

CC 317

CONSEIL DE LA CONSOMMATION

AVIS

Sur la publicité et le marketing bancaire à l'égard des jeunes

Bruxelles, 28 avril 2004

RESUME AVIS 317

Avis sur la problématique de la publicité et du marketing bancaires vis-à-vis des jeunes

Le Conseil de la Consommation, saisi en octobre 2003 par la Ministre de la Protection de la Consommation, a élaboré des règles de référence applicables à tous les professionnels du secteur bancaire dans le cadre de leurs pratiques publicitaires et/ou de marketing adressées aux mineurs d'âge.

Ce faisant, le Conseil a précisé les critères auxquels toute pratique publicitaire et/ou de marketing adressée à un mineur d'âge, par un professionnel offrant des produits et/ou des services bancaires, doit répondre.

Ces règles de référence seront intégrées dans le code de conduite de l'Association Belge des Banques.

Par ailleurs, le débat a également porté sur la problématique des soldes débiteurs survenant sur les comptes à vue des mineurs d'âge.

A titre préventif, le Conseil souhaite qu'au moment de l'ouverture d'un compte à vue, l'attention du jeune soit davantage attirée sur le mode de fonctionnement de ce compte.

Par ailleurs, le Conseil préconise la généralisation de la pratique de prise en charge par les institutions bancaires, des intérêts débiteurs calculés sur le découvert.

Finalement, le Conseil suggère la mise au point d'une "procédure d'alarme" en cas de solde débiteur constaté sur le compte d'un mineur d'âge.

Enfin, un débat s'est tenu quant à la capacité juridique d'un mineur d'âge à ouvrir seul, sans autorisation parentale, un compte à vue.

Concernant cette thématique, il n'a pas été possible de dégager une position commune aux organisations de consommateurs, l'une d'entre elles ayant un avis fort différent de celui des autres.

Le Conseil de la Consommation, saisi le 6 octobre 2003 par la Ministre de la Protection de la Consommation d'une demande d'avis sur la problématique de la publicité et du marketing bancaires vis-à-vis des jeunes, s'est réuni en séance plénière le 28 avril 2004, sous la présidence de Monsieur Robert Geurts, et a approuvé le présent avis.

Le Conseil de la Consommation a prié le Président de remettre cet avis à la Ministre de l'Economie et à la Ministre de la Protection de la Consommation.

AVIS

Le Conseil de la Consommation,

Vu la lettre du 6 octobre 2003 dans laquelle la Ministre de la Protection de la Consommation demande que le Conseil de la Consommation entame une réflexion sur la problématique de la publicité et du marketing bancaires vis-à-vis des jeunes et formule des règles qui serviraient de références pour les professionnels et pour les consommateurs;

Vu les travaux des Commissions conjointes "Pratiques du commerces" et "Services financiers" lors de leurs réunions des 29 octobre, 24 novembre et 18 décembre 2003, 13 janvier et 5 mars 2004;

Vu la participation aux travaux des experts suivants : Mesdames Andrieux (DG Régulation et Organisation du marché), Giroul (DG Contrôle et Médiation), Van den Broeck (CRIOC), Reunis (Ligue des Familles), Evrard et Kowalsky (Test-Achats), Leloup, Hubert et Joliton (ASBL Droit des jeunes), Ragheno (ABB), Messieurs Deryckere (DG Régulation et Organisation du marché), Sénécal (UPC), Soil (Conseil de la Jeunesse d'expression française), Coemans et Rémy (Gezinsbond), Deschouwer (DG Contrôle et Médiation), Lamalle (ASBL Droit des jeunes);

Vu le projet d'avis établi par Mesdames Ragheno (ABB) et Van den Broeck (CRIOC);

Vu la procédure écrite pour l'approbation du projet d'avis par les Commissions Pratiques du Commerce et Services Financiers;

EMET L'AVIS SUIVANT

1) Introduction

La publicité et le marketing bancaires vis-à-vis des jeunes suscitent des controverses dans l'opinion. Une récente campagne publicitaire en a été l'illustration. C'est pourquoi, la Ministre de la Protection de la consommation considère que si la publicité est légitime, elle doit respecter des normes de véracité et de loyauté d'autant plus lorsqu'elle s'adresse à un public jeune.

