

Modification du ...

L'Assemblée fédérale de la Confédération suisse,

vu le rapport de la commission de l'économie et des redevances du Conseil national du [date décision de la commission]¹,

vu l'avis du Conseil fédéral du [date]²,

arrête:

I

La loi fédérale du 23 mai 2001 sur le crédit à la consommation est modifiée comme suit:

Section 2 : Champ d'application

Minorité 1 (Meier-Schatz, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Maire Jacques-André, Pardini, Ritter, Schelbert)

Art. 7, al. 1, let. f

¹ *La présente loi ne s'applique pas :*

- f. aux contrats de crédit en vertu desquels le consommateur est tenu de rembourser le crédit dans un délai ne dépassant pas trois mois. ;*

Minorité 2 (Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Marra, Pardini, Schelbert)

Art. 7, al. 1, let. f

Abroger la lettre f

Art. 8 Limitations

¹ Les contrats de leasing au sens de l'art. 1, al. 2, let. a, ne sont soumis qu'aux art. 11, 13 à 16, 17, al. 3, 18, al. 2 et 3, 19 à 26, 29, 31 à 40.

² Les comptes liés à une carte de crédit ou à une carte de client avec une option de crédit ainsi que les crédits consentis sous la forme d'une avance sur compte courant ne sont soumis qu'aux art. 12 à 16, 17, al. 1 et 2, 18, al. 1 et 3, 19 à 25, al. 1 bis, 27, 30 à 40.

Section 5 : Capacité de contracter un crédit

Art. 25, al. 1 bis (nouvelle)

^{1bis} Il doit annoncer au centre de renseignements les consommateurs qui fournissent intentionnellement de fausses informations lors de l'examen de la capacité de contracter un crédit selon les art. 28, 29 ou 30.

Art. 31 Etendue des renseignements relatifs au consommateur

¹ Le prêteur peut s'en tenir aux informations fournies par le consommateur sur ses sources de revenus et ses obligations financières (art. 28, al. 2 et 3) ou sur sa situation économique (art. 29, al. 2 et art. 30, al. 1). Il peut cependant exiger du consommateur qu'il lui fournisse un extrait du registre des poursuites et une attestation de salaire ou, s'il n'exerce pas d'activité dépendante, d'autres documents attestant de ses revenus.

Minorité (Marra, Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Pardini, Schelbert)

¹ ... (art. 29, al. 2 et art. 30, al. 1). Il doit cependant ... (voir aussi al. 3)

¹ FF 2002 ...

² FF 2002 ...

² Font exception les informations manifestement fausses ou qui ne correspondent pas aux données fournies par le centre de renseignements, ainsi que celles qui sont fournies par un consommateur ayant fait l'objet d'une annonce selon l'art. 25, al. 1^{bis}.

³ Si le prêteur doute de l'exactitude des informations fournies par le consommateur, il en vérifie la véracité au moyen de documents officiels ou privés. Il ne se contentera pas pour ce faire des documents prévus à l'al. 1.

Minorité (Marra, Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Pardini, Schelbert)

³ (...), il en vérifie la véracité au moyen de documents officiels ou privés pertinents, en plus de ceux prévus à l'al. 1. (voir aussi al. 1)

Art. 32 Sanctions

¹ Si le prêteur contrevient de manière grave aux art. 28, 29, 30 ou 31, il perd le montant du crédit qu'il a consenti, y compris les intérêts et les frais. Le consommateur peut réclamer le remboursement des montants qu'il a déjà versés, en application des règles sur l'enrichissement illégitime.

² Si le prêteur contrevient aux art. 25, 26 ou 27, al. 1, ou contrevient de manière peu grave aux art. 28, 29, 30 ou 31, il ne perd que les intérêts et les frais.

Section 8 : Publicité

Art. 36a (nouveau) Publicité agressive

¹ La publicité pour le crédit à la consommation ne doit pas être agressive.

Minorité (Maire Jacques-André, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Leutenegger Oberholzer, Marra, Meier-Schatz, Pardini)

¹ La publicité pour le crédit à la consommation ne doit pas être agressive. La publicité qui vise spécifiquement les jeunes et les jeunes adultes est interdite.

² Les prêteurs définissent la publicité agressive dans une convention de droit privé.

Minorité (Maire Jacques-André, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Leutenegger Oberholzer, Marra, Meier-Schatz, Pardini)

² Les prêteurs définissent la publicité agressive de manière suffisante dans une convention de droit privé.

³ Si aucune convention n'a défini la publicité agressive dans un délai raisonnable le Conseil fédéral édicte une ordonnance à cet effet.

Art. 36b (nouveau)

Sur la proposition de la branche et après avoir entendu les personnes concernées, le Conseil fédéral peut donner force obligatoire générale aux sanctions prévues par la convention.

Section 10 : Compétences

Art. 40, al. 1, let. a

¹ L'autorisation est octroyée si le demandeur :

- a. présente toutes garanties d'une activité irréprochable et que sa situation économique est saine ;

II

¹ La présente loi est sujette au référendum.

² Le Conseil fédéral fixe la date de l'entrée en vigueur.