



Rapport explicatif concernant la modification de l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP)

Procédure de consultation

10 mai 2010

Table des matières

1	Contexte	3
2	Commentaire des articles	3
	Préambule	3
	Art. 4, al. 1, et 10, al. 2 Redevances de droits d'auteur.....	4
	Art. 11, al. 4 Indication des prix dans l'hôtellerie	6
	Art. 11 <i>b</i> , al. 1 Push-services	6
	Art. 11 <i>c</i> Mode d'indication des prix des voyages en avion.....	6
	Art. 13, al. 2 et 18, al. 2 Problème du prix indicatif	7
	Art. 14, al. 3 ^{bis} Lisibilité et visibilité	7
	Art. 16 et 17 Comparaisons et réductions de prix	8
	Art. 23, al. 2 Renforcement de l'exécution	8
3	Conséquences de l'assujettissement à l'OIP	8
4	Rapport avec le droit européen	9
5	Conséquences	10

1 Contexte

La loi exige que les consommateurs soient informés du prix à payer effectivement pour tous les biens qui leur sont proposés (art. 16, al. 1, de la loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale, LCD, RS 241). En revanche, les prestations de services soumises à l'obligation d'indiquer les prix sont définies par le Conseil fédéral. Elles figurent à l'art. 10 de l'ordonnance du 11 décembre 1978 sur l'indication des prix (OIP, RS 942.211).

Le 12 décembre 2008, après avoir pris connaissance du résultat de la procédure de consultation concernant la modification de la LCD, le Conseil fédéral avait décidé de ne pas introduire un assujettissement général des prestations de services à l'obligation d'indiquer les prix comme le prévoyait le projet mis en consultation en juin 2008. Il avait proposé en lieu et place de s'en tenir au système en vigueur, tout en examinant la possibilité d'étendre la liste des prestations de services soumises à l'obligation d'indiquer les prix. Le Conseil fédéral approuvait, le 2 septembre 2009, le message concernant la modification de la LCD destiné au Parlement (FF 2009 5539).

Les réclamations émanant du public mais aussi les propres constatations du Département fédéral de l'économie (DFE) montrent que différentes prestations de services souffrent d'un manque de transparence qu'il convient de pallier en les assujettissant à l'obligation d'indiquer les prix. Il s'agit des prestations liées à la remise des médicaments et des dispositifs médicaux, des prestations des notaires et des vétérinaires, de celles des instituts de beauté et d'amaigrissement, des pompes funèbres, ainsi que des voyages en avion, pour lesquels il existe des règles spécifiques que l'accord sur le transport aérien conclu avec l'UE fait obligation à la Suisse de respecter.

En outre, plusieurs dispositions de l'OIP se sont avérées trop rigides dans la pratique. Il est possible de les assouplir sans accroître le risque d'induire en erreur le consommateur. Les dispositions sur l'indication des prix indicatifs ne sont plus adaptées à la législation actuelle régissant les cartels et doivent être modifiées.

La modification de l'OIP proposée vise à supprimer les lacunes qui subsistent. Il est prévu de la mettre en vigueur au premier semestre de 2011, en même temps que la LCD dans sa version révisée.

2 Commentaire des articles

Préambule

Le préambule fait désormais également état de l'Accord sur le transport aérien signé entre la Suisse et la Communauté européenne¹, ainsi que du règlement n° 1008/2008² s'y rapportant. C'est dans ce dernier que figurent les règles

¹ Accord du 21 juin 1999 entre la Confédération suisse et la Communauté européenne sur le transport aérien, RS 0.748.127.192.68

² Règlement (CE) n° 1008/2008 du Parlement européen et du Conseil du 24 septembre 2008 établissant des règles communes pour l'exploitation de services aériens dans la Communauté, JO L 293 du 31.10.2008. Ce règlement figure à l'annexe de l'Accord sur le transport aérien conclu entre la Suisse et l'UE suite à la décision du comité mixte des transports aériens n° 1/2010 du 7 avril 2010.

contraignantes relatives à l'indication des prix des voyages en avion. Le règlement nouvellement intégré à l'annexe de l'Accord est applicable en Suisse depuis le 29 avril 2010.