Elle a donc exprimé le souhait que le Conseil de la Consommation, entame une réflexion concernant la problématique de la publicité et du marketing bancaire vis-à-vis des jeunes et formule des règles qui serviraient de références pour les professionnels et les consommateurs.

2) Discussion

A. Observations générales

Les campagnes publicitaires menées par le secteur bancaire et vantant leurs produits et services s'adressent de plus en plus directement aux mineurs qui constituent une clientèle à part entière.

La publicité fait désormais partie intégrante de la vie quotidienne des mineurs d'âge.

Cependant, il est incontestable qu'il s'agit d'un public sensible dont les plus jeunes sont particulièrement influençables et peuvent n'avoir qu'une capacité limitée de perception et d'évaluation des messages publicitaires.

De manière générale, la loi sur les pratiques de commerce constitue l'arsenal réglementaire applicable en matière de publicité.

Mais, force est de constater qu'en matière de publicité et de marketing bancaires à l'égard des mineurs, rien de plus précis n'existe.

Le Conseil pense qu'il est nécessaire d'établir des lignes directrices claires, applicables à tous les professionnels du secteur bancaire dans le cadre de leurs pratiques publicitaires et/ou de marketing à l'égard des mineurs.

Dans un premier temps, **le Conseil** a élaboré un texte indiquant les critères auxquels toute publicité bancaire adressée à un mineur d'âge, par un professionnel offrant des produits et/ou des services bancaires, devra répondre.

Par ailleurs, un débat plus large portant sur les pratiques des banques à l'égard des mineurs d'âge, s'est tenu.

Ce débat a porté d'une part sur la problématique des soldes débiteurs sur les comptes à vue des mineurs et d'autre part, sur la capacité d'un mineur d'âge à ouvrir seul un compte à vue.

Concernant ce dernier point, une position commune n'a pas pu être dégagée au sein des organisations de consommateurs.

B. Observations particulières

I. La formulation de recommandations applicables aux professionnels en matière de publicité et de marketing bancaires à l'égard des mineurs.

Le Conseil propose les recommandations suivantes.

Ces recommandations seront intégrées dans l'actuel code de conduite de l'Association Belge des Banques, sous un point particulier relatif au marketing dont les jeunes sont les destinataires.

Objectivité de la présentation

- la publicité ayant pour objet la vente de produits et/ou services bancaires ne peut être adressée directement à un mineur de moins de 12 ans;
- elle ne peut pas tromper le mineur quant à la nature, aux coûts, aux conditions d'accès et aux caractéristiques du produit ou service bancaire et ne peut donner à penser que le produit ou service bancaire est à la portée de n'importe quel budget familial;
- elle ne peut inciter directement le mineur à l'achat d'un produit ou d'un service bancaire, en exploitant son inexpérience ou sa crédulité ;
- elle doit veiller à ne pas utiliser l'argument de la gratuité comme seul incitant à l'utilisation d'un produit ou service bancaire.

Relation mineur et tiers

- la publicité ne peut inciter directement le mineur à exiger de son représentant légal ou des tiers qu'ils achètent certains produits ou services bancaires;
- elle ne peut pas exploiter la confiance que le mineur a dans son représentant légal ni jeter un discrédit sur l'autorité, la responsabilité ou le jugement de celui-ci, compte tenu des valeurs sociales généralement admises;
- elle ne peut présenter le produit ou service bancaire comme un droit du mineur que le représentant légal ne peut refuser ;
- elle ne peut suggérer que la seule détention ou utilisation d'un produit ou service bancaire donnera au mineur un avantage physique, social ou psychologique sur les autres mineurs de son âge ou que la non détention de ce produit ou service aurait un effet contraire,
- elle ne peut dénaturer l'esprit d'une activité sportive ou culturelle.

