

Réponse de la Municipalité

à l'interpellation de Mme Alice Genoud et consorts
déposée le 13 juin 2017

« C'est le printemps, les petits crédits fleurissent de nouveau en ville ! »

Rappel de l'interpellation

« La question de l'interdiction de la publicité pour le microcrédit, véritable fléau pour plusieurs catégories de personnes à risques, revient régulièrement sur le devant de la scène, et ce aux différents échelons politiques. Pour ce qui est de notre conseil, nous avons pu nous pencher sur cette question notamment avec le Rapport-préavis 2006/48 « Réponse au postulat de Mme Evelyne Knecht Pour une « charte éthique » concernant l'affichage publicitaire dans notre ville et à la pétition du Comité de la Meute Suisse contre les abus en matière d'affichage public », ainsi que le rapport-préavis 2011/53 « Procédés de réclame en matière de petit crédit Réponse à la motion de Mme Cesla Amarelle ». Les Verts se sont aussi intéressés plusieurs fois, par le biais de questions orales et du postulat de Vincent Rossi « Des pauses dans l'affichage publicitaire à Lausanne » aux moyens que la Municipalité a de réguler l'affichage sur son espace public.

Malgré les nombreuses interventions sur cette question, la campagne publicitaire et d'affichage particulièrement agressive menée par des promoteurs du petit crédit ce printemps nous montre que ce problème n'est toujours pas résolu et que quotidiennement, des entreprises sans scrupules ciblent dans nos rues nos jeunes, nos aînés, nos familles et nos citoyens les plus vulnérables.

Des grands efforts sont aujourd'hui faits par la Ville de Lausanne pour donner assistance aux personnes avec des problèmes d'endettement, voir de surendettement. Mais c'est hélas intervenir après coup, dans l'ombre, alors que régulièrement des campagnes d'affichage incitent et banalisent l'endettement, et ce tout en tenant le haut de l'affiche et en annihilant impunément les efforts et politiques de la Ville. »

Préambule

Le crédit à la consommation a un impact important sur le surendettement des privés. Aussi la Municipalité a déjà tenté, à deux reprises, de limiter la publicité pour le petit crédit à la consommation, sans succès.

Suite à l'entrée en vigueur, en janvier 2006, de l'article 80 de la loi vaudoise sur l'exercice des activités économiques (LEAE), qui prévoit que « la publicité pour le petit crédit à la consommation est interdit », la Municipalité a interdit à la SGA de procéder à un tel affichage dans le cadre de la concession de monopole d'affichage. Cette dernière a recouru au Tribunal cantonal (TC) contre cette décision. Dans son arrêt du 24 mars 2010, le TC est parvenu à la conclusion claire que, pour les contrats soumis à la loi sur le crédit à la consommation (LCC), le droit fédéral « empêche (...) les cantons et les communes d'adopter une telle mesure », soit l'interdiction de la publicité pour le petit crédit. Par contre, pour les contrats non soumis à la LCC, la Cour a relevé que l'interdiction de toute publicité est possible, dès lors qu'elle se fonde sur une base légale claire, poursuit un but d'intérêt public et est conforme au principe de proportionnalité.

La Municipalité a examiné à nouveau cette question, en 2011, dans le cadre de sa réponse à la motion de Mme Cesla Amarelle¹. L'avis de droit analysant la possibilité d'exclure toute publicité pour le crédit à la consommation dans le cadre de la convention conclue avec la SGA, voire d'exiger une mention légale nettement plus visible, sur les affiches, de l'interdiction de tout crédit occasionnant un surendettement, a confirmé l'absence de moyens de droit bien établis, pour le Canton ou les communes, de légiférer dans ce domaine.

La modification de la loi sur le crédit à la consommation

L'entrée en vigueur, en janvier 2016, de la LCC révisée ainsi que l'ordonnance d'exécution y relative (OLCC) ont permis de renforcer la protection des consommateurs contre le surendettement en :

- obligeant le prêteur à examiner la capacité de contracter un crédit, à annoncer les crédits à la consommation octroyés et à observer un taux d'intérêt maximum fixé par le Conseil fédéral ;
- introduisant le droit de rétractation pour le preneur de crédit ;
- interdisant la publicité agressive pour les crédits à la consommation².

L'introduction du nouvel article 36a interdisant la publicité agressive pour le petit crédit interdit la publicité qui vise spécifiquement les personnes de moins de 25 ans, qui encourage les emprunts pour des loisirs temporaires ou qui fait appel à des arguments économiquement insensés.

