

Ordonnance sur l'indication des prix (OIP)¹

du 11 décembre 1978 (Etat le 1^{er} avril 2012)

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. 12b de la loi du 30 avril 1997 sur les télécommunications³,

vu l'art. 11 de la loi fédérale du 9 juin 1977 sur la métrologie^{4,5},

vu le chap. IV du règlement (CE) n° 1008/2008⁶ dans sa version qui lie la Suisse conformément au ch. 1 de l'annexe à l'Accord du 21 juin 1999 entre la Confédération suisse et la Communauté européenne sur le transport aérien (accord sur le transport aérien)^{7,8},

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;

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 784.10

⁴ RS 941.20

⁵ Nouvelle teneur selon l'art. 107 de l'O du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication (RO 2007 945).

⁶ R (CE) n° 1008/2008 du Parlement européen et du Conseil du 24 sept. 2008 établissant des règles communes pour l'exploitation de services aériens dans la Communauté (refonte).

⁷ RS 0.748.127.192.68

⁸ 4^{ème} par. introduit par le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

- 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. à l'offre des prestations de services énumérées à l'art. 10;
- d. à 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.⁹

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, redevances de droits d'auteur, contributions anticipées à l'élimination, avantages¹⁰

¹ Les taxes publiques, les redevances de droits d'auteur, les contributions anticipées à l'élimination et les suppléments non optionnels de tous genres, reportés sur le prix de détail, doivent être inclus dans ce prix.¹¹

^{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.¹²

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.

⁹ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

¹⁰ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

¹¹ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

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

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;
- 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.¹³ pour les marchandises en emballages de conditionnement dont le prix de détail n'excède 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 par litre, kilogramme, mètre, mètre carré, mètre cube ou par multiple ou sous-multiple décimal de ces unités sur lequel se fonde le prix de détail.¹⁴

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 déclarations¹⁵, le prix unitaire doit se rapporter au poids après égouttage.

¹³ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

¹⁴ RO 2008 4609

¹⁵ [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).

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.¹⁶

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;

¹⁶ Introduit par le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

- d.¹⁷ instituts de beauté et soins du corps;
 - e.¹⁸ 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.¹⁹ blanchisserie et nettoyage à sec (principaux procédés et articles standard);
 - k. parcage de voitures;
 - l. branche de la photographie (services standardisés tels que développements, copies, agrandissements);
 - m.²⁰ offres de cours;
 - n.²¹ voyages en avion et voyages à forfait;
 - o.²² services afférents à la réservation d'un voyage et facturés séparément (réservation, intermédiaires);
 - p.²³ services de télécommunication au sens de la loi du 30 avril 1997 sur les télécommunications;
 - q.²⁴ prestations de services comme les services d'information, de conseil, de commercialisation et de répartition des frais de communication, qui sont fournies ou offertes par le biais de services de télécommunication, qu'elles soient facturées par un fournisseur de services de télécommunication ou non;
 - r.²⁵ 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.²⁶ droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers;
- 17 Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO **2011** 4959).
- 18 Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).
- 19 Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO **2011** 4959).
- 20 Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).
- 21 Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO **2011** 4959).
- 22 Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).
- 23 Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999 (RO **1999** 1637). Nouvelle teneur selon le ch. II de l'O du 4 nov. 2009, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2010 (RO **2009** 5821).
- 24 Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999 (RO **1999** 1637). Nouvelle teneur selon le ch. II de l'O du 4 nov. 2009, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2010 (RO **2009** 5821).
- 25 Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).
- 26 Introduite par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO **1999** 1637).

t.²⁷ prestations de services liées à la remise des médicaments et des dispositifs médicaux, ainsi que prestations de services des vétérinaires et des médecins-dentistes;

u.²⁸ pompes funèbres;

v.²⁹ prestations de notariat.

² Les taxes publiques, les redevances de droits d'auteur et les suppléments non optionnels de tous genres, mis à la charge du client, doivent être inclus dans le prix.³⁰

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.³¹

Art. 11 Mode d'indication

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

1bis ...³²

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 boissons telles que 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. L'indication de quantité n'est pas requise pour les mélanges de boissons prêtes à la consommation ainsi que les boissons préparées avec de l'eau ou additionnées de glace.³³

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 oralement ou par écrit.³⁴

²⁷ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

²⁸ Introduite par le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

²⁹ Introduite par le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

³⁰ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

³¹ Introduit par le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

³² 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).

