

COMMISSION BANCAIRE



1050 BRUXELLES, LE 12 juillet 1985.
Avenue Louise 99
TEL-02/537.11.70-TX-621.07-CEBCE
N°
(à rappeler dans la réponse s.v.p.)

CIRCULAIRE AUX ETABLISSEMENTS RECEVANT DES DEPOTS D'EPARGNE

Messieurs,

L'attention de la Commission a été attirée par des campagnes publicitaires lancées par certains établissements de crédit en vue de promouvoir la récolte de dépôts d'épargne. La Commission a dû constater que certaines de ces publicités se caractérisent par un manque de clarté ou de précision dans l'information donnée au public.

Dans sa circulaire n° B 84/1 du 24 février 1984, la Commission a recommandé aux établissements recevant des dépôts d'épargne d'être attentifs à ne pas prendre par la voie publicitaire des engagements qui ne seraient pas compatibles avec les dispositions de l'arrêté royal du 29 décembre 1983. La Commission a également recommandé de mettre dans la publicité davantage l'accent sur le caractère d'épargne de ces dépôts que sur leur disponibilité, ainsi que d'éviter toute formule publicitaire ambiguë ou inductive en erreur quant à la rémunération des dépôts (circulaire du 13 septembre 1984).

La Commission veillera particulièrement au respect de ces recommandations. Après concertation avec les associations professionnelles concernées, la Commission a par ailleurs arrêté des lignes de conduite en matière publicitaire, dont l'application par les établissements de

crédit, devrait contribuer à éviter toute présentation équivoque des conditions de rémunération ou de fonctionnement des dépôts d'épargne.

Ces lignes de conduite s'appliqueront pour la publicité diffusée directement par les établissements de crédit ou par le canal de leurs agents délégués. Dans la publicité de ces derniers, il sera fait mention non seulement de leur dénomination précise, mais aussi de l'établissement de crédit pour compte duquel les dépôts sont récoltés et gérés.

La Commission entend la notion de publicité dans son sens large : insertion dans la presse, messages radio ou télédiffusés, affiches, circulaires nominatives ou non, prospectus et autres avis imprimés.

a) Publicité concernant la rémunération

Selon la législation en vigueur, les taux d'intérêt de base, la prime de fidélité et la prime d'accroissement des dépôts d'épargne doivent être mentionnés séparément dans les publicités et ne peuvent être additionnés. Dans le prolongement de cette disposition, lorsqu'un taux est mentionné dans une publicité, il y a lieu de préciser, en utilisant la terminologie de l'arrêté royal, de quel type de rémunération il s'agit : intérêt de base, prime de fidélité, prime d'accroissement. Cette mention devra se trouver dans l'environnement immédiat du taux d'intérêt et dans des caractères d'imprimerie facilement lisibles.

Lorsqu'une prime de fidélité est accordée, il faut préciser la durée pendant laquelle ces dépôts doivent rester en compte pour bénéficier de la prime.

Si une prime d'accroissement est octroyée, la publicité mentionnera que la prime n'est accordée que pour les nouveaux versements qui restent en compte pendant une durée minimale de six mois et précisera le délai au-delà duquel le dépôt concerné n'est plus rémunéré par une prime d'accroissement.

En aucun cas, la publicité ne pourra suggérer le cumul des primes de fidélité ou d'accroissement pour les mêmes capitaux, pendant une même période.

Lorsque la rémunération du dépôt est progressive, en fonction de l'importance des montants déposés, il faudra préciser si elle s'applique à l'ensemble de ces montants ou seulement à la fraction qui dépasse les seuils pratiqués.

Le taux d'intérêt de la prime de coopérateur ne doit pas être mentionné séparément et peut donc être additionné au taux d'intérêt de base. Si ces taux sont additionnés, la publicité précisera toutefois que cette rémunération est la somme de l'intérêt de base et de la prime de coopérateur.

b) Actions promotionnelles pour la récolte des dépôts en carnets-----

Par "actions promotionnelles", il faut entendre l'organisation de tombolas et concours, l'octroi de cadeaux et actions de toutes sortes pour lesquelles sont accordés des avantages autres qu'en intérêts ou en rapport avec des prêts ou services habituellement fournis par des établissements de crédit.

Compte tenu de l'interdiction de rémunérer les carnets de dépôts autrement que par un intérêt de base, une prime de fidélité et/ou d'accroissement, l'octroi d'autres avantages ne peut avoir qu'un caractère accessoire. Il ne peut s'agir en aucun cas d'un complément de rémunération. Le coût pour l'établissement de crédit de ces avantages ne sera donc que marginal par rapport à la charge des intérêts.

Dans la publicité concernant les actions promotionnelles, les conditions de rémunération des dépôts seront mentionnées explicitement et dans le respect des principes exposés ci-dessus. Cette mention sera présentée matériellement de manière telle qu'elle ne puisse échapper à l'attention du public.

c) Transmission de la publicité à la Commission bancaire

Les établissements de crédit qui gèrent des dépôts d'épargne sont invités à transmettre à la Commission bancaire toute publicité imprimée concernant les conditions de rémunération et les actions promotionnelles relatives aux dépôts d'épargne (pour les banques, voir à ce sujet le recueil "Commission bancaire, Lois, arrêtés et règlements, Mesures d'application", Tome II, point B.III.11.1, page 296; pour les Caisses d'Epargne Privées cf. article 7 de l'arrêté royal du 27 octobre 1975 portant règlement de contrôle des Caisses d'Epargne Privées).

Le relevé des frais de publicité que les établissements adressent à la Commission, conformément aux instructions en vigueur, sera établi de manière à permettre

d'isoler le coût des actions promotionnelles visées au point 2.b) ci-dessus (pour les banques, voir le recueil précité, Tome I, point B.II.5.2, page 107, et Tome II, point B.III.11.3, page 298; pour les Caisses d'Epargne Privées, cf. article 26 des dispositions relatives au contrôle des Caisses d'Epargne Privées, coordonnées le 23 juin 1967).

*
* * *

Je vous prie d'agréer, Messieurs, l'expression de mes sentiments distingués.

Le Président,

W. van Gerven

W. Van Gerven.