Art. 4, al. 1, et 10, al. 2 Redevances de droits d'auteur

Selon le droit en vigueur, les taxes publiques reportées sur le prix d'achat d'une marchandise ou d'une prestation de service doivent être incluses dans ce prix (art. 4, al. 1, et 10, al. 2, OIP). Cette règle concerne également les contributions anticipées à l'élimination qui sont perçues à l'achat d'appareils électriques et électroniques, de voitures, etc. Comme l'OIP consacre le principe de l'indication du prix à payer effectivement, les autres suppléments dont le paiement n'est pas optionnel pour le consommateur doivent être inclus dans le prix total. Dans un souci de clarification, les art. 4, al. 1, et 10, al. 2, sont complétés pour préciser que les suppléments non optionnels doivent être inclus dans le prix d'achat d'un produit.

La loi sur le droit d'auteur³ soumet les droits d'usage exclusifs à l'obligation de gestion collective⁴ dans certains domaines et les limite à un droit à rémunération⁵ dans d'autres. Il découle de l'une et de l'autre mesure que seules des sociétés de gestion agréées peuvent demander une indemnisation pour les œuvres utilisées, conformément à des tarifs contrôlés par l'Etat⁶. Ces redevances de droits d'auteur, fixées dans des tarifs, sont reportées sur le prix des marchandises ou des prestations de services que l'utilisateur propose aux consommateurs en tant que fabricant de vidéogrammes, organisateur de concerts ou exploitant de réseau câblé. Or, dans la pratique, il arrive que ces droits d'auteur ne soient pas inclus dans le prix total de l'offre et qu'ils soient facturés séparément. Comme il s'agit d'indemnisations approuvées par l'Etat, et non de taxes publiques proprement dites, il est nécessaire de faire figurer les redevances de droits d'auteur aux art. 4, al. 1, et 10, al. 2, ce qui permet de montrer clairement qu'elles doivent être incluses dans le prix de détail et dans le prix total de la prestation de service, comme c'est le cas pour les taxes publiques. S'agissant des redevances sur les supports vierges pour la copie d'œuvres à des fins privées⁷, les fournisseurs d'appareils enregistreurs sont parfaitement libres de préciser la composition du prix total (p. ex. appareil enregistreur xy : 300 francs, dont 2 fr. 25 de redevance de droits d'auteur).

Art. 10, al. 1, let. d, i, n, t, u et v Assujettissement d'autres prestations de services

Le projet (P-OIP) prévoit de compléter la liste des prestations de services soumises à l'obligation d'indiquer les prix en y rajoutant les prestations liées à la remise des médicaments et des dispositifs médicaux, les prestations des notaires, celles des vétérinaires et celles des pompes funèbres. Il propose d'y adjoindre aussi les voyages en avion.

³ Loi fédérale sur le droit d'auteur et les droits voisins (LDA, RS 231.1)

⁴ C'est notamment le cas de la diffusion d'émissions de radio ou de télévision par réseaux câblés (art. 22 LDA).

⁵ Il s'agit notamment de l'utilisation de l'œuvre à des fins privées (art. 19 et 20 LDA).

⁶ Les sociétés de gestion sont tenues d'établir des tarifs en vue du recouvrement des rémunérations, tarifs qu'elles doivent soumettre à la Commission arbitrale fédérale pour la gestion de droits d'auteur et de droits voisins, laquelle vérifie s'ils répondent au principe de l'équité (art. 46, al. 1, et 59, al. 1, LDA).

⁷ Art. 19, al. 3, LDA

La *let. d* mentionne désormais, outre les instituts de beauté, les soins du corps, ceux-ci remplaçant les pédicures. Cette modification permet d'indiquer clairement que tous les soins du corps, y compris les méthodes d'amincissement, les massages, le bien-être, la pédicurie, les soins des mains et des ongles, sont des prestations de services visées par l'OIP.