³³ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

³⁴ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

Art. 11a³⁵ Mode d'indication des prix des services à valeur ajoutée payants

¹ Aucune prestation de service au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, dont la taxe de base ou le prix par minute dépasse deux francs, ne peut être facturée au consommateur 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; il doit aussi être fait mention que le prix indiqué pour les numéros 090x vaut pour les appels à partir du réseau fixe.³⁶

² Pour la durée de l'annonce tarifaire, les frais qui peuvent être facturés au consommateur sont:³⁷

- 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, la prestation de service ne peut être facturée au consommateur que si celui-ci a expressément confirmé qu'il acceptait l'offre.³⁸

⁵ Les prestations de services offertes par Internet ou par communication de données ne peuvent être facturées au consommateur que si celui-ci a été préalablement informé de leur prix en caractères bien visibles et aisément lisibles, et qu'il a expressément accepté l'offre.³⁹

³⁵ Introduit par le ch. I de l'O du 21 janv. 2004, en vigueur depuis le 1^{er} juin 2004 (RO **2004** 827).

³⁶ Nouvelle teneur selon le ch. II de l'O du 4 nov. 2009, en vigueur depuis le 1^{er} juillet 2010 (RO **2009** 5821).

³⁷ Nouvelle teneur selon l'art. 107 de l'O du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication (RO **2007** 945).

³⁸ Nouvelle teneur selon l'art. 107 de l'O du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication (RO **2007** 945).

³⁹ Nouvelle teneur selon l'art. 107 de l'O du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication (RO **2007** 945).

Art. 11b⁴⁰ Mode d'indication des prix des services à valeur ajoutée par unité d'information

¹ Lorsqu'un consommateur recourt à une prestation de service au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, qui requiert une inscription 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, à l'endroit où l'offre est proposée et sur l'installation terminale mobile, avant l'activation du service:⁴¹

- 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;
- d.⁴² du nombre maximum d'unités d'informations par minute.

² Les taxes ne peuvent être prélevées qu'après que le consommateur a eu connaissance des informations visées à l'al. 1 et qu'il a expressément confirmé sur son installation terminale mobile qu'il acceptait l'offre.⁴³

³ Suite à l'acceptation de l'offre au sens de l'al. 2, le consommateur doit être informé gratuitement, lors de chaque unité d'informations, de la manière de procéder pour désactiver le service. La possibilité de renoncer gratuitement à cette information peut être offerte au consommateur.⁴⁴

Art. 11c⁴⁵ Mode d'indication des prix des voyages en avion

¹ Quiconque propose, sous quelque forme que ce soit, y compris sur Internet, des tarifs aériens aux consommateurs pour des services aériens au départ d'un aéroport situé en Suisse ou dans l'Union européenne, doit mentionner les conditions tarifaires applicables.

² Le prix à payer effectivement doit être indiqué à tout moment. Il doit inclure le tarif aérien proprement dit ainsi que l'ensemble des taxes, des redevances, des suppléments et des droits inévitables et prévisibles à la date de la publication.

³ Outre le prix à payer effectivement, il est nécessaire de préciser au moins le tarif aérien proprement dit et les éléments suivants lorsqu'ils sont ajoutés à ce dernier:

- a. les taxes;

⁴⁰ Introduit par le ch. I de l'O du 21 janv. 2004, en vigueur depuis le 1^{er} juin 2004 (RO 2004 827).

⁴¹ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

⁴² Introduite par l'art. 107 de l'O du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication (RO 2007 945).

⁴³ Introduit par l'art. 107 de l'O du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication (RO 2007 945). Nouvelle teneur selon le ch. II de l'O du 4 nov. 2009, en vigueur depuis le 1^{er} janv. 2010 (RO 2009 5821).

