



RONDSCHRIJVEN AAN DE KREDIETINSTELLINGEN DIE
SPAARDEPOSITO'S INZAMELEN

Geachte Heren,

De Bankcommissie heeft moeten vaststellen dat de reclamecampagnes voor spaardeposito's van bepaalde kredietinstellingen niet altijd duidelijke en preciese informatie aan het publiek verstrekken.

Met haar circulaire nr B 84/1 van 24 februari 1984 heeft de Bankcommissie de kredietinstellingen die spaardeposito's inzamelen, aanbevolen geen verbintenissen via hun reclame aan te gaan die zouden indruisen tegen de bepalingen van het koninklijk besluit van 29 december 1983. Tevens heeft de Bankcommissie geadviseerd om in reclame vooral op het spaar-aspect van dergelijke deposito's de nadruk te leggen, niet zozeer op hun beschikbaarheid, alsook iedere dubbelzinnige of misleidende reclame over de depositovergoeding te vermijden (circulaire van 13 september 1984).

De Bankcommissie zal op de naleving van deze aanbevelingen nauwlettend toezien. Na overleg met de betrokken beroepsverenigingen, heeft de Commissie tevens reclame-gedragsregels vastgelegd om dubbelzinnigheid bij de voorstelling van de vergoedingsvoorwaarden of modaliteiten van de spaardeposito's te vermijden.

Deze gedragsregels gelden voor de reclame die de kredietinstellingen zelf of via hun afgevaardigde kantoorhouders voeren. Deze laatsten dienen in hun reclame niet enkel hun naam duidelijk te vermelden, maar ook die van de kredietinstelling voor wiens rekening de deposito's worden ingezameld en beheerd.

Voor de Commissie heeft het begrip reclame een ruime betekenis : reclame in kranten en tijdschriften, over radio of T.V., affiches, al dan niet nominatieve circulaires, folders en ander drukwerk.

a) Reclamę over de vergoeding

Krachtens de geldende wetgeving moeten de basisrentevoet, de getrouwheidspremie en de aangroei-premie afzonderlijk in de reclame worden vermeld. Zij mogen niet worden opgeteld. In het verlengde van deze bepalingen dient voor elke rentevoet die in een reclameformule wordt vermeld, duidelijk te worden gemaakt - door gebruik van de terminologie uit het koninklijk besluit - over welk type vergoeding het gaat : basisrentevoet, getrouwheidspremie, aangroei-premie. Deze vermelding dient zich in de onmiddellijke omgeving van de rentevoet te bevinden en vlot leesbaar te zijn.

Wordt een getrouwheidspremie toegekend, dan wordt vermeld hoelang deze deposito's op de rekening moeten blijven om de premie te bekomen.

Wordt een aangroei-premie toegekend, dan wordt in de reclame vermeld dat die premie enkel geldt voor nieuwe stortingen die ten minste zes maanden op de rekening blijven, alsook de termijn waarna het betrokken deposito niet meer met een aangroei-premie wordt vergoed.

In geen geval mag de reclame de samenvoeging suggereren van getrouwheidspremie of aangroei-premie voor dezelfde kapitalen over eenzelfde periode.

Gaat het om een deposito met progressieve vergoeding, naar gelang van de grootte van de ingelegde bedragen, dan wordt duidelijk aangegeven of die vergoeding geldt voor het totaal bedrag dan wel enkel voor de schijf boven het aangegeven bedrag.

De rentevoet van de coöperateurstoeslag hoeft niet afzonderlijk te worden vermeld en mag dus bij de basis-rentevoet worden opgeteld. Als dat gebeurt, wordt in de reclame vermeld dat deze vergoeding de som is van de basisrente en de coöperateurstoeslag.

b) Promotie-acties voor spaardepositowerving

Onder "promotie" moet worden verstaan, tombola's en prijskampen organiseren, geschenken uitdelen en allerhande formules waarbij andere voordelen worden geboden dan een rentevoordeel of een voordeel verbonden aan leningen of diensten die gebruikelijk door kredietinstellingen worden verzorgd.

Gezien het verbod om spaardeposito's anders te vergoeden dan met een basisrentevoet, een getrouwheids-en/of aangroei-premie, moet het toekennen van andere voordelen accessoir blijven. In geen geval mag zulks neerkomen op een aanvullende vergoeding. Bijgevolg moet de kostprijs van dergelijke voordelen voor de kredietinstelling marginaal blijven ten opzichte van de interestlast.

In de reclame over promotie-acties dienen de vergoedingsvoorwaarden voor de deposito's uitdrukkelijk te worden vermeld, met naleving van voornoemde beginselen. Dit moet op zodanige wijze gebeuren dat over deze gegevens niet kan worden heengelezen.

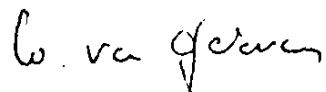
c) Overlegging van reclame aan de Bankcommissie

Kredietinstellingen die spaardeposito's toekennen worden verzocht alle gedrukte reclame over vergoedingsvoorwaarden en promotie-acties voor spaardeposito's, aan de Bankcommissie over te leggen (voor de banken zij in dit verband verwezen naar de verzameling "Bankcommissie, Wetten, besluiten en reglementen, Toepassingsmaatregelen", Deel II, punt B.III.11.1, blz. 296 ; voor de privé-spaarkassen, cf. artikel 7 van het koninklijk besluit van 27 oktober 1975 houdende verordening inzake controle op de private spaarkassen).

De reclamekostenstaat die de kredietinstellingen overeenkomstig de geldende richtlijnen aan de Bankcommissie overleggen, moet zodanig worden opgemaakt dat de kostprijs van sub 2.b) hierboven bedoelde promotie-acties afzonderlijk kan worden afgelezen (voor de banken, zie bovengenoemde verzameling, Deel I, punt B.II.5.2., blz. 107 en Deel II, punt B.III.11.3, blz. 298 ; voor de privé-spaarkassen, cf. artikel 26 van de bepalingen betreffende de controle op de private spaarkassen gecoördineerd op 23 juni 1967).

Met de meeste hoogachting,

De Voorzitter,



W. Van Gerven.