Code de conduite Febelfin/ABB

adressé aux banques au sujet de l'information et des messages publicitaires concernant le dépôt d'épargne

Contenu

Introduction 2

Dispositions relatives aux informations à dispenser, notamment en ce qui concerne les primes 4

- A. Document d'information spécial distinct 4
- B. Modalités principales à ajouter à la liste des tarifs 5
- C. Communication à temps des changements dans les modalités de fonctionnement 5
- D. Autres comptes de dépôt sans terme 6

Dispositions relatives aux messages publicitaires concernant le produit "dépôt d'épargne" 7

- A. Prise en compte du cadre de référence légal 7
- B. Modulation des exigences selon les canaux et supports de publicité 7
- C. Eléments d'information minimale pour les publicités "furtives" incluant des taux d'intérêts 9
- D. Eléments d'information minimale pour les publicités "substantielles" incluant des taux d'intérêts . 10
- E. Autres comptes de dépôt sans terme 10

Autres dispositions et entrée en vigueur 11

- A. Respect du code de conduite 11
- B. Application par les banques du "Code de conduite relatif à la publicité et à l'information sur les assurances-vie individuelles" 11
- C. Entrée en vigueur 11
- D. Application du code de conduite par les banques qui ne sont pas membres de Febelfin/ABB 11
- E. Respect du code de conduite par les intermédiaires bancaires 11
- F. Evaluation du code de conduite 12

Annexe 1 : Liste des tarifs 13

- A. La liste des tarifs telle que prévue en annexe à l'Arrêté royal du 23 mars 1995 13
- B. Rubriques à ajouter concernant les primes, d'après le code de conduite de Febelfin/ABB 14

Annexe 2 : Code de conduite relatif à la publicité et à l'information sur les assurances-vie individuelles ... 15

Febelfin

Introduction

Les règles formulées dans le présent **code de conduite concernent les "dépôts d'épargne réglementés"**, c'est-à-dire les dépôts d'épargne dont une première tranche de revenus est exonérée de l'impôt des personnes physiques, aux termes de l'article 21, 5°, du Code des impôts sur les revenus 1992 (CIR 92)[1], et qui satisfont donc aux modalités définies par l'article 2 de l'Arrêté royal d'exécution du CIR 92 (l'AR/CIR 92). Lorsque les termes "dépôt d'épargne" ou "compte-épargne" sont utilisés ci-après, c'est toujours cet instrument d'épargne réglementé et fiscalement exonéré qui est visé, sauf mention contraire explicite.

Les banques peuvent aussi proposer des **comptes de dépôts sans terme fixe ou délai de préavis qui ne répondent pas à toutes les dispositions fixées par l'AR/CIR 92**. Pour ce type d'instrument, il n'est pas possible de faire référence au niveau sectoriel à un ensemble de règles fixes (les modalités appliquées peuvent en effet diverger sensiblement). Cependant, le présent code prévoit que si une banque commercialise ce type de comptes de dépôt[2], **il doit ressortir clairement des éventuelles informations et de la publicité dont ils font l'objet que les intérêts de ces comptes sont assujettis au précompte mobilier**.

L'Association invite instamment ses membres à **se conformer scrupuleusement aux dispositions prévues dans le présent code**. Elle informe également les banques non membres de l'existence et de la teneur de ce code, pour qu'elles aussi appliquent ces principes sectoriels. Elle veillera en outre à rendre le texte de ce code public en le publiant sur le site internet de Febelfin/ABB.

Le document se compose de deux volets. Le premier volet formule une série de directives destinées à garantir que les épargnants aient effectivement et aisément accès à des informations suffisantes et correctes concernant le dépôt d'épargne proposé par une banque, en particulier en ce qui concerne l'acquisition, le calcul et l'octroi des primes de fidélité et des primes d'accroissement. Le second volet rassemble les règles de conduite auxquelles les banques doivent se conformer lorsqu'elles diffusent des messages publicitaires concernant les dépôts d'épargne, a fortiori s'il y est fait mention de taux d'intérêt.

