Rapport sur les résultats de la procédure de consultation

relative à la modification de l'ordonnance du 11 décembre 1978 sur l'indication des prix (OIP)

Table des matières

1 Introduction ... 3

2 Vue d'ensemble ... 3

2.1 Résumé ... 3
2.2 Appréciation du projet par les participant(e)s à la consultation ... 3

3 Les prises de position en détail ... 6

3.1 Préambule ... 6
3.2 Redevances de droits d'auteur et suppléments de tous genres (art. 4, al. 1, et 10, al. 2 P-OIP) ... 6
3.3 Soins du corps (art. 10, al. 1, let. d P-OIP) ... 7
3.4 Nettoyage à sec (art. 10, al. 1, let. i P-OIP) ... 7
3.5 Voyages en avion (art. 10, al. 1, let. n P-OIP) ... 7
3.6 Prestations liées à la remise de médicaments et de dispositifs médicaux (art. 10, al. 1, let. t P-OIP) ... 8
3.7 Notaires (art. 10, al. 1, let. u P-OIP) ... 8
3.8 Vétérinaires (art. 10, al. 1, let. t P-OIP) ... 10
3.9 Pompes funèbres (art. 10, al. 1, let. v P-OIP) ... 10
3.10 Indication des prix dans l'hôtellerie (art. 11, al. 4 P-OIP) ... 11
3.11 Push-services (art. 11b, al. 1, phrase introductive P-OIP) ... 12
3.12 Mode d'indication des prix des voyages en avion (Art. 11c P-OIP) ... 12
3.13 Problème du prix indicatif (art. 13, al. 2 et 18, al. 2 P-OIP) ... 13
3.14 Lisibilité et visibilité (art. 14, al. 3bis P-OIP) ... 14
3.15 Comparaisons de prix relatives aux articles de saisons (art. 16, al. 3 P-OIP) ... 15
3.16 Réductions de prix (art. 17, al. 2 P-OIP) ... 16
3.17 Renforcement de l'exécution (art. 23, al. 2 P-OIP) ... 16
3.18 Autres suggestions ... 18

4 Annexes ... 23

1 Introduction

Le 26 mai 2010, le Conseil fédéral a chargé le Département fédéral de l'économie (DFE) de consulter les cantons, y compris la Conférence des Gouvernements cantonaux, les partis politiques (13), les associations faîtières des communes, des villes et des régions de montagne qui œuvrent au niveau national (3), les associations faîtières de l'économie qui œuvrent au niveau national (8) et les autres milieux concernés au sujet de la modification de l'OIP (43).

Le projet mis en consultation visait à soumettre de nouvelles prestations de services à l'obligation d'indiquer les prix, à ajuster l'OIP aux prescriptions de la législation sur les cartels, à promouvoir les principes de bonne visibilité et de bonne lisibilité concernant les spécifications dans la publicité ainsi qu'à assouplir certaines dispositions s'étant avérées trop rigides dans la pratique. La procédure de consultation a pris fin le 23 septembre 2010.

Le présent rapport tient compte de toutes les prises de position déposées, sans toutefois reproduire le libellé de chaque proposition.

2 Vue d'ensemble

2.1 Résumé

Des réponses ont été données par 85 participants, dont 60 ont été contactés officiellement et 25 se sont manifestés spontanément. Tous les gouvernements cantonaux, quatre partis politiques (PCS, PLR, Verts et PS) ainsi que cinq associations faîtières de l'économie (economiesuisse, USP, USAM, SEC Suisse et USS) ont pris position. Quant aux organisations de consommateurs, quatre d'entre elles se sont exprimées (acsi, kf, SKS et TCS). Deux organismes ont expressément déclaré qu'ils renonçaient à se prononcer (UVS et UPS).

Les propositions de modification de l'OIP ont été bien accueillies dans l'ensemble, même si certaines dispositions sont plus contestées que d'autres. Tous les cantons à l'exception de Soleure sont favorables au projet de révision en lui-même. L'écho reçu des partis politiques qui se sont exprimés (PCS, PLR, Verts et PS) est le même. Les Verts et le PS regrettent toutefois que les prestations de services ne soient pas toutes soumises à l'obligation d'indiquer les prix. Le PLR voit dans le projet un moyen de favoriser la transparence et la concurrence. A ses yeux, il convient toutefois de veiller à ce que la charge administrative pour les entreprises soit limitée au strict minimum. Il faut la réduire là où c'est possible. Même remarque de la part du Forum PME et d'economiesuisse. Cette dernière réclame un allégement des dispositions en matière de publicité, rejointe en cela par le secteur de la publicité. Les organisations de consommateurs sont favorables aux modifications proposées, mais déplorent, à l'instar de la Commission fédérale de la consommation, qu'on n'ait pas introduit un changement de système prévoyant l'assujettissement de toutes les prestations de services à l'obligation d'indiquer les prix.

2.2 Appréciation du projet par les participant(e)s à la consultation

2.2.1 Cantons

L'immense majorité des cantons[1] sont favorables au projet dans son ensemble, plusieurs saluant expressément l'amélioration de l'information et la protection des consommateurs, le renforcement de la transparence des prix et la meilleure prise en compte de la pratique[2].

AG, AR, BE, GE, GR, LU, NE, SZ, VS, **ZG** et **ZH** réservent un très bon accueil à l'élargissement du catalogue des services soumis à l'obligation d'indiquer les prix, estimant qu'il renforce la

[1] AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, JU, LU, NE, NW, OW, SH, SZ, TG, TI, UR, VD, VS, ZG, ZH ; Seul SO est opposé au projet dans son ensemble

[2] AG, FR, GR, JU

transparence des prix, accroît la protection des consommateurs et renforce la concurrence et l'économie de façon générale. **GR**, **ZG**, **ZH** considèrent en outre que cette extension permettra de traiter de manière égale des groupes professionnels similaires ; **ZH** est tout particulièrement favorable au nouvel assujettissement des vétérinaires et des pharmaciens, grâce auquel toutes les professions médicales universitaires sont mises sur pied d'égalité. **LU** demande au Conseil fédéral d'examiner si le catalogue existant ne pourrait pas être encore davantage élargi.

JU émet toutefois quelques réserves quant aux éventuelles conséquences économiques et financières du projet. **NE** relève que l'extension de la liste de l'art. 10 induira un surcroît de charges pour les cantons ; les moyens à disposition n'étant pas extensibles sans restriction, il faut s'attendre à ce que l'exécution se concentre de manière générale dans les domaines à risque. Ce canton souhaiterait en outre que Conseil fédéral édicte des règles relatives au prélèvement d'émoluments par les cantons, afin d'éviter des disparités exagérées dans l'exécution. Pour **TI**, bien que cette extension améliore la clarté des prix en faveur des consommateurs, elle représente une augmentation de la charge de travail des cantons, et doit être accompagnée d'une aide financière de part de la Confédération.

AR et **JU** souhaitent que la Confédération définisse plus précisément, au moyen de feuilles d'informations, les modalités d'application de l'OIP concernant les services nouvellement soumis.

En guise d'introduction, **SG** tient à rappeler qu'il soutient sans réserve les buts de l'OIP ; ce canton relève néanmoins que certaines prescriptions de l'OIP se sont avérées purement théoriques et difficiles à mettre en pratique, considérées comme excessivement bureaucratiques par les entreprises, et comme inutiles par les autorités d'exécution et les consommateurs. SG souhaite que les dispositions de l'OIP se concentrent sur un besoin réel de protection des consommateurs ; à défaut d'un tel besoin, ces dispositions devraient être abrogées.

SO reconnaît quelques aspects positifs au projet de révision (hôtellerie, voyages en avions et règles relatives aux articles de saison) mais estime qu'ils n'arrivent pas à contrebalancer les nombreux désavantages induits par le projet ; en effet, ce canton doute d'un réel besoin de protection en matière de services relevant plutôt du domaine du luxe (méthodes d'amincissement, massages, wellness) ou déjà fortement réglementés (prestations notariales). De plus, il déplore un accroissement des tâches cantonales en matière d'exécution (augmentation des services soumis à l'OIP et rédaction d'un rapport) et une complexité accrue des contrôles ; finalement, il indique que pour mettre en application l'ordonnance modifiée, le canton devrait créer une place de travail supplémentaire. Dès lors, après examen des avantages et inconvénients de la révision proposée, ce canton la rejette et demande un projet neutre du point de vue financier.

