**Circulaire de la Commission fédérale des banques:
Banquiers privés: appel au public pour obtenir des fonds en dépôt
(Banquiers privés: appel au public)
du 14 septembre 1972 (Abrogée le 1^{er} décembre 2006)**

La Loi sur les banques accorde des allègements à ceux des banquiers privés qui ne font pas appel au public pour obtenir des fonds en dépôt. Ainsi, il est précisé aux articles 5 alinéa 2 LB, 6 alinéa 6 LB et 3 alinéa 2 OB qu'il n'y a pas d'appel au public pour obtenir des fonds en dépôt si la publicité des banquiers privés se réfère uniquement à leurs activités de gérants de fortune ou de négociants en valeurs mobilières et non à la possibilité d'effectuer des dépôts chez eux. Il s'est révélé nécessaire - et ce besoin a aussi été reconnu par l'Association suisse des banquiers privés - de déterminer plus précisément quelle publicité est autorisée ou interdite aux banquiers privés. La Commission fédérale des banques a donc établi les principes suivants.

1. La publicité en faveur de la réputation des banques

La Loi se limite à interdire la publicité que constitue un appel au public pour obtenir des fonds en dépôt mais elle ne prohibe pas toute publicité dans le secteur bancaire. Parmi les domaines où la publicité peut ainsi s'exercer, il faut certainement citer la réclame en faveur du nom et de la réputation de la banque. Par conséquent, le banquier privé ou son association peuvent aussi participer, avec d'autres groupes de banques, à de la réclame qui a pour objet la réputation des banques en général.

2. L'offre de prestations de service

Le principal domaine d'activité des banquiers privés est constitué par les opérations en commission: la gestion de fortune avec les prestations de service qui s'y rapportent comme par exemple les ordres de bourse, les émissions, les conseils fiscaux et l'exécution des testaments. Il est clair que la loi veut accorder les allègements susmentionnés à ceux des banquiers qui se limitent à offrir des prestations de service (opérations en commission). Par conséquent, la réclame en faveur de telles prestations de service est autorisée. Le législateur ne s'est pas achoppé au fait que les capitaux gérés par le banquier allaient produire des revenus, donc des avoirs en espèces et que le client allait devenir ainsi créancier du banquier.

Si l'ouverture d'un compte est souvent la conséquence directe d'une gestion de fortune ou d'autres prestations de service, cela ne veut pas dire que le banquier privé puisse se recommander au public pour l'ouverture d'un compte en même temps qu'il offre des prestations de service. S'il le faisait, cela constituerait un appel au public pour recevoir des fonds en dépôt. En aucun cas, le banquier privé ne doit se recommander au public pour l'ouverture d'un compte, même si cette offre intervient en relation avec sa publicité en faveur de la gestion de fortune.

Alors que les opérations de bourse, la souscription de titres, l'encaissement de coupons et la location de safes ne supposent pas forcément l'ouverture d'un compte, les carnets de chèques, les swiss-chèques, les cartes de Bancomat ne peuvent être émis que si un client a déjà un avoir chez le banquier. Ces prestations de service supposent l'ouverture préalable d'un compte. Il en résulte que l'offre de telles prestations de service implique l'appel au public pour obtenir des fonds en dépôt et qu'il est donc interdit.

3. L'offre de crédits

La Loi sur les banques a pour but essentiel de protéger le créancier et non le débiteur de la banque. La publicité pour des opérations actives n'est pas touchée par la Loi sur les banques.

4. L'offre au public d'exécuter toutes les opérations bancaires

Le fait pour une banque d'annoncer qu'elle pratique toutes les opérations bancaires implique l'appel au public pour obtenir des dépôts de fonds. Les publications d'après lesquelles la banque pratique «presque toutes les opérations bancaires» ou simplement «des opérations bancaires» doivent être assimilées à la publication que la banque pratique toutes les opérations bancaires.

Dans sa publicité, le banquier privé doit mentionner d'une façon positive les opérations pour lesquelles il fait appel au public, à moins qu'il fasse de la réclame pour sa banque en général (publicité en faveur de la réputation de la banque).

5. L'appel au public

Selon les articles 2a lettre a et 3 OB, un appel est réputé public lorsqu'il s'adresse à des personnes qui ne font pas partie de la clientèle, que ce soit à l'intérieur ou à l'extérieur des locaux de l'établissement. Il en résulte qu'une affiche dans le hall des guichets, une offre verbale dans un bureau de la banque ou encore une offre écrite adressée à celui qui n'est pas (ou n'est pas encore) client doivent être considérées comme un appel au public au sens de la loi. La forme que revêt cette offre n'est pas déterminante.

9

Date d'entrée en vigueur: 14 septembre 1972

Chiffres marginaux 1, 7 et 9 selon modification du 1er février 1995; entrée en vigueur le 1er février 1995.