

Ordonnance sur l'indication des prix (OIP)¹

du 11 décembre 1978 (Etat le 17 février 2004)

Le Conseil fédéral suisse,

vu les art. 16, 17 et 20 de la loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale²,

vu l'art. 11 de la loi fédérale du 9 juin 1977 sur la métrologie^{3,4}

arrête:

Chapitre 1 But et champ d'application

Art. 1 But

Le but de la présente ordonnance est d'assurer une indication claire des prix, permettant de les comparer et d'éviter que l'acheteur ne soit induit en erreur.

Art. 2 Champ d'application

¹ L'ordonnance s'applique:

- a. Aux marchandises offertes au consommateur;
- b. Aux actes juridiques, conclus par les consommateurs, ayant des effets identiques ou semblables à ceux de l'achat, tels que ventes par acomptes, contrats de location-vente et de prêt-bail (leasing) et offres de reprise liées à un achat (actes juridiques semblables à l'achat);
- c. A l'offre des prestations de services énumérées à l'art. 10;
- d. A la publicité s'adressant aux consommateurs pour l'ensemble des marchandises et prestations de services.

² Est réputée consommateur toute personne qui achète une marchandise ou une prestation de service à des fins qui sont sans rapport avec son activité commerciale ou professionnelle.⁵

RO 1978 2081

¹ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

² RS 241

³ RS 941.20

⁴ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

⁵ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

Chapitre 2 Marchandises

Section 1 Indication du prix de détail

Art. 3 Obligation d'indiquer le prix de détail

¹ Le prix à payer effectivement pour les marchandises offertes au consommateur doit être indiqué en francs suisses (prix de détail).

² L'obligation d'indiquer ce prix s'applique aussi aux actes juridiques semblables à l'achat.

³ L'indication n'est pas obligatoire pour les marchandises vendues aux enchères ou selon tout autre mode de vente analogue.

Art. 4 Taxes publiques, avantages

¹ Les taxes publiques reportées sur le prix de détail doivent être incluses dans ce prix.

^{1bis} En cas de modification du taux de la taxe sur la valeur ajoutée, le nouveau prix doit être indiqué dans les trois mois qui suivent l'entrée en vigueur de cette modification. Durant ce délai, les consommateurs doivent être informés, par une mention bien visible, que le prix indiqué ne tient pas compte de la modification du taux de la taxe sur la valeur ajoutée.⁶

² Des avantages tels que rabais, timbres de rabais ou ristournes, qui ne peuvent être réalisés qu'après l'achat, seront désignés séparément et indiqués en chiffres.

Section 2 Indication du prix unitaire

Art. 5 Obligation d'indiquer le prix unitaire

¹ Il est obligatoire d'indiquer le prix unitaire pour les marchandises mesurables, offertes au consommateur.

² Lorsqu'il s'agit de marchandises préemballées, il y a lieu d'indiquer le prix de détail et le prix unitaire.

³ Il n'est pas obligatoire d'indiquer le prix unitaire:

- a. Lors de ventes facturées à la pièce ou d'après le nombre de pièces;
- b. Lors de ventes par 1, 2 ou 5 litres, kilogrammes, mètres, mètres carrés ou mètres cubes, ou par leurs multiples ou sous-multiples décimaux;
- c. Pour les récipients d'une capacité nominale de 25, 35, 37,5, 70, 75 et 150 cl;
- d. Pour les emballages de conditionnement d'un poids net ou après égouttage de 25, 125, 250 et 2500 g;

⁶ Introduit par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

- e. Pour les emballages combinés, les emballages composés et les emballages-cadeaux;
- f. Pour les conserves alimentaires se composant d'un mélange de produits solides, à condition que le poids des constituants soit déclaré;
- g.⁷ Pour les marchandises en emballages de conditionnement dont le prix de détail n'exécède pas 2 francs;
- h. Pour les marchandises en emballages de conditionnement dont le prix unitaire par kilogramme ou litre est supérieur à 150 francs lorsqu'il s'agit de denrées alimentaires et à 750 francs lorsqu'il s'agit d'autres marchandises;
- i. Dans les établissements publics.