2.2.2 Partis politiques

Les **partis politiques** réservent bon accueil au projet. **Les Verts** et le **PS** saluent l'amélioration de la transparence des prix mais regrettent que le Conseil fédéral ne soumette pas toutes les prestations de services à l'obligation d'indiquer les prix. Le **PCS** constate que les modifications proposées constituent une réponse à la demande de nombreux consommateurs, qu'elles accroissent le contrôle dans de nouveaux domaines et vont donc dans le sens d'une protection des consommateurs. Le **PLR** soutient le projet en ce qu'il vise un renforcement de la transparence et de la concurrence mais estime qu'il faut absolument réduire au minimum la charge administrative des entreprises en Suisse. L'OIP doit tenir compte de cette nécessité.

2.2.3 Associations faîtières de l'économie

SEC Suisse, l'**USP** et l'**USS** soutiennent de manière générale le projet de révision. L'**USP** se dit particulièrement favorable à la soumission des vétérinaires et des notaires à l'OIP. L'**USS** constate que les dépenses relatives aux prestations de services représentent une part toujours plus importante dans le budget des consommateurs, lesquels doivent absolument disposer d'informations transparentes dans ce domaine. Néanmoins, elle relève que ce principe doit être appliqué de manière pragmatique dans certains cas, en particulier lorsque le prix de la prestation ne peut être estimé que de manière indicative.

economiesuisse approuve le projet dans son intention d'assouplir des règles trop rigides et de rendre l'OIP plus axée sur la pratique. Elle soutient également la soumission à l'OIP de nouvelles prestations de services, si cela s'avère nécessaire ; dans ce cadre, elle relève l'importance de limiter au maximum la charge administrative et financière pour les entreprises, et demande de renoncer à des prescriptions plus sévères que celles prévues par le droit européen. Malheureusement, elle estime que les modifications proposées n'atteignent leur but que de façon limitée, en particulier en ce qui concerne les dispositions relatives à la publicité.

L'**USAM** considère que l'OIP doit de toute urgence être repensée, afin de rester applicable en pratique et d'être compréhensible pour les acteurs économiques et les consommateurs. Estimant que le projet ne satisfait pas à ces exigences, elle demande qu'il soit retravaillé.

2.2.4 Organisations de consommateurs

L'**acsi**, le **kf,** la **SKS** et le **TCS** sont favorables au projet, estimant que les modifications prévues améliorent la transparence des prix en faveur des consommateurs. L'**acsi** et la **SKS** préféreraient toutefois un changement du système en vigueur en vue d'assujettir de manière générale les prestations de services à l'obligation d'indiquer les prix.

2.2.5 Autres organisations intéressées

La majorité des participants qui se sont prononcés sur le projet dans son ensemble l'approuvent de façon générale.

La **FER,** le **HEV** et l'**UPSA** considèrent que les modifications prévues améliorent la transparence des prix en faveur des consommateurs ainsi que la concurrence entre les acteurs du marché.

La **CFC**, la **Swiss Retail Federation** et **Veledes**, se déclarent expressément favorables à l'extension de la liste des prestations de services à l'OIP. La **CFC** préférerait toutefois un changement du système en vigueur en vue d'assujettir de manière générale les prestations de services à l'obligation d'indiquer les prix.

L'**ASET** ne s'estime pas particulièrement concernée par la révision. Accueillant favorablement la modification rédactionnelle prévue à l'art. 10 al. 1 let. i, elle n'a donc pas d'objections contre la révision.

Le **Forum PME** estime qu'il faut maintenir un rapport équilibré entre les coûts pour les PME (charge administrative) de la soumission de nouveaux services à l'OIP et les bénéfices pour les différents intéressés, et souhaite donc que l'on réexamine si l'extension de l'art. 10 répond à un besoin de protection avéré. Si tel est le cas, il demande que des feuilles d'informations soient élaborées par le SECO avant l'entrée en vigueur des modifications.

Le **Centre patronal** accueille favorablement les assouplissements visés par le projet ; il est par contre opposé au projet en ce qu'il souhaite soumettre de nouveaux prestataires de services à l'obligation d'indiquer les prix. Il estime inadéquat d'assujettir à l'OIP des professions dont l'activité se base sur un contrat de mandat. Cela implique en outre des travaux d'adaptation coûteux, en disproportion avec l'intérêt réel pour le consommateur.

La **FPV** considère que l'assujettissement de certains services à une ordonnance aussi stricte que l'OIP doit se faire avec prudence et estime problématique de soumettre des professions libérales à cette ordonnance. Elle considère que la Confédération tombe dans un de ses travers favoris, celui de la surréglementation. Dès lors, elle s'oppose à l'extension de la liste des services figurant dans le projet de modification, à l'exception des soins du corps et du nettoyage à sec ; pour le surplus, elle approuve les autres modifications proposées et salue les dispositions rendant plus souple l'application de l'OIP.

La Municipalité de **Lausanne** est d'avis que la plupart des exigences de l'OIP actuelle ne peuvent que demeurer lettre morte, étant inapplicables. Elle considère que les modifications proposées ne représentent pas un assouplissement suffisant ni ne remédient à cette situation. Elle salue l'extension de la liste des prestations de service soumises à l'OIP mais juge les

dispositions relatives aux prix comparatifs dénuées de réel impact sur la protection des consommateurs au quotidien.

Certains participants ne se sont pas prononcés sur le projet dans son ensemble mais sur certaines dispositions en particulier. Ainsi, le **milieu notarial**[3] a clairement exprimé son opposition à la soumission des notaires à l'obligation d'indiquer les prix. Quant à la **branche de la publicité**[4], elle rejette fortement la disposition prévoyant des prescriptions plus sévères en matière de spécification dans la publicité.

3 Les prises de position en détail

3.1 Préambule

Préambule

en application du chapitre IV du règlement (CE) no 1008/2008 dans sa version contraignante 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)

La **totalité des participants** à la consultation est favorable, explicitement ou implicitement, à la modification du préambule.

3.2 Redevances de droits d'auteur et suppléments de tous genres (art. 4, al. 1, et 10, al. 2 P-OIP)

Art. 4, titre et al. 1 Taxes publiques, redevances de droits d'auteur, contributions anticipées à l'élimination, avantages

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

Art. 10, al. 2

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

L'ensemble des **cantons**, les **partis politiques**, les **associations faîtières de l'économie**, les **organisations de consommateurs** et l'immense majorité des **autres organisations intéressées** réservent un bon accueil à ces adjonctions.

GR relève que cette nouvelle règle améliorera la sécurité juridique.

Les Verts, l'**acsi** et la **SKS** soutiennent expressément ce projet de modification ; ils souhaitent en outre que les redevances de droits d'auteurs soient d'une part incluses dans le prix, et d'autre part indiquées également séparément.

economiesuisse estime que seuls les suppléments « non optionnels » doivent être inclus dans le prix, et demande que cette mention soit ajoutée aux articles en question.

hotelleriesuisse est favorable à cette adjonction qui correspond d'ailleurs à la pratique courante actuelle, mais souhaite que les suppléments de prix non optionnels puissent être indiqués séparément, faute de quoi cela induirait une déformation du prix.

L'**asut**, **Orange** et **Swisscom** considèrent que l'ajout de la mention « suppléments de tous

[3] BNV, FSN, Notariatskammer BS

[4] ASA, ASMD, ASW, AWS, BSW, IGEM, Médias Suisses, Publisuisse, Pub. Suisse, script

genres » est peu opportun, et formulé de façon trop large, ce qui risque de conduire à une insécurité juridique. Il ne ressort pas de la formulation que seuls les suppléments non optionnels doivent être inclus dans le prix. De plus, cet ajout semble inutile, car à part les taxes publiques, les redevances de droits d'auteur et les contributions anticipées à l'élimination, il n'y a pas d'autres suppléments à prendre en considération. L'asut considère en outre que le rapport explicatif relatif à la modification de l'OIP doit être modifié en ce sens que tous les fournisseurs de services ou marchandises doivent pouvoir, en sus de l'indication du prix total, en préciser la composition. Ces trois participants proposent de supprimer les termes « suppléments de tous genres ».