Protection et sécurité

- la publicité ne peut comporter de déclaration ou présentation, visuelle ou sonore, ou de mise en situation de mineurs qui risquerait de causer aux mineurs un dommage moral ou physique, ou qui pourrait avoir pour effet de les entraîner dans des situations ou des activités menaçant gravement leur santé ou leur sécurité ;
- elle ne peut présenter des contenus susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment des contenus comprenant des scènes de violence gratuite, ni porter atteinte au respect de la dignité de la personne humaine, ni contenir aucune incitation à la haine ou à la discrimination pour des raisons de race, de sexe, de religion, de nationalité ou pour quelque autre raison que ce soit ;

II. Pratiques des banques à l'égard des mineurs d'âge

a) Les soldes débiteurs sur comptes

Dans le respect du principe égal selon lequel aucun crédit, sous quelque forme que ce soit, ne peut être octroyé à un mineur d'âge, **le Conseil** s'accorde à dire qu'il est essentiel que le compte d'un mineur d'âge ne puisse jamais être débiteur.

Un compte de mineur devrait être bloqué dès qu'il arrive à zéro et toute opération (en ce compris un virement bancaire) entraînant un solde débiteur, devrait être refusée.

Le Conseil estime qu'il appartient aux banques de tout mettre en oeuvre pour éviter tout solde débiteur sur ces comptes. Mais, il reste conscient de l'impossibilité à laquelle le secteur bancaire est et restera confronté pour satisfaire totalement à cette exigence. Cette impossibilité résulte d'obstacles purement techniques tels que notamment le fait que certaines institutions bancaires ne travaillent pas encore en real time ou encore les problèmes engendrés par les retraits effectués à l'étranger.

Par ailleurs, **le Conseil** préconise une généralisation de la pratique, qui est déjà appliquée par la plupart des institutions bancaires, et qui consiste à prendre à leur charge les intérêts débiteurs calculés sur le découvert du compte d'un mineur d'âge.

Il estime que cette pratique pourrait être généralisée par les banques qui garderaient la possibilité d'en déterminer les modalités, sous réserve des cas d'usages abusifs des systèmes de paiement.

Enfin, **le Conseil** pense qu'il serait opportun qu'au moment de l'ouverture d'un compte et de la remise des conditions générales de celui-ci, l'attention des mineurs soit davantage attirée sur le fait que ce compte ne peut jamais être débiteur.

Par ailleurs, **le Conseil** suggère que, dans l'hypothèse où ce compte présenterait tout de même un solde débiteur, la banque adresse un signal d'alarme rappelant au mineur l'interdiction qui lui est faite de descendre en négatif et l'invitant à apurer ce découvert dans les plus brefs délais.

Ce signal pourrait prendre différentes formes comme un courrier adressé au mineur, la mise à disposition au mineur de ses extraits de compte ou encore un contact téléphonique.

Il appartiendrait à chaque banque de faire le choix de la forme que prendrait ce rappel.

b) Quant à la "capacité" d'un mineur à ouvrir seul un compte à vue.

Les représentants des organisations de consommateurs constatent que les pratiques des institutions bancaires à l'égard des mineurs d'âge sollicitant seul, sans l'intervention de leur représentant légal, l'ouverture d'un compte, sont diverses.

Ces représentants ont à coeur de parvenir à une uniformisation des pratiques appliquées par les institutions bancaires en matière d'ouverture de compte à vue par un jeune mineur d'âge.

Néanmoins, ils attirent l'attention sur le fait que leur position part du principe que les comptes à vue offerts aux jeunes sont actuellement gratuits.

Les représentants des organisations de consommateurs, à l'exception du Gezinsbond, interprètent la notion d'incapacité juridique du mineur comme étant une mesure de protection visant à éviter à un mineur d'être lésé par un acte juridique qu'il aurait posé.

Il se dégage d'ailleurs d'une jurisprudence constante que les actes conservatoires (qui n'engagent pas le patrimoine du mineur mais visent plutôt à le protéger et à le conserver) sont valablement posés par un mineur dans la mesure où celui-ci est doué d'un discernement suffisant.

Ces représentants sont d'avis que, à la condition que le compte du mineur ne puisse jamais descendre en négatif, l'ouverture d'un compte à vue par un mineur doué de discernement peut être valablement considérée comme un acte conservatoire et de gestion quotidienne, qui ne met pas en danger son patrimoine et, par conséquent, ne le lèse pas. D'après cette interprétation, l'ouverture d'un compte à vue par un mineur doué de discernement ne devrait donc pas être refusée par les banques.

Par ailleurs, étant donné que le discernement d'un jeune n'est pas facile à déterminer, ces représentants pensent qu'il est possible de pallier à cette difficulté par l'établissement d'un âge-charnière.