La *let. i* contient une simple adaptation rédactionnelle : l'expression « nettoyage chimique » est remplacée par « nettoyage à sec ».

La *let. n* introduit les voyages en avion, qui viennent compléter les voyages à forfait. Cet ajout découle de l'accord sur le transport aérien ainsi que du règlement (CE) n° 1008/2008⁸ s'y rapportant qui prévoit, à l'art. 23, l'obligation d'indiquer les prix des voyages en avion. La manière d'indiquer les prix de ces voyages en avion fait l'objet du nouvel art. 11 c commenté plus bas.

Les *let. t* et *u* instaurent désormais l'obligation d'indiquer les prix pour les prestations de services des domaines suivants :

- Les prestations liées à la remise de médicaments et de dispositifs médicaux par des centres d'aide auditive, des pharmacies, des drogueries ou par tout autre point de distribution. La caractéristique réside ici dans le fait que l'offre de marchandises (dispositifs médicaux, prothèses auditives, médicaments) est déjà soumise aujourd'hui à l'obligation d'indiquer les prix. Par contre, la prestation de service liée à la vente de marchandises n'apparaît pas expressément dans la liste des prestations soumises à l'obligation d'indiquer les prix énumérées à l'art. 10. Gagner en clarté en indiquant le prix des prestations fournies concourt à la sécurité du droit.
- S'agissant des notaires et des vétérinaires, il est question depuis longtemps de les soumettre à l'obligation d'indiquer les prix, comme c'est d'ailleurs le cas des médecins-dentistes depuis 2004. Les avocats sont soumis aux obligations d'information en matière de prix prévues par la loi sur les avocats⁹. Quant aux médecins, ils sont assujettis au système tarifaire TARMED. L'assujettissement des notaires et des vétérinaires concourt à harmoniser les obligations d'information en matière de prix à l'égard de catégories professionnelles comparables.

La *let. v* soumet désormais les pompes funèbres à l'obligation d'indiquer les prix. Non soumises jusqu'ici, les entreprises de pompes funèbres fournissent généralement une palette de prestations de services, qui se conjuguent avec la livraison de marchandises. Or ces offres souffrent d'un manque de transparence tarifaire.

Le mode d'indication des prix des prestations de services nouvellement soumises est régi, à l'exception des voyages en avion, par l'art. 11, al. 1 et 2, OIP. En conséquence, le prix à payer effectivement (TVA et autres taxes et suppléments compris) peut être indiqué dans les prix affichés, les listes de prix, les catalogues, etc. L'important, c'est que les informations sur les prix fournies au consommateur soient faciles à consulter et aisément lisibles. L'indication doit mettre en évidence le genre et l'unité des prestations de services ou les tarifs auxquels les prix se

⁸ Voir la note 2.

⁹ Art. 12, let. i, de la loi fédérale du 23 juin 2000 sur la libre circulation des avocats, RS 935.61

rappellent. Il peut s'avérer judicieux d'élaborer une brochure dans une branche donnée, qui précise les particularités propres au domaine d'activité et présente la manière d'indiquer les prix. Ces documents de nature informative sont généralement rédigés après consultation de l'association faîtière de la branche concernée, des organisations de consommateurs et des organes cantonaux d'exécution. Les brochures publiées à ce jour sont disponibles sur le site internet du SECO (<http://www.seco.admin.ch/themen/00645/00654/01453/index.html?lang=fr>).

Art. 11, al. 4 Indication des prix dans l'hôtellerie

La règle, à l'al. 4, prescrivant l'affichage du prix notamment dans les chambres des établissements qui hébergent des personnes à titre lucratif est supprimée. L'hôtellerie étant plus fortement orientée sur la souplesse des prix et sur le phénomène de l'offre et de la demande, le prix indiqué dans les chambres est le prix plafond, de sorte que le client n'obtient pas vraiment l'information qu'il souhaiterait. Celui-ci préfère généralement qu'on lui communique le prix à payer effectivement à la réservation ou à son arrivée.