La **SENS** et la **SLRS** se sont exprimées de manière spécifique sur les contributions anticipées à l'élimination; leurs remarques sont reproduites sous chiffre 3.18.

3.3 Soins du corps (art. 10, al. 1, let. d P-OIP)

Art. 10, al. 1, let. d

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

d. instituts de beauté et *soins du corps*;

La quasi totalité des participants à la consultation sont favorables, explicitement ou implicitement, à la modification de la lettre d.

TI n'y est pas opposé mais est d'avis que toute nouvelle soumission d'un service à l'OIP doit être accompagnée d'une aide financière de la part de la Confédération.

Le **Forum PME** souhaite que l'on réexamine si l'assujettissement de ce service à l'OIP répond à un besoin de protection avéré[5].

SO propose de supprimer la lettre d, considérant que ce genre de services ne constitue pas un besoin élémentaire, et que le rapport utilité/coût des contrôles OIP dans ce domaine n'est pas défendable.

3.4 Nettoyage à sec (art. 10, al. 1, let. i P-OIP)

Art. 10, al. 1, let. i

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

i. blanchisserie et *nettoyage à sec* (principaux procédés et articles standard);

L'adaptation rédactionnelle prévue est accueillie favorablement par **tous les participants**.

3.5 Voyages en avion (art. 10, al. 1, let. n P-OIP)

Art. 10, al. 1, let. n

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

n. voyages *en avion et* voyages à forfait;

[5] Voir également sous ch. 2.2.5

L'ensemble des participants, à savoir tous les **cantons**[6], les **partis politiques**, les **associations faîtières de l'économie** ainsi que les **autres intéressés**[7] sont favorables à cette réglementation.

AR se réjouit de la soumission des voyages en avion à l'OIP, qui implique l'obligation d'indication du prix total et permet donc d'accroître la transparence entre les différentes offres.

Le **Centre patronal** s'y oppose, estimant cette obligation trop contraignante et disproportionnée, et relevant que dans la pratique, lorsque le consommateur compare les différentes offres, il appréhende les éléments du prix et, dans tous les cas, il en connaît le montant final avant l'achat et la réservation finale. La **FPV** n'y est pas favorable car selon elle, la pluralité des prestations rend délicate l'indication du prix global à l'avance ; de plus, il n'existe pas un besoin de sécurité accru dans ce domaine.

3.6 Prestations liées à la remise de médicaments et de dispositifs médicaux (art. 10, al. 1, let. t P-OIP)

Art. 10, al. 1, let. t

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

t. *prestations de services liées à la remise des médicaments et des dispositifs médicaux,*

Cette modification est accueillie favorablement, explicitement ou implicitement, par l'immense majorité des **cantons**[8], les **partis politiques**, les **associations faîtières de l'économie**, les **organisations de consommateurs** ainsi que les **autres organisations intéressées**[9].

SG est opposé à cette nouvelle disposition, doutant qu'elle soit effectivement dans l'intérêt des consommateurs, et estimant qu'elle sera difficile à mettre en œuvre dans la pratique.

Le **Centre patronal** n'y est pas favorable, car il doute d'un véritable besoin de protection des consommateurs dans ce domaine. Il relève que ces derniers peuvent toujours s'enquérir des prix de ces prestations avant tout paiement et que les factures établies font état de ces coûts.

pharmaSuisse estime qu'il n'est pas acceptable que les prix des prestations des médecins en relation avec la remise de médicaments et dispositifs médicaux n'aient pas à être indiqués, faisant partie de la consultation de base Tarmed[10] et souhaite que de façon générale, les prestations médicales de base les plus importantes du Tarmed soient soumises à l'OIP.

3.7 Notaires (art. 10, al. 1, let. u P-OIP)

Art. 10, al. 1, let. u

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

u. *prestations de services des notaires;*

L'assujettissement des services des notaires à l'OIP est accueilli favorablement, explicitement ou

---

[6] TI n'y est pas opposé mais est d'avis que toute nouvelle soumission d'un service à l'OIP doit être accompagnée d'une aide financière de la part de la Confédération

[7] À l'exception de la FPV et du Centre patronal; Forum PME : voir sous ch. 2.2.5 et 3.3

[8] SG y est opposé ; TI : voir note 6

[9] Parmi lesquelles seuls le Centre patronal et la FPV la rejettent; Forum PME : voir sous ch. 2.2.5 et 3.3

[10] Cf. position tarifaire Tarmed 00.0010 (http://onb.tarmedsuisse.ch/)

implicitement, par la majorité des **cantons**[11], les **partis politiques**, les **associations faîtières de l'économie**, les **organisations de consommateurs** ainsi que plusieurs **autres organisations intéressées**.

FR souligne que le droit cantonal fribourgeois va dans le même sens que cette modification et contient un tarif détaillé des émoluments prélevés par les officiers publics.

Le **HEV** relève que cette modification permettra une meilleure transparence pour les consommateurs, en particulier dans les cantons à notariat libre (système dans lequel le notaire exerce sa tâche de manière indépendante, sous la surveillance de l'Etat).

LU n'y est pas opposé mais se demande si l'assujettissement des notaires à l'OIP est nécessaire, les émoluments notariaux étant réglés de façon contraignante dans une ordonnance cantonale.

economiesuisse et l'**USS** sont également favorables à cette règlementation mais relèvent qu'il n'est pas toujours aisé de déterminer un prix à l'avance sans connaître la complexité du cas, d'autant que des complications peuvent apparaître au cours de l'affaire. L'USS propose d'introduire un principe d'information immédiate de la part du prestataire lorsque les prix subissent une modification. economiesuisse est d'avis qu'il faut se limiter à l'indication d'un tarif horaire, similairement aux avocats, car dans ce contexte, les prescriptions de l'OIP relatives au mode d'indication[12] sont trop strictes et non réalisables en pratique.

GR, **SO**, **VD**, le **Centre Patronal,** le **Forum PME**, la **FPV,** ainsi que le **milieu notarial**[13] s'opposent catégoriquement à cette nouvelle soumission. Parmi les différents arguments soulevés, on mentionne que dans ce domaine, la transparence des prix est suffisante, les émoluments notariaux figurant dans les recueils de lois cantonales accessibles à tous[14]. De plus, l'organisation du notariat relevant de la compétence exclusive des cantons, l'assujettissement de ces services à l'OIP empiète sur la souveraineté cantonale ; il n'existe d'ailleurs pas de concurrence entre les notaires, raison pour laquelle la LCD (et donc l'OIP) ne constitue pas une base légale suffisante[15]. Finalement, il n'est parfois tout simplement pas possible d'articuler à l'avance le prix de certaines prestations notariales ; on pense en particulier aux prestations qui ne sont pas constituées, ou seulement en partie, d'actes standardisés et dont le prix est calculé en fonction de la charge de travail[16]. La **FSN** indique que de par leur devoir d'information, les notaires sont tenus d'orienter la clientèle sur les coûts liés à leur intervention[17]. Si, comme le mentionne le rapport explicatif, les avocats sont déjà soumis aux obligations d'information en matière de prix et ne doivent donc pas être assujettis à l'OIP, la même règle devrait valoir également pour les notaires. La **FPV** relève que le rapport explicatif justifie l'assujettissement des notaires à l'OIP en établissant un parallèle avec les avocats, qui sont soumis au devoir d'information prévu par la LLCA[18]. Or, ce devoir d'information va bien moins loin que les obligations prévues dans l'OIP[19]. Il n'y a pas de raison de traiter les notaires de façon plus stricte que les avocats, car ces deux professions sont confrontées aux mêmes difficultés en matière d'articulation des prix.