Art. 6 Marchandises mesurables et prix unitaire

¹ Sont considérées comme marchandises mesurables, celles dont le prix de détail est fixé normalement selon le volume, le poids, la masse, la longueur ou la surface.

² Est réputé prix unitaire le prix calculé à partir du prix de détail, qu'il faut payer par litre, kilogramme, mètre, mètre carré, mètre cube ou par multiple ou sous-multiple décimal de ces unités.

³ Pour les conserves alimentaires dont le poids après égouttage est indiqué selon l'art. 18 de l'ordonnance du 15 juillet 1970 sur les déclarations⁸, le prix unitaire doit se rapporter au poids après égouttage.

Section 3 Mode d'indication

Art. 7 Affichage

¹ Les prix de détail et les prix unitaires doivent être indiqués par affichage sur la marchandise elle-même ou à proximité (inscription, impression, étiquette, panneau, etc.).

² Lorsque l'affichage sur la marchandise elle-même ne convient pas en raison du grand nombre de produits à prix identique ou pour des raisons d'ordre technique, les prix peuvent être indiqués sous une autre forme, à condition que les indications soient faciles à consulter et aisément lisibles (écriteaux sur le rayonnage, affichage de prix courants, présentation de catalogues, etc.).

³ Il est également loisible de recourir au mode d'indication prévu à l'al. 2 pour les antiquités, objets d'art, tapis d'orient, fourrures, montres, bijoux et autres objets en métal précieux, si leur prix est supérieur à 5000 francs.⁹

⁷ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

⁸ [RO 1970 936, 1972 1750 2792 2794, 1978 2074, 1986 1924, 1995 1491 art. 440 ch. 3. RO 1998 1614 art. 32]. Voir actuellement l'O du 8 juin 1998 (RS 941.281).

⁹ Introduit par le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

Art. 8 Indication visible et lisible

¹ Les prix de détail et les prix unitaires doivent être bien visibles et aisément lisibles. Ils seront indiqués en chiffres.

² Dans les vitrines, en particulier, les prix de détail et, pour les marchandises vendues en vrac, les prix unitaires doivent être aisément lisibles de l'extérieur.

Art. 9 Spécification

¹ L'indication doit mettre en évidence le produit et l'unité de vente auxquels le prix de détail se rapporte.

² Les quantités seront indiquées selon les prescriptions de la loi fédérale du 9 juin 1977 sur la métrologie.

³ Les prescriptions plus sévères s'appliquant à la spécification, que contiennent d'autres actes législatifs sont réservées.

Chapitre 3 Prestations de services**Art. 10** Obligation d'indiquer le prix

¹ Le prix à payer effectivement pour les prestations de services offertes dans les domaines énumérés ci-après, sera indiqué en francs suisses:

- a. Salons de coiffure;
- b. Travaux courants dans les garages;
- c. Restauration et hôtellerie;
- d. Instituts de beauté et pédicures;
- e.¹⁰ Centres de culture physique, piscines, patinoires et autres installations sportives;
- f. Taxis;
- g. Distractions et divertissements (théâtres, concerts, cinémas, dancings, etc.), musées, expositions, foires ainsi que manifestations sportives;
- h. Location de véhicules, d'appareils et d'installations;
- i. Blanchissage et nettoyage chimique (principaux procédés et articles);
- k. Parcage de voitures;
- l. Branche de la photographie (services standardisés tels que développements, copies, agrandissements);
- m.¹¹ offres de cours;

¹⁰ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

¹¹ Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

- n.¹² voyages à forfait;
- o.¹³ services afférents à la réservation d'un voyage et facturés séparément (réservation, intermédiaires);
- p.¹⁴ services de télécommunications au sens de la loi du 30 avril 1997 sur les télécommunications¹⁵, pour autant que, dans le domaine des télécommunications mobiles, on n'ait pas recours aux services d'autres prestataires de services de télécommunications à l'étranger (roaming);
- q.¹⁶ services à valeur ajoutée rattachés aux services de télécommunications, comme les services d'information, de conseil, de commercialisation, de répartition des frais de communication, pour autant que, dans le domaine des télécommunications mobiles, on n'ait pas recours aux services d'autres prestataires de services de télécommunications à l'étranger (roaming);
- r.¹⁷ ouverture, tenue et clôture de comptes, trafic national et international des paiements, moyens de paiement (cartes de crédit), achat et vente de monnaies étrangères (change);
- s.¹⁸ droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers;
- t.¹⁹ prestations de services des médecins-dentistes.