Le code de conduite **complète** les **règles du droit commun, qui restent évidemment intégralement d'application**. Dans ce cadre, il peut être fait référence en particulier à la Loi sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur (y compris les arrêtés d'exécution y afférents), ainsi qu'à l'AR/CIR 92 susmentionné.

---

1. La tranche d'intérêts concernée fait partie des revenus énumérés dans l'article 21 du CIR 92 comme revenus non imposables au titre de revenus des capitaux et biens mobiliers.

2. Les comptes de dépôts visés en l'espèce n'englobent évidemment pas les comptes à vue ou comptes courants (lesquels doivent être considérés, surtout dans le chef des clients particuliers, comme un instrument pour recevoir et exécuter des paiements).

L'une des **caractéristiques** du segment de marché des dépôts d'épargne est **la concurrence**. Cela signifie qu'il existe tout un éventail d'offres et que les banques s'efforcent d'attirer les épargnants (potentiels) en jouant sur les **conditions proposées**. Compte tenu de cette diversité de l'offre, la meilleure façon d'opérer **les choix de placement** les plus **appropriés et fondés** passe pour **l'épargnant par la volonté de consulter effectivement les informations mises à sa disposition**. En tout état de cause, les choix de placements sont très personnels puisque les besoins et les possibilités de placements varient considérablement d'un investisseur à l'autre. Les règles de conduite définies ci-après ont un double objectif : d'une part contribuer à ce que les épargnants soient en mesure de baser leurs choix individuels sur des informations correctes et complètes, et d'autre part veiller à ce que la publicité donne une première indication, correcte et pertinente, concernant le dépôt d'épargne proposé.

Dispositions relatives aux informations à dispenser, notamment en ce qui concerne les primes

A. Lors de l'**ouverture d'un dépôt d'épargne**, la banque fournit à l'épargnant un document précisant **toutes les modalités de fonctionnement permanentes du produit**. Il s'agit d'un **document d'information spécial distinct** intégralement consacré au dépôt d'épargne tel que la banque le propose.

Ce document doit préciser **selon quelles modalités les primes de fidélité et d'accroissement fonctionnent et sont calculées**. En ce qui concerne ces primes, **les modalités principales** suivantes doivent toujours être mentionnées :

- Les périodes de détention minimales pour l'acquisition des primes.
- Les périodes sur lesquelles est calculé l'intérêt sur les primes[3].
- Le caractère garanti ou non des taux des primes[4].
- Le système de valeurs.
- La date à laquelle les intérêts des primes acquis sont comptabilisés sur le dépôt d'épargne.

Il est également précisé, pour le calcul des intérêts sur les primes, **selon quelles modalités s'effectue la compensation des retraits avec les versements antérieurs**[5]. Le document précise en outre **quand et comment les intérêts acquis sont payés en cas de clôture du dépôt d'épargne** dans le courant de l'année.

Ce même document d'information explique la **procédure** prévue par la banque **au cas où un client estimerait que l'application des modalités de fonctionnement du dépôt d'épargne pose un problème, y compris en ce qui concerne le calcul des intérêts**. La banque doit notamment préciser à quel niveau de sa structure organisationnelle le client peut s'adresser pour régler ses éventuels problèmes et exposer ses plaintes et de quel délai raisonnable il dispose pour signaler à la banque ses éventuelles objections, notamment en ce qui concerne le résultat du calcul des intérêts.
La banque informera le plus rapidement possible (par courrier ou via extrait de compte) les clients qui **détiennent déjà un dépôt d'épargne** auprès d'elle au moment où elle met ce code de conduite à exécution que le **document d'information** en question **est disponible** sur simple demande auprès de leur agence bancaire.

---

3. La période sur laquelle est calculée la prime peut, dans le cas de la prime d'accroissement, être plus longue que la période de détention minimale pour l'acquisition de cette prime. Cette possibilité dépend évidemment des modalités de fonctionnement telles que fixées par la banque en question. Une information adéquate à ce sujet constitue donc un élément indispensable.