---

[11] Seuls GR, SO et VD y sont opposés ; TI : voir note 6

[12] Cf. Art. 11 al. 1 et 2

[13] BNV, FSN, Notariatskammer BS

[14] GR, SO, Centre patronal, BNV Notariatskammer BS, FSN

[15] SO, BNV, Notariatskammer BS, FSN

[16] VD, Centre Patronal, BNV, FPV, FSN, Notariatskammer BS

[17] Voir par ex. l'art. 53 de la loi cantonale bernoise sur le notariat (LN; RS 169.11)

[18] Loi fédérale du 23 juin 2000 sur la libre circulation des avocats (LLCA ; RS 935.61)

[19] Art. 12 lit i LLCA : « lorsqu'il accepte un mandat, il [l'avocat] informe son client des modalités de facturation et le renseigne périodiquement ou à sa demande sur le montant des honoraires dus »

3.8 Vétérinaires (art. 10, al. 1, let. t P-OIP)

Art. 10, al. 1, let. t

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

t. *prestations de services des vétérinaires* (...)

La **grande majorité des participants** réservent un bon accueil à l'assujettissement à l'OIP des prestations des vétérinaires ; en particulier, l'ensemble des **cantons**[20], tous les **partis politiques**, trois **associations faîtières de l'économie**[21] ainsi qu'une grande partie des **autres intéressés** y sont favorables ou non opposés.

Tout en saluant cette nouvelle disposition, **ZG** relève que seuls les examens et traitements standards (radiographies, échographies, vaccins, stérilisations, etc.) peuvent faire l'objet d'une tarification spécifique et être comparés entre eux. Tout comme l'**USS**, et **economiesuisse**, il estime qu'en ce qui concerne les traitements individuels suite à des accidents ou à des maladies complexes, il n'est généralement pas possible de prévoir le prix à l'avance, sans connaître l'état de santé général de l'animal et les souhaits de son maître. De plus, une intervention peut s'avérer finalement plus délicate que ce que prévoyait le diagnostic de base ou se compliquer en raison de facteurs qui ne peuvent être anticipés. ZG estime que dans de tels cas, les prix, qui sont fixés en fonction de la charge de travail, doivent être convenus avec le/la propriétaire de l'animal. L'USS propose d'introduire un principe d'information immédiate de la part du prestataire lorsque les prix subissent une modification, economiesuisse estimant par contre qu'il faudrait se limiter à l'indication d'un tarif horaire, à l'instar des avocats.

La **SVS** est consciente du fait que que dans le domaine de la médecine relative aux petits animaux, les clients ne sont souvent pas suffisamment informés des coûts du traitement, et souhaite donc vivement pouvoir mettre sur pied un système d'information qui respecte tant l'OIP que le droit de la concurrence. Etant donné que le prix de certaines prestations est très difficile à prévoir par avance, elle considère que l'obligation d'indiquer les prix devrait se limiter aux traitements standards. L'étendue de cette obligation pourrait selon elle être p. ex. réglementée au niveau du département.

Les préoccupations évoquées ci-dessus amènent **VD**, le **Centre Patronal** ainsi que la **FPV** à s'opposer à la soumission de vétérinaires à l'OIP.

3.9 Pompes funèbres (art. 10, al. 1, let. v P-OIP)

Art. 10, al. 1, let. v

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

v. *pompes funèbres ;*

L'immense majorité des participants, soit tous les **cantons**[22], les **partis politiques**, les **associations faîtières de l'économie**, les **organisations de consommateurs** ainsi que **les**

[20] À l'exception de VD ; TI : voir note 6

[21] SEC Suisse, USP, USS

[22] TI : voir note 6

autres intéressés[23] sont favorables, explicitement ou implicitement, à l'introduction des pompes funèbres dans la liste de l'art. 10.

Seuls le **Centre patronal** et la **FPV** s'y opposent.

3.10 Indication des prix dans l'hôtellerie (art. 11, al. 4 P-OIP)

Art. 11, al. 4

[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 par écrit au client*.

L'**immense majorité** des participants à la consultation accueillent favorablement la modification de l'art. 11 al. 4. Ce projet recueille l'adhésion de la grande majorité des **cantons**[24], de tous les **partis politiques**, des **associations faîtières de l'économie** des organisations de consommateurs ainsi que des **autres organisations intéressées**[25].

AR, **GR, hotelleriesuisse** et le **HEV** sont favorables à l'abandon de l'indication des prix dans les chambres d'hôtel qui constitue une adaptation bienvenue à la pratique actuelle, allège la charge administrative et permet à l'hôtellerie de disposer d'une plus grande flexibilité dans les prix et de réagir plus rapidement à l'offre et à la demande (principe du « *revenue management* »).

VS et **ZH** considèrent que la possibilité d'indiquer le prix par oral doit être maintenue. En effet, si l'exigence de communication écrite peut se justifier dans le cas d'une réservation faite à l'avance, elle paraît peu opportune p. ex. en cas d'arrivée sans préavis ou lors d'une réservation de dernière minute faite par téléphone. **GastroSuisse** estime également que la notification orale doit être maintenue, car l'indication écrite conduit à un surcroit de bureaucratie et à une perte de temps à la réception lors du check-in. GastroSuisse indique par contre son accord exprès à l'abandon de l'affichage des prix dans les chambres

BL relève que le but de cette disposition est de permettre à la clientèle hôtelière d'avoir connaissance du prix à payer avant d'avoir recours à l'offre et d'entrer en possession de la chambre ; de même, l'indication correcte du prix à payer doit pouvoir être contrôlée efficacement par les autorités compétentes. BL est d'avis que la formulation proposée ne permet pas d'atteindre ces buts. Selon ce canton, l'abandon de l'indication par oral du prix est important et permet de disposer d'un moyen de preuve ; par contre, il faudrait exclure que la notification écrite du prix puisse être donnée au client seulement à la fin de son séjour. L'expression « *porté à la connaissance de* » devrait être préférée à « *communiqué* » ; en effet, la seconde expression implique que la simple *communication* du prix (par e-mail, publicité, liste de prix dans le hall de réception) est considérée comme suffisante ; la première expression conduit l'établissement hôtelier à assumer une plus grande responsabilité dans l'indication du prix. L'établissement peut prouver, grâce à la confirmation ou à la signature du client, que ce dernier a connaissance du prix ; de plus, l'autorité d'exécution peut contrôler plus facilement le respect de cette disposition. En dernier lieu, BL estime que l'indication des prix dans les chambres doit être maintenue, car elle constitue une pratique répandue dans de nombreux pays, qui est appréciée par les touristes étrangers[26].

BS rejette ce projet d'art. 11 al. 4 et lui préfère la version actuelle qui est plus transparente et favorable aux consommateurs. En premier lieu, ce canton estime que l'indication des prix dans les chambres est une pratique répandue dans de nombreux pays, et qu'elle permet au client de disposer d'une valeur de comparaison. En second lieu, il est d'avis que les conditions auxquelles doit satisfaire la communication *par écrit* sont peu claires. Finalement, tant le contrôle de cette nouvelle réglementation que la poursuite d'infractions risquent de se révéler très difficiles en pratique.

---

[23] À l'exception de la FPV et du Centre patronal; Forum PME : voir sous ch. 2.2.5 et 3.3

[24] BL, VS et ZH s'y opposent en partie ; BS la rejette

[25] Seul GastroSuisse s'y oppose en partie

[26] La formulation proposée par BL en relation avec cette disposition est reproduite sous ch. 3.18.

3.11 Push-services (art. 11b, al. 1, phrase introductive P-OIP)

Art. 11b, al. 1, phrase introductive

[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:

La **totalité des participants** à la consultation est favorable à la modification prévue à l'art. 11b.

Les Verts, le **PS**, l'**acsi**, la **SKS** et **Orange** se réjouissent de l'amélioration de la protection des consommateurs apportée par cette modification.

AG estime que la formulation « *à l'endroit où l'offre est proposée* » n'est pas claire et doit être précisée ; il propose donc de la remplacer par « *sur la plateforme de l'offre*».