² Les taxes publiques mises à la charge du client doivent être incluses dans le prix.

³ En cas de modification du taux de la taxe sur la valeur ajoutée, le nouveau prix doit être indiqué dans les trois mois qui suivent l'entrée en vigueur de cette modification. Durant ce délai, les consommateurs doivent être informés, par une mention bien visible, que le prix indiqué ne tient pas compte de la modification du taux de la taxe sur la valeur ajoutée.²⁰

¹² Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

¹³ Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

¹⁴ Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

¹⁵ RS **784.10**

¹⁶ Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

¹⁷ Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

¹⁸ Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

¹⁹ Introduite par le ch. I de l'O du 21 janv. 2004, en vigueur depuis le 1^{er} juin 2004 (RO **2004** 827).

²⁰ Introduit par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

Art. 11 Mode d'indication

¹ Les prix affichés, listes de prix, catalogues, etc. doivent être faciles à consulter et aisément lisibles.

1bis ...21

² L'indication doit mettre en évidence le genre et l'unité des prestations de services ou les tarifs auxquels les prix se rapportent.

³ Dans l'hôtellerie et la restauration, l'indication du prix des spiritueux, liqueurs, apéritifs, vins, bières, eaux minérales, boissons douces, cidres, jus de fruits et de légumes, ainsi que du lait froid et des boissons froides à base de lait, doit mettre en évidence la quantité à laquelle ce prix se rapporte.

⁴ Dans les établissements qui hébergent des personnes, le prix de la nuitée avec ou sans petit déjeuner, de la demi-pension ou de la pension complète sera communiqué au client à son arrivée, oralement ou par écrit, et affiché dans les chambres.

Art. 11a²² Mode d'indication des prix des services à valeur ajoutée payants

¹ Pour un service à valeur ajoutée (art. 10, al. 1, let. q) dont la taxe de base ou le prix par minute dépasse deux francs, aucune prestation ne peut être facturée au client sans qu'il ait été préalablement informé clairement et gratuitement de son prix, au moins dans la langue de l'offre. Les taxes fixes en cours de communication et les frais de mise en attente sur les numéros 090x ou les numéros courts doivent être indiqués quel que soit leur montant.

² Pour la durée de l'annonce tarifaire, les frais qui peuvent être facturés au client sont:

- a. les taxes de communication pour l'appel d'un numéro d'abonné ordinaire;
- b. les taxes éventuelles de radiocommunication s'appliquant à la téléphonie mobile.

³ La taxe de base, les taxes fixes en cours de communication et le tarif par minute ne peuvent être appliqués qu'à l'échéance d'un délai de cinq secondes après la fin de l'annonce tarifaire.

⁴ Lorsque les taxes fixes dépassent dix francs ou que le prix par minute est supérieur à cinq francs, le service à valeur ajoutée ne peut être facturé au client que si celui-ci a confirmé par un signal spécial qu'il acceptait l'offre.

⁵ Pour les services à valeur ajoutée proposés par l'internet ou par communication de données, aucune prestation ne peut être facturée au client sans qu'il ~~en~~ ait été préalablement informé de son prix en caractères bien visibles et aisément lisibles. Les taxes cumulées doivent être également indiquées en caractères bien visibles et aisément lisibles. L'al. 4 s'applique par analogie.

²¹ Introduit par le ch. I de l'O du 28 avril 1999 (RO **1999** 1637). Abrogé par le ch. I de l'O du 21 janv. 2004, avec effet au 1^{er} juin 2004 (RO **2004** 827).

²² Introduit par le ch. I de l'O du 21 janv. 2004, en vigueur depuis le 1^{er} juin 2004 (RO **2004** 827).