4. Moyennant évidemment le respect des dispositions réglementaires prévues par l'article 2 de l'AR/CIR 92, et en particulier les dispositions relatives au niveau maximum du taux de base et des taux des primes.

5. Un exemple de ce procédé est la "méthode LIFO" ('last in, first out'), selon laquelle les retraits sont compensés avec les versements les plus récents et où l'on remonte ainsi dans le temps.

A l'occasion de l'envoi du "**document justificatif" annuel** que la banque est tenue, conformément aux dispositions légales en vigueur, de transmettre à ses clients vers le mois de janvier/février[6], elle **rappelle par écrit à chaque client** (par courrier ou via extrait de compte) **l'existence du document d'information en question** et le fait que ce document est disponible pour consultation sur simple demande auprès de son agence.

Pour faciliter au maximum l'accès à ce document d'information, les banques **qui ont leur propre site internet** sont invitées à le mettre à la disposition des visiteurs de leur site pour consultation. Il appartient à chaque banque de veiller à ce que le document, qu'il soit matériellement disponible dans ses agences ou accessible par voie électronique sur son site internet, soit conforme à la pratique actuelle de la banque et que les versions électronique et papier soient identiques sur le plan du contenu.

Les banques qui proposent également le document sur leur site internet doivent veiller à ce qu'il puisse être consulté aisément via ce canal et à ce qu'il puisse être "localisé" facilement sur le site.

B. Les **taux des dépôts d'épargne** appliqués par la banque sont repris dans la **"liste des tarifs".** Cette liste est établie et tenue à disposition en permanence conformément à la réglementation en vigueur[7]. Le code de conduite invite les banques à **préciser systématiquement** dans le cadre de cette liste, outre **les pourcentages des taux** (pour le taux de base, la prime de fidélité et/ou la prime d'accroissement), **les principales modalités** appliquées pour le calcul des primes de fidélité et/ou d'accroissement (voir pt. I.A., alinéa 2, ci-avant). Afin de garantir une **uniformité de présentation suffisante,** le **document figurant en annexe 1**, précise **à quel endroit de** la liste des tarifs imposée par la loi **les banques doivent ajouter les modalités de base prévues**.

C. Si la banque décide à un moment donné d'apporter des **modifications aux modalités de fonctionnement** de son dépôt d'épargne, en particulier en ce qui concerne les primes de fidélité et/ou d'accroissement, elle **en informe chaque titulaire de dépôt d'épargne au moins un mois à l'avance**[8] (par courrier ou via extrait de compte). Dans ce cas, le titulaire du dépôt a le droit de demander la clôture du dépôt d'épargne sans que la banque ne lui facture de frais de clôture. Dans la communication en question, la banque précise en outre que le client peut demander la clôture du dépôt d'épargne (sans frais de clôture) à la suite de la modification des modalités de fonctionnement[9].

---

6. Il s'agit du "document justificatif" tel que prévu au Chapitre III, article 10, de l'arrêté royal du 23 mars 1995 "relatif à l'indication des tarifs des services financiers homogènes", modifié et complété ultérieurement par les Arrêtés royaux du 1er mars 1998 et du 10 octobre 2000.

7. La réglementation figure dans l'arrêté royal du 23 mars 1995 "relatif à l'indication des tarifs des services financiers homogènes", modifié et complété ultérieurement par les Arrêtés royaux du 1er mars 1998 et du 10 octobre 2000.

8. Ce délai changera peut-être encore en fonction de la décision finale qui sera prise dans le cadre du projet de Directive services de paiement dans le marché interne Cette Directive prévoirait elle aussi un délai minimum préalable à respecter par la banque avant de modifier les conditions contractuelles L'objectif est que le délai prévu dans le présent code de conduite coïncide avec le délai similaire prévu par la Directive en question, laquelle est encore en préparation Le texte du code de conduite sera, le cas échéant, adapté sur ce point lors de la transposition de la Directive en droit belge .