L'**asut**, **Orange** et **Swisscom** se sont exprimés également sur le nouvel alinéa 3 de l'art. 11*b*, en vigueur depuis le 1er juillet 2010. Leurs arguments sont reproduits sous chiffre 3.18.

3.12 Mode d'indication des prix des voyages en avion (Art. 11c P-OIP)

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

[1] Quiconque propose des tarifs aériens aux consommateurs doit mentionner les conditions tarifaires applicables.

[2] Le prix à payer effectivement doit être indiqué à tout moment. Il doit inclure le tarif aérien applicable ainsi que l'ensemble des taxes, des redevances, des suppléments et des droits applicables, 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;

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).

La nouvelle disposition relative au mode d'indication des prix des voyages en avion remporte l'adhésion de **l'immense majorité** des participants. Tous les cantons y sont favorables, de même que les partis politiques, les associations faîtières de l'économie, les associations de consommateurs ainsi que l'ensemble des autres organisations intéressées[27].

[27] Seul le Centre patronal s'y oppose

Le **TCS** relève que ce nouvel article représente une amélioration et une simplification pour les utilisateurs d'internet. Le **kf** estime que les principes contenus dans cette disposition sont d'une haute importance et doivent être soutenus.

La problématique des frais liés à l'utilisation de cartes de crédit est soulevée par plusieurs participants. **BL** souhaite qu'un commentaire ou une feuille d'information du SECO mentionne clairement que les frais liés à l'utilisation de cartes de crédit constituent des « autres redevances » au sens de l'alinéa 3 lit. c, et doivent de ce fait être inclus dans le prix. Pour la **CFC** est notamment bienvenue l'exigence suivante : s'il n'est pas possible de payer autrement que par **carte de crédit** et que ce mode de paiement entraîne un surcoût, le supplément prélevé doit être inclus dans le prix total. L'**acsi**, les **Verts**, et la **SKS** sont également d'avis que les « autres redevances » incluent les frais de cartes de crédit. Ces trois participants donnent l'exemple d'Easyjet, qui fait de la publicité pour des tarifs de vol très avantageux. Or, le prix indiqué (p. ex. Fr. 50.-) n'est valable qu'à la condition de payer avec une carte Visa Electron, une carte qui est très peu diffusée en Suisse et à laquelle seule une petite minorité de consommateurs en Suisse a accès. Comme alternative, il est possible d'utiliser la carte de débit Visa, les frais s'élevant alors à Fr. 10.50. Mais tout comme la Visa Electron, cette carte n'est pas répandue en Suisse. Restent donc les cartes de crédits courantes, dont l'utilisation implique des frais de Fr. 20.50, et fait grimper le prix du billet à Fr. 70.50. La conclusion qu'en tirent ces participants est que ces deux modes de paiement hypothétiques sont un moyen de contourner la prescription de l'OIP selon laquelle le prix à payer effectivement doit être indiqué. Dès lors, l'art. 11c devrait être reformulé de manière à ce que dans un tel cas, le prix de Fr. 70.50 doive être indiqué dans la publicité.

Le **PS**, les **Verts**, l'**acsi** et la **SKS** soutiennent également de manière expresse l'alinéa 4 de l'art. 11c ; en effet, il arrive très souvent que les consommateurs commandent, sans le vouloir, des prestations préprogrammées dont ils n'ont nul besoin. De plus, dans ces cas, le prix initialement indiqué dans la publicité ne correspond pas au prix à payer effectivement. Seul le principe de l'*opt in* garantit que le contrat conclu repose sur des manifestations de volonté réciproques et concordantes. Ces participants estiment en outre que le principe de l'*opt in* ne devrait pas s'appliquer seulement aux voyages en avion, mais devrait s'étendre également aux autres prestations offertes en ligne (p. ex, vente de billets pour des manifestations sportives ou des concerts).

economiesuisse approuve expressément le fait que l'OIP révisée contienne, en matière de voyages en avion, des prescriptions analogues au règlement européen. Néanmoins, à l'instar de **Swiss**, il estime problématique que cet article s'écarte du règlement européen sur des points importants. D'une part, le champ d'application matériel est formulé de manière moins précise, et d'autre part, le champ d'application selon le lieu n'est pas défini. Cela pourrait conduire à de graves distorsions de la concurrence[28]. Ces deux participants sont en outre d'avis que l'exécution de cet article devrait être confiée à l'Office fédéral de l'aviation civile (OFAC) ; les arguments qu'ils soulèvent sur ce point sont reproduits sous chiffre 3.18.

3.13 Problème du prix indicatif (art. 13, al. 2 et 18, al. 2 P-OIP)

Art. 13, al. 2

[2] Les producteurs, les importateurs et les grossistes peuvent donner des prix indicatifs*, s'ils mentionnent clairement qu'il s'agit de recommandations de prix non contraignantes.*

Art. 18, al. 2

[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'ils*

[28] La formulation proposée par economiesuisse et Swiss en relation avec cette disposition est reproduite sous ch. 3.18

mentionnent clairement qu'il s'agit de recommandations de prix non contraignantes. Est réservée la législation fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence.

La **grande majorité** des participants sont soit clairement favorables soit non opposés à cette modification. A l'exception d'AG, **tous les cantons** l'approuvent, de même que le **PCS**, le **PRD**, plusieurs **associations faîtières de l'économie**[29] , le **TCS** ainsi que **d'autres intéressés**[30].

L'**UPSA** relève que cette modification correspond aux dispositions de droit des cartels relatives au domaine automobile, en vigueur depuis huit ans.

AG, **les Verts**, le **PS**, la **CFC**, l'**acsi**, le **kf** et la **SKS** sont opposés de manière générale à l'indication de prix indicatifs, estimant qu'ils induisent un rapprochement des prix et nuisent à la concurrence ; en outre, de par leur caractère non contraignant, ils ne sont d'aucune utilité aux consommateurs.

L'**USAM**, l'**ASMAS, Agora** et **Veledes** expliquent que les prix indicatifs sont d'une part des indicateurs non contraignants permettant la fixation des prix (importants avant tout pour les plus petits commerces) et sont d'autre part nécessaires aux producteurs qui font de la publicité pour des produits. Ils relèvent qu'un prix indicatif est par nature non contraignant ; le commerçant de détail sait bien qu'il peut s'écarter de la recommandation du producteur, et l'acheteur potentiel sait de son côté que les prix mentionnés par le producteur dans la publicité représentent des ordres de grandeurs, et que les prix à payer peuvent donc varier d'un commerce à l'autre. Ils soupçonnent qu'il s'agisse d'une manière détournée d'interdire les prix indicatifs, et proposent de supprimer cette adjonction, éventuellement en utilisant la formulation de prix indicatifs « recommandés » ou « conseillés ».

L'**ASP** rejette clairement cette modification, et souhaite revenir à la disposition initiale, qui, en exigeant que les prix indiqués soient effectivement pratiqués pour une part prépondérante des marchandises, permettait d'éviter que les consommateurs soient induits en erreur par l'indication de prix indicatifs surfaits (« bases de calcul des prix »).

economiesuisse, l'**asut, Orange** et **Swisscom** estiment que les adjonctions proposées vont trop loin. En interdisant *de facto* aux producteurs, importateurs et grossistes la communication de prix de vente contraignants dans la publicité et vis à vis des consommateurs, le projet de révision est contraire à la loi sur les cartels, cette dernière contenant une présomption réfutable de restriction à la concurrence en cas d'accord fixant des prix, et prévoyant l'examen au cas par cas de la licéité de l'indication de prix indicatifs. Une telle entrave à la liberté économique nécessite une base légale claire, ce qui n'est pas le cas en l'occurrence[31].

3.14 Lisibilité et visibilité (art. 14, al. 3bis P-OIP)

Art. 14, al. 3bis (nouveau)

3bis Les indications selon le présent article doivent être bien visibles et aisément lisibles sur fond neutre.

Cette disposition est **diversement accueillie** par les participants à la procédure de consultation.