Art. 11^b23 Mode d'indication des prix des services à valeur ajoutée par unité d'information

Lorsqu'un consommateur recourt à un service à valeur ajoutée qui exige son acceptation préalable et qui peut impliquer la transmission de plusieurs unités d'informations (*push services*), telles que textes, images ou séquences audio ou vidéo, il doit être informé gratuitement et clairement, avant l'activation du service:

- a. de la taxe de base qui sera éventuellement perçue;
- b. du prix à payer par unité d'information;
- c. de la manière de procéder pour désactiver le service.

Art. 12 Pourboires

¹ Le pourboire doit être inclus dans le prix ou désigné clairement et indiqué en chiffres.

² Sont autorisées les mentions «pourboire compris» ou les formulations similaires. En revanche, les mentions «pourboire non compris» ou les formulations similaires sans indication de chiffres, sont interdites.

³ Il est interdit de demander des pourboires en sus du prix indiqué ou du pourboire exprimé en chiffres.

Chapitre 4 Publicité

Art. 13 Indication des prix dans la publicité

¹ Lorsque, dans la publicité, des prix sont mentionnés ou des échelons de prix ou des limites de prix sont donnés en chiffres, il y a lieu d'indiquer les prix à payer effectivement.

^{1bis} Lorsqu'une publicité mentionne le numéro de téléphone d'un service à valeur ajoutée payant ou d'autres séquences de signes ou de lettres s'y rapportant (art. 10, al. 1, let. q), elle doit également indiquer au consommateur la taxe de base et le prix à payer par minute. Si un autre mode de tarification est appliqué, il doit être annoncé clairement. L'information sur les prix, au sens du présent alinéa, doit être publiée en caractères d'imprimerie d'une taille au moins égale à ceux utilisés dans la publicité pour indiquer le numéro du service à valeur ajoutée.²⁴

² Les producteurs, les importateurs et les grossistes peuvent donner des prix indicatifs.²⁵

²³ Introduit par le ch. I de l'O du 21 janv. 2004, en vigueur depuis le 1^{er} juin 2004 (RO **2004** 827).

²⁴ Introduit par le ch. I de l'O du 28 avril 1999 (RO **1999** 1637). Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 21 janv. 2004, en vigueur depuis le 1^{er} juin 2004 (RO **2004** 827).

²⁵ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

Art. 14 Spécification

¹ Les indications des prix doivent mettre clairement en évidence la marchandise et l'unité de vente ou le genre et l'unité des prestations de services et les tarifs auxquels le prix se rapporte.

² Les marchandises doivent être désignées selon la marque, le type, la qualité et les caractéristiques.²⁶

³ L'indication des prix doit correspondre à l'illustration ou au texte se rapportant à la marchandise désignée.

⁴ Les prescriptions plus sévères s'appliquant à la spécification, que contiennent d'autres actes législatifs sont réservées.

Art. 15²⁷ Indication fallacieuse de prix

Les dispositions concernant l'indication fallacieuse de prix (art. 16 à 18) s'appliquent aussi à la publicité.

Chapitre 5 Indication fallacieuse de prix**Art. 16²⁸** Indication d'autres prix

¹ Le vendeur peut indiquer un prix comparatif en sus du prix à payer effectivement:

- a. s'il a effectivement offert la marchandise ou la prestation de service à ce prix précédemment (autocomparaison);
- b. s'il va effectivement offrir la marchandise ou la prestation de service à ce prix avec effet immédiat (prix de lancement);
- c. si d'autres vendeurs offrent effectivement à ce prix une part prépondérante des marchandises ou des prestations de services identiques dans le secteur du marché entrant en considération (comparaison avec la concurrence).

² Il doit ressortir de l'annonce de quel genre de comparaison de prix il s'agit (autocomparaison, prix de lancement ou comparaison avec la concurrence). Sur demande, le vendeur doit rendre vraisemblable que les conditions justifiant l'indication de prix comparatifs sont remplies.

³ Le prix comparatif selon l'al. 1, let. a et b, peut être indiqué pendant la moitié de la période durant laquelle il a été ou sera pratiqué, mais au maximum pendant deux mois.

²⁶ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

²⁷ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

²⁸ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

⁴ S'ils ont été pratiqués pendant un demi-jour, les prix de marchandises très périssables peuvent être donnés comme prix comparatifs pendant le jour suivant.