Art. 11b, al. 1 Push-services

La phrase introductive de l'art. 11b, al. 1, a été remaniée dans le cadre de la dernière révision de l'ordonnance du 9 mars 2007 sur les services de télécommunication¹⁰. La nouveauté résidait dans le fait que les informations requises à l'al. 1 doivent aussi apparaître sur l'installation terminale mobile sur laquelle le consommateur reçoit le push-service et sur laquelle la prestation est facturée. La disposition a subi un léger ajustement rédactionnel destiné à préciser que ces informations doivent être fournies non seulement sur l'installation terminale mobile sur laquelle le consommateur reçoit le push-service et sur laquelle la prestation est facturée, mais aussi à l'endroit où l'offre est proposée (p. ex. sur internet).

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

Aujourd'hui, les voyages en avion relèvent de l'OIP uniquement lorsqu'ils font l'objet d'une publicité avec indication de prix (art. 13 ss. OIP). La feuille d'information du SECO du 1^{er} juin 2006 sur l'indication des prix et la publicité dans les offres de voyage¹¹ souligne le principe de l'indication du prix total. Le consommateur doit se voir communiquer le prix total du voyage, y compris les taxes publiques, les taxes portuaires et d'aéroport, les taxes de sûreté, les taxes d'entrée et de sortie, les surtaxes sur le carburant et les suppléments spéciaux à caractère non individuel ou non optionnel.

L'assujettissement des voyages en avion à l'obligation d'indiquer les prix (art. 10, al. 1, let. n, P-OIP) a pour effet de consacrer le principe de l'indication du prix total, qui doit être respecté non seulement dans la publicité, mais aussi lors de la réservation, notamment sur internet.

L'art. 11c mentionne explicitement que le prix total doit inclure, en plus du tarif aérien, l'ensemble des taxes, redevances, suppléments et droits, inévitables et prévisibles à la date de la publication. Ce prix, assorti des conditions tarifaires

¹⁰ Modification du 4 novembre 2009, RO 2009 5821, 5825

¹¹ <http://www.seco.admin.ch/themen/00645/00654/01453/index.html?lang=fr>

applicables, doit figurer partout, quelle que soit la forme utilisée pour proposer des vols, y compris donc sur internet. Il doit du reste être indiqué à tout moment (al. 2). Cela signifie concrètement que, lors de la réservation d'un vol sur internet, le prix total doit être communiqué dès le début, et pas uniquement au terme de toutes les étapes de réservation. S'il n'est pas possible de payer le vol autrement que par carte de crédit, et que ce mode de paiement entraîne un surcoût, le supplément prélevé est considéré comme non optionnel ; il doit donc être inclus dans le prix total.

Un autre principe est désormais défini à l'al. 4 : les suppléments de prix optionnels doivent être communiqués de façon claire, transparente et non équivoque au début de toute procédure de réservation et exigent l'acceptation explicite du consommateur. Il s'agit de la règle de l'« opt-in », qui exige que le client doit pouvoir choisir la prestation souhaitée en cochant la case correspondante. Préprogrammer une assurance annulation, que le client doit désélectionner par un « opt-out », n'est plus admis.

Art. 13, al. 2 et 18, al. 2 Problème du prix indicatif

Aux termes de l'ordonnance en vigueur, les producteurs, les importateurs et les grossistes ne peuvent indiquer aux consommateurs des prix de catalogue ou des prix indicatifs que si ce sont les prix généralement pratiqués sur le marché. Il y a un prix du marché lorsque les prix en question sont effectivement pratiqués dans le secteur du marché entrant en considération, et ce, pour une part prépondérante des marchandises ou des prestations de services (art. 18, al. 2, OIP). Or, cette condition, prévue par l'OIP, pourrait s'avérer illicite aux termes de la législation sur les cartels. Il s'agit donc d'adapter les dispositions de l'OIP en question aux prescriptions de la loi sur les cartels¹².