⁴⁴ Introduit par le ch. II de l'O du 4 nov. 2009 (RO 2009 5821). Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

⁴⁵ Introduit par le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

- b. les redevances aéroportuaires; et
- c. les autres redevances, suppléments ou droits, tels que ceux liés à la sûreté ou au carburant.

⁴ Les suppléments de prix optionnels doivent être communiqués de façon claire, transparente et non équivoque au début de toute procédure de réservation; leur acceptation par le consommateur doit résulter d'une démarche explicite (opt-in).

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 en général⁴⁶

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.

lbis ...⁴⁷

² Les producteurs, les importateurs et les grossistes peuvent donner des prix indicatifs.⁴⁸

Art. 13a⁴⁹ Indication des prix dans la publicité pour les services à valeur ajoutée dans le secteur des télécommunications

¹ Lorsqu'une publicité mentionne le numéro de téléphone d'une prestation de service payante au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, ou d'autres séquences de signes ou de lettres s'y rapportant, elle doit également indiquer au consommateur la taxe de base et le prix à payer par minute.

² Si un autre mode de tarification est appliqué, il doit être annoncé clairement.

⁴⁶ Nouvelle teneur selon le ch. II de l'O du 4 nov. 2009, en vigueur depuis le 1^{er} juillet 2010 (RO 2009 5821).

⁴⁷ Introduit par le ch. I de l'O du 28 avril 1999 (RO 1999 1637). Abrogé par le ch. II de l'O du 4 nov. 2009, avec effet au 1^{er} juillet 2010 (RO 2009 5821).

⁴⁸ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

⁴⁹ Introduit par le ch. II de l'O du 4 nov. 2009, en vigueur depuis le 1^{er} juillet 2010 (RO 2009 5821).

³ La publicité pour un numéro 090x doit indiquer clairement que le prix vaut pour les appels à partir du réseau fixe.

⁴ L'information sur les prix, au sens du présent article, 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.

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 et les prestations de services doivent être désignées de façon aisément lisible selon leurs critères essentiels tels que la marque, le type, la sorte, la qualité et les caractéristiques.⁵⁰

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. 15⁵¹ 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. 16⁵² 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).

⁵⁰ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

⁵¹ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

⁵² Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

² En cas de prix de lancement ou de comparaison avec la concurrence, il doit ressortir de l'annonce de quel genre de comparaison de prix il s'agit. Sur demande, le vendeur doit rendre vraisemblable que les conditions justifiant l'indication de prix comparatifs selon l'al. 1 sont remplies.⁵³

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.

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 ou le montant de la réduction soit le même.⁵⁴

³ L'al. 2 s'applique par analogie aux prestations de services.⁵⁵

Art. 18⁵⁶ 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. S'il s'agit de prix recommandés non contraignants, cela doit être clairement indiqué. Est réservée la législation fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence.⁵⁷

⁵³ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

⁵⁴ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

⁵⁵ Introduit par le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

⁵⁶ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 28 avril 1999, en vigueur depuis le 1^{er} nov. 1999 (RO 1999 1637).

⁵⁷ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

Art. 19⁵⁸**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.

Chapitre 7 Dispositions pénales**Art. 21**⁵⁹

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. 23⁶⁰ Haute surveillance exercée par la Confédération

¹ La Confédération exerce la haute surveillance par l'intermédiaire du Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO), au sein du Département fédéral de l'économie.

² Le SECO 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 SECO 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

...⁶¹

⁵⁸ Abrogé par le ch. I de l'O du 23 août 1995 (RO 1995 4186).

⁵⁹ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 14 déc. 1987, en vigueur depuis le 1^{er} mars 1988 (RO 1988 241).

⁶⁰ Nouvelle teneur selon le ch. I de l'O du 12 oct. 2011, en vigueur depuis le 1^{er} avril 2012 (RO 2011 4959).

⁶¹ Les mod. peuvent être consultées au RO 1978 2081.

Art. 25 Entrée en vigueur

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

Dispositions transitoires de la modification du 21 janvier 2004⁶²

Jusqu'à l'entrée en vigueur de l'art. 4, al. 1,⁶³ 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.

⁶² RO 2004 827

⁶³ Le 1^{er} juin 2005.

