D'un coup d'oeil

Le Conseil national entend interdire la publicité pour les petits crédits et sape ainsi la liberté d'entreprise. La Suisse possède déjà l'une des lois sur le crédit à la consommation les plus strictes. Celle-ci vise à éviter le surendettement – des jeunes notamment – et contient des lignes directrices claires en matière de publicité.

La décision prise aujourd'hui par le Conseil national est totalement incompréhensible. Il demande l'interdiction de la publicité pour les petits crédits afin de protéger les jeunes contre le surendettement. Des investigations ont pourtant révélé que l'actuelle loi sur le crédit à la consommation (LCC) est efficace également du côté des jeunes adultes, un groupe considéré comme particulièrement vulnérable. En outre, l'initiative se fonde sur une évaluation erronée des causes de l'endettement chez les jeunes. Une étude récente montre que : « La cause principale d'un endettement élevé n'est pas une consommation irréfléchie, mais un malaise profond et l'absence de perspectives dans la vie ». (...) Un endettement problématique (...) est généralement l'ultime maillon d'une chaîne de problèmes sociaux et de santé ». La seule mesure efficace contre l'endettement des jeunes est l'apprentissage de la gestion des moyens à disposition et d'un comportement sensé en matière de consommation, c'est-à-dire la prévention dans les écoles et la famille.

Les prescriptions strictes contenues dans la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) font barrage à des abus dans la publicité en faveur des crédits à la consommation. Par ailleurs, la loi sur le crédit à la consommation a instauré un contrôle strict de la capacité de contracter un crédit. Seules les personnes qui satisfont des exigences sévères s'en voient accorder un – cela vaut aussi pour les jeunes adultes. Des prescriptions strictes d'examen de la solvabilité sont également applicables pour les contrats de leasing et les cartes de crédit. Les dispositions de la LCC et de la LCD sont d'ailleurs plus sévères que les lois sur les crédits à la consommation promulguées par les pays voisins et la directive européenne correspondante.

Des interdictions publicitaires sont souvent édictées au nom de la prévention. Pourtant, elles nuisent davantage aux consommateurs qu'elles ne leur rendent service. Sans elle, il n'y aurait pas de concurrence. Interdire la publicité sur les crédits à la consommation est aussi déplacé que dans d'autres domaines. Toute demande d'interdiction publicitaire générale mine les fondements de l'économie de marché et empêche son bon fonctionnement. Les restrictions publicitaires représentent des attaques directes contre la liberté de consommation et le libre marché. Elles déresponsabilisent les citoyens et

doivent absolument être rejetées. La Chambre des cantons est donc invitée à rectifier la décision du Conseil national.