A deux exceptions près[32], tous les **cantons** l'approuvent expressément ou implicitement, de même que le **PCS**, le **PLR**, plusieurs **associations faîtières de l'économie**[33], le **kf**, le **TCS**, et

[29] SEC Suisse, USP, USS

[30] Entre autres, Coop, FER, Fust, Migros, Swiss Retail Federation, UPSA

[31] La formulation proposée par economiesuisse, asut, Orange et Swisscom en relation avec cette disposition est reproduite sous ch. 3.18

[32] BS, GR

[33] SEC Suisse, USP et USS

d'autres intéressés.

Coop et **Fust** relèvent que cette règle va de soi mais qu'une certaine flexibilité est requise.

BS, **GR** sont favorables à l'obligation de bonne lisibilité et visibilité des indications mais considèrent que le terme « fond neutre » doit être supprimé, car il s'agit d'une notion difficile à définir qui restreint trop les prestataires dans la conception des publicités; ils sont rejoints sur ce point par l'**ASSL**, qui considère en outre que la nécessité de bonne lisibilité est essentielle et suffisante, incluant implicitement la notion de visibilité.

Le **Forum PME** souhaite que le « guide pratique » du SECO explique plus en détail, au moyen d'exemples concrets, les notions « bien visibles et aisément lisibles sur fond neutre ». En effet, ces termes sont relativement vagues, sujets à interprétation et nécessitent d'être davantage explicités, afin d'augmenter la sécurité juridique des entreprises et professionnels concernés.

Les Verts, l'**acsi** et la **SKS** estiment que la modification prévue est en faveur des consommateurs mais souhaitent des prescriptions plus sévères, étant donné que les prestataires et les publicitaires ont leur propre conception de ce qui est « bien visible » et « aisément lisible ».

L'**USAM**, **economiesuisse**, la **branche de la publicité**[34], l'**asut**, **hotelleriesuisse,** l'**UPSV**, **Migros**, **Orange** et **Swisscom** sont fermement opposés à cette modification. Ils estiment que les dispositions de l'OIP relatives à la publicité sont déjà trop détaillées et d'une grande complexité. Or, la modification proposée (« bien visible et facilement lisible ») va encore plus loin que les règles actuelles et n'est pas réalisable dans la pratique. Bien souvent, sur les affiches, les annonces ou les spots TV, les spécifications, même en petits caractères, nécessitent plusieurs lignes de texte. Ces informations ne peuvent tout simplement pas, même avec la meilleure volonté, être communiquées de façon bien visible et facilement lisible. En outre, l'OIP part du principe erroné que la publicité doit contenir des indications qui soient aussi détaillées qu'au *point of sale (POS).* La publicité ne donne pas lieu à une offre contractuelle (cf. art. 7 al. 2 CO); c'est au POS que la décision d'achat a lieu, et c'est donc à cet endroit que l'offre doit être spécifiées de manière détaillée. De plus, les nouveaux critères de lisibilité et visibilité ne sont pas assez précis, conduisent à une insécurité dans l'application du droit et augmentent le risque de poursuite pénale, ce qui va à l'encontre du principe *nulla poenea sine lege stricta*. Ils proposent de supprimer cette modification, et souhaitent un remaniement en profondeur des dispositions relatives à la publicité, afin de les rendre plus axées sur la pratique, en faisant appel à des experts du secteur de la publicité et des médias ainsi qu'aux organisations de consommateurs.

3.15 Comparaisons de prix relatives aux articles de saisons (art. 16, al. 3 P-OIP)

Art. 16, al. 3

[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.
L'autocomparaison relative à des marchandises de saison, telles que vêtements, chaussures, articles de sport, peut être pratiquée au maximum pendant quatre mois, lorsque le prix plus élevé a effectivement été pratiqué durant au moins les deux mois précédents.

La **majorité** des participants qui se sont exprimés au sujet de cette disposition lui réservent un accueil favorable. A deux exceptions près,[35] les **cantons** l'approuvent, de même que le **PCS**, le **PLR**, plusieurs **associations faîtières de l'économie**[36] ainsi que d'autres intéressés.

Tout en étant favorable à cette disposition, **BL** se demande si l'énumération est exhaustive ou inclut par ex. également les meubles de jardin; **Fust** souhaite adjoindre à la liste des produits de

[34] ASA, ASMD, ASW, AWS, BSW, IGEM, Médias Suisses, Publisuisse, Pub. Suisse, script
[35] AG, VD
[36] SEC Suisse, USAM, USP et USS

saison les climatiseurs, grills et humidificateurs; **GastroSuisse** propose de renoncer à cette adjonction - la distinction entre les marchandises de saison et les autres étant peu claire - mais de modifier l'article existant en prévoyant un maximum de quatre mois pour tous les articles. La **FER** demande que le prix comparatif puisse être indiqué jusqu'à la disparition complète de l'article à la condition que le prix normal ait été maintenu durant deux mois au minimum.

AG rejette cette modification, redoutant que les vendeurs offrent ces marchandises à un certain prix durant l'entre-saison pour ensuite pouvoir indiquer des prix comparatifs; **VD** y est opposé, arguant que la règle actuelle est désormais connue des commerçants et qu'un nouveau changement provoquerait des incertitudes. Ces deux cantons estiment en outre que la notion d' « articles de saison » est vague et que la distinction avec les marchandises « normales » est peu claire, ce qui complique grandement l'exécution. **Les Verts,** l'**acsi**, le **kf** et la **SKS** considèrent trop longue la durée de quatre mois prévue pour les marchandises de saisons, qui, de toute façon, ne sont d'actualité que durant peu de temps et sont d'avis qu'il n'est pas possible de contrôler que le prix a bien été pratiqué durant deux mois. **economiesuisse** se réfère à la prise de position de la **Swiss Retail Federation**, qui, à l'instar de la **FER**, souhaite une solution plus facile à mettre en pratique. Elle déplore que les marchandises soldées lors de la saison précédente doivent être ré-étiquetées à la saison suivante, ce qui engendre des coûts importants et n'est pas transparent pour les consommateurs. Elle demande que l'autocomparaison relative à des marchandises de saison puisse être pratiquée de manière illimitée dans le temps, lorsque le prix plus élevé a été pratiqué durant au moins trois semaines. **Lausanne** considère que les consommateurs ne sont pas suffisamment protégés contre les abus.

3.16 Réductions de prix (art. 17, al. 2 P-OIP)

Art. 17, al. 2

[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.

L'**immense majorité** des participants sont soit clairement favorables[37], soit non opposés à l'assouplissement prévu à l'art. 17 al. 2 du projet.

La **branche de la publicité** ainsi que la **Swiss Retail Federation** saluent cette modification et souhaiteraient qu'elle aille encore plus loin. Leurs arguments sont reproduits sous chiffre 3.18.

L'**asut** salue expressément cette modification, grâce à laquelle l'exception prévue ne se limite plus, de façon arbitraire, à l'indication de taux de réduction.

ZH est opposé à cette disposition, craignant qu'il en résulte une augmentation des actions publicitaires destinées à appâter les consommateurs au moyen de montants de réduction sans indication du prix, ce qui va à l'encontre de la transparence des prix. La Ville de **Lausanne** est d'avis que cette modification est insuffisante, même si elle répond mieux au besoin des commerçants.

3.17 Renforcement de l'exécution (art. 23, al. 2 P-OIP)

Art. 23, al. 2, deuxième phrase (nouveau)

[2] ..... *Les offices cantonaux compétents communiquent au Département fédéral de l'économie une fois par an le genre et le nombre des contrôles effectués et des infractions dénoncées,*

[37] En particulier : la plupart des cantons, les associations faîtières de l'économie ainsi que les participants actifs dans le domaine de la vente.

regroupés par branches.

A l'exception de six cantons[38], la grande majorité des **cantons** (ainsi que la ville de **Lausanne**) rejettent clairement cette nouvelle disposition[39], ou émettent des réserves ou des propositions d'amendement[40].