9. Le dépôt d'épargne est par définition un dépôt sans terme, caractérisé par la disponibilité immédiate des fonds déposés par le client En principe, le client a donc toujours le droit de faire clôturer son dépôt d'épargne.

En outre, la banque doit faire référence au document spécifique décrivant les modalités permanentes du dépôt d'épargne (voir pt. I.A. ci-avant), qui doit être adapté en tenant compte de ces modifications dès le moment où celles-ci sont entrées en vigueur. Les titulaires de dépôts peuvent ainsi prendre connaissance des règles de fonctionnement actualisées. La banque précise également dans sa communication que le client peut consulter ce document sur simple demande dans son agence.

La directive définie dans le paragraphe précédent ne **déroge pas aux dispositions faisant partie de** l'article 32, 2° de la **Loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur**. Les dispositions visées dans cet article concernent les situations où il est question de modifications de tarif pour des services financiers ou de modifications du taux d'intérêt applicable[10].

D. Pour rappel (voir p. 1, § 2 du code) : si une banque propose un **compte de dépôts sans terme fixe ou sans préavis** ne correspondant pas parfaitement aux règles de l'AR/CIR 92, elle doit mentionner dans les éventuels documents d'information relatifs à cet instrument que les revenus d'intérêt qu'il produit sont soumis au précompte mobilier.

---

10. L'article 32, 2°, de la Loi sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur précise que ne doivent pas être considérées comme "illicites" les deux clauses suivantes :

- *"les clauses selon lesquelles le vendeur de services financiers se réserve le droit de modifier le tarif de ces services, pourvu que soit mise à sa charge l'obligation d'en informer le consommateur avec un préavis raisonnable et que celui-ci soit libre de résilier immédiatement".*
- *"les clauses selon lesquelles le vendeur de services financiers se réserve le droit de modifier le taux d'intérêt dû par le consommateur ou dû à celui-ci, sans aucun préavis en cas de raison valable, pourvu que soit mise à la charge du vendeur l'obligation d'en informer le consommateur dans les meilleurs délais et que celui-ci soit libre de résilier immédiatement le contrat".*

Dispositions relatives aux messages publicitaires concernant le produit "dépôt d'épargne"

A. Dans la publicité relative au produit "dépôt d'épargne", il va de soi que les banques doivent **prendre en compte le cadre de référence légal applicable en la matière** et **observer scrupuleusement toutes les règles en vigueur dans ce domaine**

Bien que la notion de publicité suppose par définition que **tous les éléments d'information ne peuvent pas être communiqués**, la banque veille à ce que tout message publicitaire qu'elle diffuse sur le dépôt d'épargne qu'elle propose soit **correct et de bonne foi, et qu'il ne soit ni mensonger ni trompeur**. Ces obligations découlent directement de diverses dispositions légales[11]. Les règles en matière de publicité telles qu'elles figurent dans le présent code complètent ces obligations légales et ne dérogent en rien à ces dernières.

Les banques sont tenues, surtout lorsque la publicité sur le dépôt d'épargne mentionne des taux d'intérêt, de respecter certaines règles supplémentaires, indiquées plus loin dans le code. Le but est d'essayer ainsi de garantir que les messages visés constituent pour l'épargnant **une première indication provisoire peut-être mais néanmoins pertinente quant à l'offre qui lui est proposée.**
La publicité revêt **différentes formes et emprunte de multiples canaux ou "supports"**. Quel que soit le choix de la banque à cet égard, elle doit toujours veiller à ce que le **message soit clair et compréhensible, qu'il favorise une interprétation univoque et ne soit pas source de confusion**. Selon le cas, le contenu et le texte du message (de même que leurs différents éléments) doivent être bien visibles, aisément lisibles, rédigés dans un langage clair, être clairement exprimés, indiqués, présenté ou illustrés, etc. Cette disposition à caractère général doit être scrupuleusement suivie surtout pour les mentions portant sur des éléments et des caractéristiques essentiels de l'offre[12].