Ils retiennent l'âge de 15 ans qui correspond à l'âge auquel un mineur peut s'engager dans les liens d'un contrat d'occupation d'étudiant ou d'apprentissage et peut donc se procurer des revenus.

Par ailleurs et en vue de préserver le rôle d'éducation à la gestion de l'argent qu'ont les parents à l'égard de leurs enfants, ils pensent qu'il est utile en cas d'ouverture de compte par un mineur, qu'une information écrite soit envoyée par l'institution bancaire aux représentants légaux du mineur d'âge.

La représentante du Gezinsbond s'oppose fermement à cette interprétation et refuse que la possibilité soit donnée à un jeune mineur d'âge d'ouvrir un compte à vue sans autorisation préalable de ses parents.

Elle plaide donc pour le maintien de l'âge de 18 ans pour l'ouverture d'un compte à vue par un jeune sans autorisation parentale.

Elle veut mettre l'accent sur la tâche éducative incombant aux parents à l'égard de leurs enfants en matière d'apprentissage de gestion de l'argent en bon père de famille.

Par ailleurs, la représentante du **Gezinsbond** relève la contradiction qu'il y aurait à autoriser un mineur d'âge à ouvrir seul un compte à vue et le maintien de la responsabilité des parents en cas de soldes débiteurs sur ce compte à vue.

Néanmoins, elle plaide pour un assouplissement des modalités de gestion des comptes jeunes. Elle plaide pour une augmentation uniforme des limites de débit afin de donner plus d'autonomie et de responsabilité aux mineurs d'âge.

Elle pense qu'il faut permettre aux parents du mineur d'âge de garder un droit de regard et partant un contrôle sur le solde du compte à vue du mineur.

La représentante du Gezinsbond est d'avis qu'en ce qui concerne les cas malheureux mais exceptionnels de mineurs d'âge confrontés à un usage abusif de leur argent par leurs parents, il faudrait travailler à la mise en place de solutions spécifiques et adaptées.

Enfin, elle pense que l'avertissement des parents par le biais d'une lettre adressée par l'institution bancaire, en cas d'ouverture d'un compte à vue par un mineur; ne fournit pas de garanties suffisantes pour deux raisons :

1. Rien ne garantit que cette lettre ordinaire contenant cette information nécessaire atteindra les parents.
2. Etant donné que les parents ne seront pas présents à l'ouverture du compte à vue, l'institution bancaire ne sera pas en mesure de vérifier l'exactitude des coordonnées des parents fournies par le mineur.

En toute état de cause, **le Conseil** estime que ce débat pourrait être poursuivi dans le cadre de ses travaux.

MEMBRES ET EXPERTS AYANT ASSISTE A L'ASSEMBLEE PLENIERE
DU
CONSEIL DE LA CONSOMMATION DU 28 AVRIL 2004

PRESIDEE PAR MONSIEUR R. GEURTS

1. Membres représentant les organisations de consommateurs :

Effectifs: Madame DE ROECK-ISEBAERT (De Gezinsbond)
 Monsieur MECHELS (Test-Achats)
 Monsieur VAN DAELE (F.G.T.B.)
 Monsieur VAN DE PUTTE (ARCOFIN)

Suppléants: Madame APPELMANS (V.S.Z.)
 Monsieur QUINTARD (F.G.T.B.)

2. Membres représentant les organisations de la production:

Effectifs: Madame SWEERTS (A.B.B.)
 Monsieur LAMBRECHT (F.E.B.)
 Monsieur van OLDENEEL (ASSURALIA)
 Monsieur VANDEPLAS (FEDICHEM)

Suppléants: Madame MANNES (U.P.C.)
 Monsieur DASTOT (Conseil de la Publicité)
 Monsieur DUBOIS (F.E.B.)

3. Membres représentant les organisations de la distribution:

Effectif : Madame PINT (FEDIS)

4. Membres représentant les organisations des classes moyennes:

Effectifs: Madame VAN CAMPENHOUT (UNIZO)
 Monsieur RIZZO (U.C.M.)

5. Observateurs :

Madame VANDENBROECK (C.R.I.O.C.)
Monsieur MEIRSMAN (C.R.I.O.C.)
Monsieur VANDERCAMMEN (C.R.I.O.C.)