⁵ Il n'est licite de donner des prix de catalogue, des prix indicatifs, etc. à titre de prix comparatifs que si les conditions mentionnées à l'al. 1, let. c, sont remplies.

Art. 17 Mention de réductions de prix

¹ L'indication en chiffres de réductions de prix, de bonifications, d'avantages procurés par des campagnes de reprise ou d'échange ainsi que de cadeaux, etc., est assimilée à celle d'autres prix en sus du prix à payer effectivement.

² L'obligation d'indiquer les prix et de donner les spécifications prévues dans la présente ordonnance, s'applique à de telles mentions. Sont exceptées les indications concernant plusieurs produits de même nature, des produits différents, des groupes de produits ou des assortiments, à condition que le taux de réduction soit le même.

³ L'al. 2 s'applique par analogie aux prestations de services.²⁹

Art. 18³⁰ Producteurs, importateurs et grossistes

¹ Les présentes prescriptions sur l'indication fallacieuse de prix s'appliquent aussi aux producteurs, aux importateurs et aux grossistes.

² Les producteurs, les importateurs et les grossistes peuvent indiquer aux consommateurs des prix ou des prix indicatifs ou mettre à leur disposition des listes ou catalogues de prix à condition que les prix en question soient effectivement pratiqués dans le secteur du marché entrant en considération, et ce, pour une part prépondérante des marchandises ou des prestations de services.

Art. 19³¹

Chapitre 6 Vendeurs assujettis à l'obligation d'indiquer les prix

Art. 20

L'obligation d'indiquer les prix et de faire de la publicité conformément aux prescriptions de la présente ordonnance incombe aux exploitants de fonds de commerce de tout genre.

²⁹ Introduit par le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

³⁰ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

³¹ Abrogé par le ch. I de l'O du 23 août 1995 (RO 1995 4186).

Chapitre 7 Dispositions pénales

Art. 21³²

Les infractions à la présente ordonnance seront poursuivies conformément aux dispositions de la loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale et de la loi fédérale du 9 juin 1977 sur la métrologie.

Chapitre 8 Dispositions finales

Art. 22 Exécution

¹ Les offices cantonaux compétents veillent à l'application correcte de la présente ordonnance et dénoncent les infractions aux autorités compétentes.

² La procédure est régie par le droit cantonal.

Art. 23 Haute surveillance exercée par la Confédération

¹ La Confédération exerce la haute surveillance par l'intermédiaire du Département fédéral de l'économie³³.

² Le Département fédéral de l'économie peut établir des instructions à l'intention des cantons, leur adresser des circulaires, leur demander des informations et des documents et dénoncer les infractions aux autorités cantonales compétentes.

³ Le Département fédéral de l'économie peut mener avec les branches entrant en considération et avec les organisations intéressées des pourparlers relatifs à l'indication des prix.

Art. 24 Modification du droit en vigueur

1. L'ordonnance générale du 11 avril 1961³⁴ sur les marchandises à prix protégés est modifiée comme il suit:

Art. 4

...

³² Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

³³ Nouvelle dénomination selon l'ACF du 19 déc. 1997 (non publié). Il a été tenu compte de cette modification dans tout le présent texte.

³⁴ [RO 1961 275. RO 1999 295 art. 8 let. a.]

2. L'arrêté du Conseil fédéral du 24 juillet 1951³⁵ concernant le transfert sur l'impôt sur le chiffre d'affaires est modifié comme il suit:

Titre

...

Art. 1

...

Art. 25 Entrée en vigueur

La présente ordonnance entre en vigueur le 1^{er} janvier 1979.

Dispositions transitoires de la modification du 21 janvier 2004³⁶

Jusqu'à l'entrée en vigueur de l'art. 4, al. 1,³⁷ les contributions anticipées d'élimination qui ne sont pas incluses dans le prix de détail doivent, tant en magasin et en vitrine que dans la publicité, être indiquées séparément et de manière aisément lisible.

³⁵ [RO 1951 706]

³⁶ RO 2004 827

³⁷ Le 1^{er} juin 2005.