B. Compte tenu à nouveau de la diversité des canaux et des supports publicitaires, il convient de **moduler** les exigences auxquelles doivent répondre les messages publicitaires, en particulier en ce qui concerne les **éléments d'information qui doivent être présents au minimum**. Sans cela, certaines formes de publicité ne seraient de facto plus envisageables, ce que le secteur n'estime pas souhaitable. Exclure a priori certaines formes de publicité (par des exigences excessives quant aux éléments d'information à mentionner) entraverait la concurrence, ce qui ne peut pas être l'objectif.

Ceci explique la **distinction** établie ci-après entre d'une part les **canaux publicitaires qui ont un caractère "furtif"**, limitant sensiblement la possibilité d'enregistrer les éléments d'information et d'autre part les **canaux publicitaires** qui permettent à l'épargnant une première et sans doute provisoire **prise de contact** mais qui est néanmoins **plus "substantielle" et plus fournie sur le plan**

---

11. Il s'agit notamment des dispositions énoncées dans le Chapitre IV Publicité (art. 22 à 29bis) de la Loi sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur., ainsi que des dispositions prévues par l'AR/CIR 92 (en particulier l'art. 2, 5°).

12. Cette disposition importante s'applique en tout cas pour les éléments à mentionner qui sont énumérés aux points II.C. et II.D. ci-après. Ces éléments ne peuvent pas figurer en "petits caractères" dans le message.

du contenu. Les canaux publicitaires du type "furtif" sont utilisés pour des messages publicitaires dont la seule finalité est d'attirer l'attention sur l'offre en éveillant l'intérêt du public cible (auditeurs, spectateurs, passants, etc.). Dans le cas des canaux publicitaires du type "substantiel", le client potentiel a l'occasion de s'attarder autant qu'il le souhaite sur les éléments essentiels de l'offre.

Font partie des canaux publicitaires à caractère "furtif" :

- Les affiches (le long de la voie publique, lors d'événements publics, etc.) et les publicités de façade (y compris vitrophanie, etc.).
- Radio et télévision.
- Cinéma.
- Flyers.
- Banner sur site internet.
- Pop-up (navigation sur Internet).
- Ecran d'attente et message électronique lors des opérations de self-banking.
- Annexe aux extraits de compte.
- SMS et phone-banking.

Font partie des canaux publicitaires à caractère "substantiel" :

- Dépliants.
- Brochures.
- E-mailing et correspondance (entre autres mailing ordinaire et personal messages).
- Presse écrite (quotidiens, revues, etc.).
- Pages spécifiques sur le site internet de la banque.
- PC-banking.

Cette liste a un **caractère évolutif**. Elle sera adaptée le cas échéant, au cas où de nouveaux canaux seraient développés ou si des lacunes étaient constatées.
Il va de soi que la publicité constitue toujours un **message "racoleur" et d'une portée limitée**. C'est pourquoi l'interaction avec le premier volet de ce code de conduite (voir I. ci-avant), consacré à une dispense d'information plus large et plus complète, est importante. L'épargnant doit également être conscient de la **complémentarité de la publicité et de la dispense d'information**, de sorte qu'à partir d'un message publicitaire, il sait qu'il a, s'il le souhaite et en toute efficacité, accès à l'ensemble des informations sur le dépôt d'épargne proposé par une banque. La publicité doit contribuer à cette prise de conscience.

Les **dispositions sous II.C. et II.D. ci-après ne concernent que la publicité** mentionnant **des taux d'intérêt**. Dans le cadre d'une publicité de type "furtif", la banque a uniquement la possibilité "matérielle" de communiquer quelques éléments clé. Dans le cadre d'une publicité de type "substantiel", la liste des éléments d'information à indiquer est, en toute logique, plus étendue, de sorte que l'épargnant est mieux en mesure de percevoir les principales caractéristiques de l'offre.