Le présent projet de révision permet encore aux producteurs, aux importateurs et aux grossistes de donner des prix indicatifs, pour autant qu'ils mentionnent clairement qu'il s'agit de recommandations de prix non contraignantes. Communiquer des prix de vente recommandés peut, dans certaines circonstances, provoquer notamment des restrictions illicites à la concurrence, qui doivent être jugées à l'aune de la législation sur les cartels, laquelle est déterminante à cet égard. L'art. 18, al. 2, OIP formule la réserve concernant les dispositions de la loi sur les cartels.

Art. 14, al. 3^{bis} Lisibilité et visibilité

La lisibilité des indications liées à la spécification dans le contexte publicitaire demeure une matière à controverse. L'OIP exige que l'indication des prix mette 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 (art. 14, al. 1). Les marchandises doivent être désignées précisément selon la marque, le type, la qualité et les caractéristiques (art. 14, al. 2). Comme il est très rare que ces désignations résistent au critère de la lisibilité, l'OIP exige désormais que les indications soient bien visibles et aisément lisibles. On comprend que ces indications doivent être conçues pour une certaine distance de recul, liée au type de support publicitaire utilisé (annonces, affiches, publicité à la télévision ou au cinéma). Le caractère

¹² Loi fédérale du 6 octobre 1995 sur les cartels et autres restrictions à la concurrence, RS 251

aisément lisible des indications doit être garanti dans tous les médias eu égard à cette distance de recul.

Art. 16 et 17 Comparaisons et réductions de prix

Selon le droit applicable, le prix pratiqué immédiatement avant la baisse de prix peut être indiqué à titre de prix comparatif pendant deux mois au maximum. Or cette règle en vigueur depuis fin 1999 s'est révélée trop rigide en pratique. Elle ne tient pas suffisamment compte de la liquidation des articles de saison, notamment, qui vise à retrouver de l'espace pour mettre en place la nouvelle marchandise. C'est la raison pour laquelle proposition est faite de revenir à la règle appliquée avant 1999, qui permet de comparer au maximum pendant quatre mois les marchandises de saison, telles que les vêtements, les chaussures ou les articles de sport, avec le prix pratiqué précédemment. Cette solution tient davantage compte des conditions effectives régnant sur le marché et évite que les prescriptions légales ne soient déconnectées de la réalité économique.

L'obligation d'indiquer les prix et de donner les spécifications prévues s'applique lorsque des réductions de prix ou des opérations analogues sont mentionnées en chiffres. A titre d'exemple, cela signifie que le slogan publicitaire « Réduction de 30 francs » n'est conforme à l'OIP que si le prix du produit sur lequel porte la diminution est indiqué et que l'offre est spécifiée notamment selon la marque, le type et la qualité. Font exception à la règle 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. Le slogan « Réduction de 20 % sur toutes les chaises » serait conforme à l'ordonnance, car il s'agit d'un taux de réduction unique concernant un groupe de produits. Le consommateur ne peut être induit en erreur, car il connaît la réduction qui lui sera accordée, indépendamment du prix du produit. Or cette réglementation s'est révélée trop rigide dans la réalité. Elle ne tient pas suffisamment compte du fait que les bons, les rabais et autres prestations similaires dont la publicité fait état d'un montant de réduction sont fréquents. C'est pourquoi le projet de révision prévoit la possibilité de faire valoir la même exception pour l'indication d'un montant de réduction unique que pour celle d'un taux de réduction unique (p. ex. « Réduction de 100 francs sur tous les meubles »).

Art. 23, al. 2 Renforcement de l'exécution

L'exécution de l'OIP est confiée aux cantons. Afin d'avoir une meilleure vue d'ensemble des mesures d'exécution prises par les cantons, il est prévu d'introduire une obligation de communiquer chaque année aux autorités de surveillance, à savoir le Département fédéral de l'économie, le genre et le nombre des contrôles effectués et des infractions dénoncées. Il ne s'agit pas de communiquer les noms des personnes physiques ayant reçu une mise en garde ou ayant été sanctionnées. Les autorités de surveillance souhaitent plutôt savoir quelles sont les branches contrôlées, quel est le nombre d'infractions constatées et quelles sont les mesures prises pour y parer (mise en garde, dénonciation).