Le législateur a opté pour la formule de l'autorégulation, en donnant à l'industrie du crédit à la consommation, le pouvoir de définir la notion de « publicité agressive » dans un accord de droit privé : deux conventions ont été élaborées sous l'égide des faïtières des instituts de crédit à la consommation et de leasing³ d'une part et de la faïtière des émetteurs de cartes de crédit et de client⁴ d'autre part, spécifiant le type de publicité à bannir. Elles définissent les comportements réprimés à l'aide d'exemples (par exemple le « crédit mariage », le « crédit vacances ») et prévoient que la publicité « ne doit pas s'adresser particulièrement aux jeunes adultes (personne de moins de 25 ans) ». En juin 2016, Le Conseil fédéral s'est déclaré satisfait de ces conventions, renonçant ainsi à légiférer⁵.

En cas de violation de la convention, la branche est habilitée à prononcer une peine allant jusqu'à CHF 100'000.- et à déposer plainte pour publicité agressive en matière de petits crédits auprès de la Commission Suisse pour la Loyauté (CSL) qui la traitera et émettra d'éventuelles recommandations.

La modification de la LCC et la signature de la convention ont pour effet de traiter, de manière exhaustive et au niveau fédéral, la publicité en matière de crédit à la consommation et de régler ainsi définitivement la question de la marge de manœuvre accordée aux cantons et aux communes en matière générale de publicité pour les crédits soumis à la LCC.

Réponses aux questions posées

La Municipalité répond comme suit aux questions posées :

Question 1 : Quel est le nombre de personnes endettées actuellement suivies par les services sociaux de la ville et quelle est la part des moins de 25 ans?

La Ville de Lausanne ne dispose pas de données pouvant répondre à cette question. Les seules données disponibles concernent les situations de personnes (sur)endettées suivies par l'Unité d'assainissement financier (Unafin) du Service social qui est l'unité spécialisée à laquelle la population lausannoise peut faire appel pour trouver une aide à la gestion des dettes. Elle est membre de l'association Dettes conseils Suisse (DCS) qui réunit les institutions suisses d'aide au désendettement à but non lucratif et fournit des statistiques dans ce cadre.

Durant l'année 2016, l'Unafin traite 530 nouvelles situations, soit 235 personnes pour un suivi et 295 pour une prestation ponctuelle de bilan (HoRIzon). Cette dernière prestation s'adresse aux ayants droit du Revenu d'insertion (RI) ; elle leur permet d'obtenir les renseignements en vue de procéder à un

¹ Rapport-préavis N° 2011/53 « Procédés de réclame en matière de petit crédit - Réponse à la motion de Cesla Amarelle ».

² Art. 7 al. 1^{er} lit. e LCC : montant compris entre CHF 500.- et CHF 80'000.-.

³ « Convention concernant les restrictions à la publicité et la prévention dans le domaine des crédits privés et des leasings de biens de consommation » http://www.faire-werbung.ch/wordpress/wp-content/uploads/2016/01/konvention-werbung-u-pr-vention_f_27.11.15.pdf.

⁴ http://www.faire-werbung.ch/wordpress/wp-content/uploads/2016/04/KARTAC_Konvention.pdf.

⁵ http://www.leasingverband.ch/cms/upload/fullsearch_documents/Administrator/Werbekonvention_Franzoesisch.pdf.

assainissement financier une fois sortis du RI. Parmi toutes ces nouvelles situations, 14% concernaient des personnes de moins de 26 ans.

Question 2 : Est-ce que lors du renouvellement de la concession pour l'affichage public, la Municipalité a abordé cette question avec la société d'affichage gagnante du marché?

La nouvelle convention d'affichage étant actuellement en négociation avec le partenaire retenu, la SGA, la Municipalité a décidé de restreindre les publicités liées au crédit à la consommation en introduisant, dans la nouvelle convention d'affichage, une clause renvoyant à la définition de la publicité « agressive » telle qu'elle ressort de la « Convention concernant les restrictions à la publicité et la prévention dans le domaine des crédits privés et des leasings de biens de consommation ». Il lui sera alors possible de s'opposer par exemple à toute affiche qui ciblerait les jeunes adultes.

Question 3 : Quelles sont les implications pour la Ville des changements dans la loi fédérale sur le crédit à la consommation votée le 20 mars 2015, notamment la notion de publicité agressive introduite lors de cette révision?

Comme indiqué en préambule, l'introduction de la notion de la publicité agressive dans la LCC règle désormais expressément cette question et ne laisse plus aucune marge de manœuvre aux communes et aux cantons.

Question 4 : Quels sont les moyens actuellement à disposition de la Municipalité pour réglementer, voire interdire la publicité pour le microcrédit?

Comme indiqué aux réponses aux questions 2 et 3, la Municipalité n'étant pas habilitée à légiférer dans le domaine, elle peut uniquement intervenir en introduisant une clause restreignant les publicités liées au crédit à la consommation dans les concessions pour l'affichage, ce qui a été fait.

La Municipalité estime avoir ainsi répondu aux questions de Madame l'interpellatrice.

Ainsi adopté en séance de Municipalité, à Lausanne le 26 octobre 2017.

Au nom de la Municipalité

Le syndic :
Grégoire Junod

Le secrétaire :
Simon Affolter