C. Une publicité à caractère “furtif” mentionnant des taux d’intérêt doit en tout cas contenir intégralement dans son message les éléments d’information suivants :

- La dénomination commerciale de la banque.
- La mention suivante, indiquée clairement [13] : “Offre soumise à conditions”.
  Pour compléter cette mention essentielle et obligatoire, la banque peut faire référence à la manière dont il peut être pris connaissance des conditions en question, par exemple en précisant "Consultez votre banque". Lorsque c’est possible, des indications plus concrètes sont fournies, comme « Pour de plus amples informations, appelez le (numéro de téléphone) », ou « Visitez notre site (adresse du site internet) », ou encore « Prenez contact avec votre agence bancaire », etc. [14].
- Les composantes de la rémunération en question mentionnées séparément (taux de base, prime d’accroissement et/ou prime de fidélité), ainsi que les taux y afférents, pour lesquels il doit être explicitement mentionné qu’ils sont calculés sur une base annuelle[15].
- **S’IL** s’agit d’une action temporaire, la mention de la durée précise de l’action[16].
- **SI** la période de détention minimale pour l’acquisition de la prime d’accroissement diverge (ou peut diverger) de la période minimale réglementairement obligatoire de six mois, cela doit être précisé. En conséquence, soit la période de détention minimale effective est précisée, soit il est indiqué explicitement : "Consultez votre banque".
- **SI** la période de calcul de la prime d’accroissement diverge de la période de détention pour l’acquisition de la prime, la période de calcul effective doit être précisée.
- **SI** un montant d’épargne minimal est exigé pour pouvoir bénéficier de l’intérêt (taux de base et/ou primes) ou, si cette bonification ne vaut que jusqu’à un montant d’épargne plafonné, ce seuil et/ou ce plafond[17].
- **SI** des frais sont facturés pour l’ouverture, la clôture et/ou la gestion ordinaire du compte-épargne, le montant des frais en question.
- Spécifiquement pour les banners sur site internet et pour les pop-ups : dans tous les cas, un lien actif est prévu vers le document d’information séparé concernant le dépôt d’épargne que la banque doit mettre à disposition conformément au premier volet du code de conduite (voir plus haut, point I.A.).

---

13. C’est-à-dire être compréhensible, lisible, audible, etc. quelque soit le canal publicitaire emprunté.

14. Bien que recommandé, le respect de ce paragraphe est facultatif. La banque juge de l’opportunité et de la possibilité effective d’intégrer les mentions visées dans le message publicitaire.

15. Cette exigence découle directement des dispositions contenues dans l’AR/CIR 92, article 2, 5° : “Dans la publicité relative aux conditions de rémunération des dépôts d’épargne , les composantes de celle-ci ne peuvent être additionnées. De plus, elles doivent être mentionnées séparément et immédiatement suivies de la mention qu’elles sont calculées sur une base annuelle”.

16. A titre d’exemple : “Action d’épargne en janvier et février 20XX’, ou “action d’épargne du 15 novembre au 15 décembre 20XX”.

17. Cette disposition ne porte pas préjudice à l’article 2, 4°, a) de l’AR/CIR 92 : “la rémunération des dépôts d’épargne comporte obligatoirement mais exclusivement :

- *un intérêt de base;*
- *une prime de fidélité et/ou une prime d’accroissement ;.*

D. Les messages publicitaires "substantiels" mentionnant des taux d'intérêt doivent contenir au minimum les éléments d'information suivants :