3 Conséquences de l'assujettissement à l'OIP

Les infractions à l'OIP sont poursuivies conformément aux dispositions de la LCD (art. 21 OIP en relation avec l'art. 24 LCD). Elles sont punies de l'amende jusqu'à 20 000 francs (art. 24 LCD). Les exploitants de fonds de commerce de tout genre sont chargés de veiller à la conformité aux prescriptions en matière d'indication des prix en général et dans la publicité (art. 20 OIP).

L'exécution incombe aux offices cantonaux compétents qui veillent à l'application correcte de l'OIP et dénoncent les infractions aux autorités compétentes (art. 22 OIP). La Confédération exerce la haute surveillance par l'intermédiaire du Département fédéral de l'économie (art. 23 OIP).

4 Rapport avec le droit européen

S'il y a de grandes analogies entre l'UE et la Suisse dans l'obligation d'indiquer les prix des marchandises¹³, il y a par contre des différences en ce qui concerne l'indication des prix des prestations de services. Dans l'UE, l'indication des prix est réglée ponctuellement pour les crédits à la consommation¹⁴, la commercialisation à distance des services financiers¹⁵, les virements transfrontaliers¹⁶, les voyages, vacances et circuits à forfait¹⁷, les contrats à distance¹⁸, les contrats portant sur l'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel¹⁹, ainsi que les voyages en avion²⁰. Ces directives exigent, à l'instar du règlement 1008/2008, que le prix à payer effectivement soit indiqué dans la phase précédant la conclusion du contrat, et souvent en tant que contenu nécessaire au contrat. En Allemagne, il existe une obligation d'indiquer les prix qui s'applique à la totalité des marchandises et des prestations de services²¹. L'Autriche connaît elle aussi une telle obligation pour les prestations de services offertes aux consommateurs²².

¹³ Directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 relative à la protection des consommateurs en matière d'indication des prix des produits offerts aux consommateurs, JO L 80 du 18.3.1998, p. 27.

¹⁴ Directive 98/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 1998 modifiant la directive 87/102/CEE relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de crédit à la consommation, JO L 101 du 1.4.1998, p. 17.

¹⁵ Directive 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 23 septembre 2002 concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du Conseil, 97/7/CE et 98/27/CE, JO L 271 du 9.10.2002, p. 16.

¹⁶ Directive 97/5/CE du Parlement européen et du Conseil du 27 janvier 1997 concernant les virements transfrontaliers, JO L 43 du 14.2.1997, p. 25 ; cette directive est abrogée au 30.10.2008 et remplacée par la directive 2007/64/CE du Parlement européen et du Conseil du 13 novembre 2007 concernant les services de paiement dans le marché intérieur, modifiant les directives 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE ainsi que 2006/48/CE et abrogeant la directive 97/5/CE, JO L 319 du 5.12.2007, p. 1. L'art. 37 de cette directive contient des obligations précontractuelles en matière d'information relatives à toutes les rémunérations dont l'utilisateur de services de paiement doit s'acquitter auprès du prestataire de services de paiement, et le cas échéant, à leur répartition.

¹⁷ Directive 90/314/CEE du Conseil, du 13 juin 1990, concernant les voyages, vacances et circuits à forfait, JO L 158 du 23.6.1990, p. 59.

¹⁸ Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance, JO L 144 du 4.6.1997, p. 19.

¹⁹ Directive 94/47/CE du Parlement européen et du Conseil, du 26 octobre 1994, concernant la protection des acquéreurs pour certains aspects des contrats portant sur l'acquisition d'un droit d'utilisation à temps partiel de biens immobiliers, JO L 280 du 29.10.1994, p. 83.

²⁰ Voir la note 2.

²¹ Voir par. 1 et 5 de l'ordonnance sur l'indication des prix dans sa teneur du 18 octobre 2002 (BGBl. I p. 4197).