BL et **BS** estiment que ce compte rendu annuel permettra une meilleure vue d'ensemble et une unification de l'exécution de l'OIP; **NE** relève que ce rapport annuel permettra de déterminer l'intensité de la mise en œuvre de l'OIP et correspond d'ailleurs à la pratique connue dans le domaine des denrées alimentaires. **AG** considère qu'un rapport qualitatif (relatif à l'activité de contrôle et aux infractions constatées) est préférable à un rapport quantitatif ; **AI** propose un rapport indiquant les branches contrôlées, les infractions constatées et les mesures ayant été prises. Plusieurs cantons[41] souhaitent que le SECO mette à leur disposition un modèle de rapport et prévoie des directives précises relatives aux contrôles. **TI** estime qu'une aide financière doit être accordée pour faire face aux coûts induits par ce rapport.

Il est principalement reproché au rapport annuel d'engendrer une augmentation de la charge de travail et des coûts administratifs[42]. Plusieurs cantons expliquent que l'exécution ayant été déléguée aux communes, la récolte des données serait excessivement compliquée[43]; d'autres doutent de l'utilité de ce rapport[44] et/ou relèvent qu'il n'est nulle part fait état de lacunes dans l'exécution de l'OIP[45].

La **Swiss Retail Federation** rejette cette mesure car elle craint qu'elle incite les cantons à « faire la course » aux avertissements et dénonciations, même pour des « broutilles », au lieu de se concentrer sur les problèmes importants. Le **Forum PME** relaie l'opinion de SO, selon qui d'autres indicateurs devraient être prévus afin de mieux tenir compte des concepts d'exécution modernes développés ces dernières années par les cantons.

Le rapport annuel est par contre largement soutenu ou ne fait pas l'objet d'opposition de la part des **partis politiques**, des **associations faîtières de l'économie**, des **organisations de consommateurs** ainsi que des **autres intéressés**[46].

Ces participants estiment que la mesure projetée permettra d'améliorer l'exécution de l'OIP, en apportant une meilleure vue d'ensemble et une coordination plus efficace. **Les Verts**, l'**acsi** et la **SKS** estiment qu'il s'agit d'un pas dans la bonne direction mais doutent que cette mesure suffise à donner à l'OIP le poids nécessaire.

En effet, l'exécution de l'OIP par les cantons est considérée par plusieurs participants comme largement insuffisante[47]. Les contrôles en matière d'OIP sont négligés par les cantons et ne sont effectués que de manière lacunaire et limitée, à cause du manque de ressources financières et en personnel. De plus, selon les cantons, les activités de contrôle sont attribuées arbitrairement à différents offices (surveillance du marché, police administrative, inspectorat du travail, police du commerce, etc.)[48]. Certains prestataires indélicats profitent de l'inefficacité de l'exécution, au détriment des commerçants sérieux[49]. L'exécution de l'OIP doit être plus uniforme et le SECO

[38] BL, BS, FR, GE, JU et NE
[39] AR, BE, GL, GR, OW, SG, SO, TG, UR, VD, ZG, ZH
[40] AG, AI, NW, SH, TI
[41] AI, BL, BS, SH
[42] AI, AR, BE, GL, GR, NW, OW, SG, SH, SO, TG, TI, UR, VD, ZG, ZH
[43] BE, SG, TG,
[44] AR, GR, OW, SG, SO, VD, ZG, ZH
[45] OW, UR
[46] À l'exception du Forum PME, de la Swiss Retail Federation ainsi que de Lausanne
[47] Les Verts, ASMAS, acsi, kf, SKS, TCS
[48] Les Verts, acsi, SKS
[49] ASMAS, Swiss Retail Federation

doit donc exercer de façon plus stricte la haute surveillance, en coordonnant mieux les activités de contrôle et en donnant des instructions claires aux cantons[50].

3.18 Autres suggestions

Plusieurs participants à la consultation proposent de compléter la version du projet qui leur a été soumise ou soumettent des propositions de formulation concrètes.

Art. 3 Obligation d'indiquer le prix de détail

Al. 1

Le PS, l'**acsi** et la **SKS** constatent que l'on est de plus en plus souvent confronté à des marchandises internationales (p. ex. vêtements et chaussures de grandes chaînes de magasin) dont les étiquettes comportent des **prix en francs suisses et en euros**. Or, les consommateurs ne savent pas s'ils ont l'obligation de payer le prix indiqué en francs suisses, généralement plus élevé, ou s'ils peuvent payer le prix en euro qui est bien plus avantageux. En règle générale, les commerces n'acceptent que le paiement en francs suisses. Ces trois participants demandent donc que l'art. 3 al. 1 soit modifié comme suit : « *Le prix à payer effectivement pour les marchandises offertes au consommateur doit être indiqué en francs suisses (prix de détail). Si le prix est indiqué en euro ou dans une autre monnaie étrangère, le consommateur doit être libre de payer dans cette monnaie ».*

Art. 4 Taxes publiques, contributions anticipées à l'élimination, avantages

Al. 1

La **SENS** et la **SLRS** soulèvent un problème en relation avec l'obligation d'inclure, dans le prix à payer effectivement, les **contributions anticipées à l'élimination**. Ces deux fondations expliquent être chargées par l'économie privée de l'exploitation d'un système de récupération et d'élimination des appareils électriques et électroniques, qui se base sur une ordonnance du conseil fédéral [51]. Les commerçants, fabricants et importateurs, qui décident, sur une base volontaire, de participer et de financer ce système de recyclage, prélèvent donc une taxe anticipée de recyclage (TAR) qui est comprise dans le prix de vente des appareils. Malheureusement, certains prestataires indélicats refusent de participer à ce système en profitant de son caractère non contraignant. Ces deux participants souhaitent que l'OIP prévoie l'obligation, pour les prestataires ayant effectivement reportés la TAR sur le prix de vente, de l'indiquer également séparément. De cette façon, les consommateurs sont informés de la prestation supplémentaire mise à disposition, et peuvent de plus distinguer entre les produits contenant la TAR et les produits des prestataires ne participant pas au système.

Le **TCS** constate que l'offre de véhicules électriques gagne de plus en plus en importance, d'où une importance accrue pour les consommateurs de connaître les **prix de l'électricité**. Or, il déplore que de nombreuses sociétés du marché de l'électricité ne respectent souvent pas l'OIP et indiquent leur prix TVA exclue.

Art. 6 Marchandises mesurables et prix unitaire

[50] Les Verts, acsi, SKS, Coop, Fust, Swiss Retail Federation

[51] Ordonnance sur la restitution, la reprise et l'élimination des appareils électriques et électroniques (OREA ; RS 814.620)

Al. 3 (prix des conserves alimentaires)

AG indique que le renvoi à l'ordonnance sur les déclarations, opéré à l'art. 6 al. 3 OIP, est erroné : l'article pertinent est l'art. 17 al. 1 lit. a et non pas l'art. 18.

Art. 7 Affichage

Le **Forum PME** et **pharmaSuisse** soulèvent un problème lié à l'indication du **prix des médicaments** qui ne sont pas en libre service. En effet, la feuille d'information du SECO sur ce sujet prévoit que le prix des médicaments qui ne sont pas en libre service doit être indiqué sur le produit lui-même ; Or, les prix des médicaments sont fréquemment modifiés. Ainsi, lors de chaque changement de prix imposé par l'Etat, émanant de l'industrie pharmaceutique ou en cas de relèvement des taux TVA, ces médicaments doivent être ré-étiquetés, ce qui engendre des coûts très importants et est considéré comme disproportionné. Ces deux participants demandent donc que le prix n'ait plus à être apposé à l'avance sur chaque emballage mais puisse être indiqué lors de la remise au client, par ex. sur la quittance d'achat, sur l'étiquette où figurent les informations relatives à la posologie, ou sur la facture de la caisse maladie.

Art. 7 et 11 Mode d'indication

La **FER** souhaite qu'un nouvel article générique traite de **l'indication des prix sur internet**, en particulier afin que les consommateurs connaissent toutes les conditions d'achat avant de valider le paiement.