- La dénomination commerciale de la banque.
- Les composantes de la rémunération en question mentionnées séparément (taux de base, prime d'accroissement et/ou prime de fidélité), ainsi que les taux y afférents, pour lesquels il doit être explicitement mentionnés qu'ils sont calculés sur une base annuelle [18].
- **SI** tel est le cas, la période durant laquelle les taux d'intérêt sont garantis (période de taux garanti).
- Périodes de détention minimales pour l'acquisition des primes (par type de prime).
- **SI** la période de calcul pour la prime d'accroissement diverge de la période de détention pour l'acquisition de la prime, la période de calcul effective.
- **S'IL** s'agit d'une action temporaire, la mention de la durée précise de l'action [19].
- **SI** un montant d'épargne minimal est exigé pour pouvoir bénéficier de l'intérêt (taux de base et/ou primes) ou, si cette bonification ne vaut que jusqu'à un montant d'épargne plafonné, ce seuil et/ou ce plafond[20].
- **SI** des frais sont facturés pour l'ouverture, la clôture et/ou la gestion ordinaire du compte-épargne, le montant des frais en question.
- La manière dont peuvent être obtenues les informations complètes concernant les modalités de fonctionnement du dépôt d'épargne proposé, en ce compris les modalités de calcul et d'octroi des intérêts, ainsi que les conditions à satisfaire pour pouvoir bénéficier des intérêts[21].

E. A titre de rappel (voir p. 1, § 2 de ce code) : si une banque propose un **compte de dépôts sans terme fixe ou sans préavis** ne correspondant pas parfaitement aux règles de l'AR/CIR 92, elle doit mentionner dans les éventuels messages publicitaires relatifs à cet instrument que les revenus d'intérêt sont soumis au précompte mobilier.

---

18. Cette exigence découle directement des dispositions contenues dans l'AR/CIR 92, article 2, 5° : "Dans la publicité relative aux conditions de rémunération des dépôts d'épargne , les composantes de celle-ci ne peuvent être additionnées. De plus, elles doivent être mentionnées séparément et immédiatement suivies de la mention qu'elles sont calculées sur une base annuelle".

19. A titre d'exemple : "Action d'épargne en janvier et février 20XX', ou "action d'épargne du 15 novembre au 15 décembre 20XX".

20. Cette disposition ne porte pas préjudice à l'article 2, 4°, a) de l'AR/CIR 92 : "la rémunération des dépôts d'épargne comporte obligatoirement mais exclusivement :

- *un intérêt de base;*
- *une prime de fidélité et/ou une prime d'accroissement ;".*

21. Dans la pratique, cette mention peut être "Consultez votre agence, pour obtenir le document d'information complet", ou "Visitez notre site pour consulter le document d'information complet", ou "appelez le numéro suivant … pour obtenir des informations plus complètes", etc. Il va de soi que les points de référence renseignés doivent effectivement fournir aux épargnants potentiels des informations complètes aisément disponibles et accessibles.

Autres dispositions et entrée en vigueur

A. Respect du code de conduite

Dans toutes les banques, c'est **le Compliance Officer et/ou l'Audit Interne qui est compétent** pour le respect des règles du présent code de conduite. Cette attribution de compétence confère de facto au code de conduite la nature de norme obligatoire.

B. Application par les banques du "code de conduite relatif à la publicité et à l'information sur les assurances-vie individuelles"

Lorsque les banques distribuent des produits d'assurances, elles doivent respecter intégralement les règles prévues dans le code de conduite similaire mis au point par Assuralia. Une copie de ce code de conduite figure en annexe 2, sous le titre "Code de conduite relatif à la publicité et à l'information sur les assurances-vie individuelles".

C. Entrée en vigueur

Les banques membres de Febelfin/ABB appliqueront les directives prévues par ce code de conduite **à partir du 1er janvier 2007**.

D. Application du code de conduite par les banques qui ne sont pas membres de Febelfin/ABB

FEBELFIN/ABB communiquera le texte du code de conduite aux banques qui ne sont pas membres de l'organisation professionnelle pour qu'elles appliquent elles aussi ces principes sectoriels.