²² Voir par. 1 de la loi fédérale sur l'indication des prix (BGBl. 146/1992).

L'OIP contient également des règles relatives à l'indication des prix dans la publicité (art. 13 ss.) et à la comparaison des prix (art. 16 ss.). Dans l'UE, la directive sur les pratiques commerciales déloyales²³ interdit de tromper les consommateurs sur le prix. Les prix qui induisent en erreur dans la relation de concurrence et la comparaison des prix relèvent du champ d'application de la directive en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative²⁴.

5 Conséquences

5.1 Conséquences pour la Confédération

Il est difficile d'estimer pour l'heure, avant l'approbation définitive du projet, les besoins supplémentaires en personnel qu'exigera la mise en œuvre de l'ordonnance modifiée ; le Conseil fédéral en sera informé en temps utile.

5.2 Conséquences pour les cantons et les communes

Les tâches d'exécution confiées aux cantons vont s'accroître avec l'allongement de la liste des prestations de services soumises à l'obligation d'indiquer les prix. En revanche, l'obligation de communiquer les activités déployées en vue de l'exécution de l'ordonnance, dans un rapport annuel destiné à l'autorité de surveillance, ne devrait créer qu'un surcroît de travail limité.

5.3 Conséquences économiques

L'assujettissement de nouvelles prestations de services à l'obligation d'indiquer les prix améliore la transparence du marché et des prix, à la faveur des consommateurs. La transparence sur le marché et la transparence dans les prix sont deux paramètres essentiels qui permettent aux consommateurs d'assurer la fonction de contrôle qui leur revient dans une économie de marché, et qui les aident de manière déterminante dans leur décision d'achat de marchandises et de prestations de services. Améliorer l'information des consommateurs accroît leur confiance dans le marché, laquelle est un moteur essentiel du développement économique. Selon le droit en vigueur, seules les prestations de services énumérées dans l'ordonnance sont soumises à l'obligation d'indiquer les prix ; les branches désormais aussi soumises n'étaient jusqu'ici pas concernées.

L'extension de la liste des prestations de services visées à l'art. 10, al. 1, OIP représente une certaine charge administrative par le fait que l'indication des prix doit se faire sous une forme appropriée. Cette charge concerne tous les milieux déjà assujettis à l'obligation d'indiquer les prix, qu'il s'agisse des vendeurs de marchandises ou des fournisseurs de prestations de services soumises. A noter à cet égard que l'internet offre, à certains prestataires du moins, une plate-forme

²³ Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (directive sur les pratiques commerciales déloyales), JO L 149 du 11.6.2005, p. 22.

²⁴ Directive 2006/114/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative, JO L 376 du 27.12.2006, p. 21.

permettant de communiquer leurs prix de façon relativement simple. L'hôtellerie ou les voyages en avion en sont des exemples.

La modification de l'OIP prévoit aussi toutefois des simplifications pour l'économie. Relevons, en premier lieu, les simplifications qui profitent au commerce de détail : le délai appliqué pour l'usage des rabais prévus pour les marchandises de saison, par exemple les vêtements, les chaussures et les articles de sport, est prolongé. Le prix comparatif (prix actuel par rapport au prix antérieur) pourra être indiqué pendant quatre mois, alors qu'aujourd'hui ce délai n'est que de deux mois. Cette nouveauté permet, grâce aux prix comparatifs, d'informer les consommateurs durant une période plus longue des marchandises vendues avec un rabais de fin de saison. Soulignons, en second lieu, la souplesse accrue accordée à la publicité incluant des baisses de prix : il sera possible d'indiquer plus simplement qu'aujourd'hui le montant de la réduction (p. ex. « réduction de 100 francs »).

Les cantons, auxquels incombe l'application de l'OIP, et les services de la police du commerce concernés possèdent déjà l'expérience nécessaire en la matière. Dès lors, les nouvelles tâches d'exécution peuvent être confiées aux institutions existantes.