E. Respect du code de conduite par les intermédiaires bancaires

L'article 14, §1, alinéa 2 de la Loi du 22 mars 2006 relative à l'intermédiation en services bancaires et en services d'investissement et à la distribution d'instruments financiers prévoit que l'agent en services bancaires et en services d'investissement doit respecter les règles de conduite applicables aux entreprises réglementées. En vertu de cette disposition, les banques sont responsables du respect, par leurs agents indépendants, des règles de ce code de conduite. Les banques doivent prendre les dispositions nécessaires pour assurer la conformité visée.
Dans l'hypothèse où un intermédiaire autre qu'un agent bancaire indépendant, par exemple un courtier bancaire, fait de la publicité pour des dépôts d'épargne à l'aide de matériel qui lui est fourni par la banque concernée, et qu'il utilise le matériel intégralement et sans le modifier, cette publicité relève de l'entière responsabilité de la banque. Cette dernière doit prendre les dispositions nécessaires pour que dans ce cas également les règles du code de conduite soient pleinement respectées.

F. Evaluation du code de conduite

Le respect du code de conduite sera évalué après un an d'application (soit au printemps 2008), en concertation et en collaboration avec les instances publiques compétentes.

Annexe 1 : Liste des tarifs

Eléments principaux concernant la prime d'accroissement et/ou de fidélité sur les dépôts d'épargne réglementés[22] à ajouter à la liste des tarifs telle que prévue par l'arrêté royal du 23 mars 1995 "relatif à l'indication des tarifs des services financiers homogènes"

A. La liste des tarifs telle que prévue en annexe à l'Arrêté royal du 23 mars 1995 "relatif à l'indication des tarifs des services financiers homogènes" prévoit les points suivants pour le produit "II. Dépôt d'épargne" :

1. Frais de gestion :
   - ouverture
   - fermeture
   - redevance annuelle
2. Taux créditeur:
   - taux de base
   - prime d'accroissement
   - prime de fidélité
   - autres primes (avec indication des primes qui ne sont pas cumulables)
3. Date de valeur[23] :
   - versement
   - retrait
4. Assurance

B. Rubriques à ajouter concernant les primes, d'après le code de conduite de Febelfin/ABB :

Modalités de base en matière de prime d'accroissement et/ou de fidélité[24] :

- *périodes de détention minimales pour l'acquisition des primes :*
  - *prime d'accroissement*
  - *prime de fidélité*
- *périodes sur lesquelles se calcule la prime :*
  - *prime d'accroissement*
  - *prime de fidélité*

---

22. Il s'agit exclusivement des dépôts d'épargne tels que visés à l'article 21, 5° van het Code des impôts sur les revenus 1992 (CIR 1992).

23. Précision de Febelfin/ABB, à la lumière du code de conduite pour les banques membres : cette rubrique doit mentionner les jours de valeur tant pour le taux de base que pour la prime de fidélité et/ou la prime d'accroissement.

24. La mention des jours de valeur applicables aux primes doit figurer sous la rubrique « 3. Date de valeur » telle que reprise dans la "Liste des tarifs" telle que prévue par l'arrêté royal du 23 mars 1995 "relatif à l'indication des tarifs des services financiers homogènes" (voir note 22 ci-avant).

- *éventuel taux garanti[25] :*
  - *prime d'accroissement*
  - *prime de fidélité*
- *moment du versement des primes acquises :*
  - *prime d'accroissement*
  - *prime de fidélité*

25. Bien entendu dans les limites des dispositions réglementaires contenues dans l'article 2 de l'AR/CIR 92, et en particulier des dispositions relatives au niveau maximal du taux de base et des taux des primes.

Annexe 2 : Code de conduite relatif à la publicité et à l'information sur les assurances-vie individuelles

Ce code de conduite a été établi conjointement par l'union professionnelle des entreprises d'assurances Assuralia et les fédérations de courtiers Feprabel, FVF et U.P.C.A.

Febelfin/ABB se contente de reprendre ici l'intégralité de leur texte (ouvrir le « link » ci-dessous).

http://www.febelfin.be/downloads/codeAssuraliaFR.pdf