Art. 8 Indication visible et lisible

En vertu de l'art. 8, les prix doivent être bien visibles et aisément lisibles. Les **Verts**, l'**acsi** et la **SKS** ont constaté de graves lacunes dans l'indication du prix unitaire. En effet, ce prix est bien souvent à peine lisible, est parfois indiqué verticalement au lieu d'horizontalement et, en cas d'affichage sur le rayon ne peut plus être déchiffré pour les marchandises exposées en haut ou tout en bas. Ils préconisent donc l'introduction d'un troisième alinéa, dont la teneur serait la suivante : « *en particulier, en cas d'affichage du prix sur les rayons ou sur des étiquettes, le prix unitaire doit être bien lisible ».*

Art. 10 Obligation d'indiquer le prix [des prestations de services]

Les **Verts**, le **PS**, **l'acsi** et la **SKS** souhaite élargir la liste des prestations de services prévues à l'art. 10 et y adjoindre les **fonds de placement** ainsi que les prestations des **avocats**.

Lit. s

economiesuisse relaie la prise de position de **Hapimag**, selon laquelle les **droits d'utilisation à temps partiel de bien immobiliers** ne devraient pas être soumis à l'OIP. En effet, ils ne doivent pas être considérés comme des « services », car ils consistent en la mise à disposition de locaux d'habitation, analogiquement à la location.

Art. 11 Mode d'indication

Al. 3 (indication du prix des boissons dans l'hôtellerie et la restauration)

GastroSuisse demande une modification de **l'art. 11 al. 3 OIP** pour qu'y soient mentionnées les boissons pour lesquelles il n'existe pas d'obligation d'indication de quantité, à savoir les mélanges de plusieurs boissons prêtes à la consommation, les boissons diluées avec de l'eau

ou mélangées à de la glace (p. ex. cocktails) ainsi que les boissons chaudes (par. ex. café ou thé).

Al. 4 (indication des prix dans l'hôtellerie)

BL propose de reformuler l'art. 11, al. 4 de la manière suivante : « *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 porté par écrit à la connaissance du client au plus tard lors de son arrivée et affiché dans les chambres (alternativement : communiqué) »*.

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

Al. 3

L'**asut**, **Orange** et **Swisscom** souhaitent souligner que lors de la consultation sur la modification des ordonnances de la loi sur les télécommunications qui s'est déroulée en 8 avril au 5 juin 2009[52], ils n'ont pas eu la possibilité de se prononcer sur l'art. 11b al. 3 OIP (**information sur la désactivation du service *push***). Si l'envoi de cette information lors de chaque SMS est possible, bien que techniquement difficile, il est par contre extrêmement complexe de donner la possibilité aux clients de renoncer à cette annonce. En effet, cela suppose la création de deux banques de données des clients (ceux qui souhaitent l'information et ceux qui y renoncent). Ces trois participants proposent donc de reformuler l'alinéa 3 de la façon suivante : *« 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. ~~Il doit pouvoir renoncer gratuitement à cette information~~*.

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

Al. 1

Swiss et **economiesuisse** proposent de reformuler l'art. 11c al. 1 de la manière suivante :
« Quiconque propose aux consommateurs en Suisse des tarifs aériens sous quelque forme que ce soit, y compris sur internet, pour des services aériens au départ d'un aéroport situé en Suisse ou dans l'union européenne, doit mentionner les conditions tarifaires applicables ».

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

economiesuisse, l'**asut, Orange** et **Swisscom** proposent les formulations suivantes :

Art. 13, al. 2 : « Les producteurs, les importateurs et les grossistes peuvent donner des prix indicatifs*. ~~s'ils mentionnent clairement qu'il s'agit de recommandations de prix non contraignantes~~. Est réservée la législation fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence ».*

Art. 18, al. 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'ils mentionnent clairement qu'il s'agit de recommandations de prix non contraignantes~~. Est réservée la législation fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence ».*

Art. 14 Spécification

[52] Cf. http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03153/index.html?lang=fr

Al. 2

BL propose d'autoriser qu'une publicité renvoie à une page internet en ce qui concerne les informations relatives à la spécification, à la condition que les informations soient facilement accessibles (par 1 à 3 clics de souris).

Chapitre 5 Indication fallacieuse de prix

GastroSuisse est d'avis que le titre du chapitre 5 « Indication fallacieuse de prix » ne correspond pas au contenu des art. 16 à 19, qui indiquent les exigences relatives à l'indication de prix comparatifs, de réductions de prix, etc. Selon cette association, c'est l'ordonnance dans son ensemble qui a pour but d'éviter les indications de prix fallacieuses.

Art. 16 Indication d'autres prix

Al. 2 (genre de comparaison de prix)

Swiss Retail Federation relève qu'en vertu de l'art. 16 al. 2 OIP, il doit ressortir de l'annonce de quel genre de comparaison de prix il s'agit. Le guide pratique du SECO relatif à l'OIP prévoit quant à lui que le simple fait de barrer le prix n'indique pas suffisamment clairement quels prix sont comparés, raison pour laquelle il faut ajouter une mention telle que « avant-actuel », « nouveau – ancien », etc. Cette fédération estime que cette règlementation ne tient pas compte de la pratique et induit une charge de travail inutile. Selon elle, en ce qui concerne l'autocomparaison, le simple fait de barrer le prix et d'en indiquer un nouveau devrait être suffisant ; de nos jours, les consommateurs partent aussi tout naturellement du principe qu'il s'agit d'une autocomparaison. Elle propose donc de modifier l'alinéa 2 de la façon suivante : *« Sur demande, le vendeur doit rendre vraisemblable que les conditions justifiant l'indication de prix comparatifs sont remplies. Dans le 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 »*.

Al. 3 (durée d'indication du prix comparatif)

AG estime que l'examen du respect de l'art. 16 est extrêmement difficile et requiert une grande charge de travail. En prévoyant **l'obligation d'indiquer la durée** durant laquelle le prix comparatif a été, resp. sera pratiqué, l'exécution sera facilitée. Ce canton propose donc de modifier l'alinéa 3 en y ajoutant l'obligation d'indiquer la durée pendant laquelle la marchandise a été offerte au prix comparatif.

Art. 17 Mentions de réductions de prix

Al. 2

La Branche de la publicité[53] ne comprend pas la raison pour laquelle une mention telle que « **Action: 30% à 70%** sur les meubles » est considérée comme trompeuse. En effet, les dispositions complexes et peu claires relatives aux indications de prix fallacieuses interdisent ce genre de mentions, et exigent l'indication des prix ainsi que de spécifications détaillées. Selon ces participants, afin d'éviter toute tromperie, il suffirait de garantir que les produits ou les catégories de produits désignés soient effectivement offerts et vendus aux taux de réduction indiqués.

La **Swiss Retail Federation** ne voit pas non plus pourquoi l'exception prévue à l'art. 17 al. 2 pour les taux ou montants de réduction uniques ne devrait pas s'appliquer également aux mentions telles que « rabais de 10-50% ». Les consommateurs ne sont pas induits en erreur, car

[53] ASA, ASMD, ASW, AWS, BSW, IGEM, Médias Suisses, Publisuisse, Pub. Suisse, script

ils sont conscients de ce que la réduction peut varier à l'intérieur de cette fourchette. La formulation suivante est donc proposée : *« 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 ou qu'une fourchette de taux ou montant de réduction soit indiquée ».*

Art. 22 Exécution

BL souhaite que l'exécution de l'OIP en matière de **publicité par radio et télévision** soit confiée au SECO, afin de régler de façon claire la compétence d'intervention pour ces programmes qui sont diffusés dans la Suisse entière. En effet, la pratique montre que certains cantons n'osent pas intervenir dans ce genre de cas, bien que des infractions soient régulièrement constatées. BL propose donc d'ajouter un nouvel alinéa (3) à l'art. 22, dont la teneur serait la suivante : « *Le Secrétariat d'Etat à l'économie veille au respect des dispositions de la présente ordonnance pour la publicité par voie de radio et de télévision sur le territoire suisse ; la procédure est régie par le droit fédéral »*. Alternativement, BL demande la formulation suivante : *« le SECO soutient les cantons dans l'exécution de ces tâches au moyen d'instructions claires. »*

La **Swiss Retail Federation** souhaite un changement dans le système de l'exécution OIP. Elle demande que les autorités d'exécution se concentrent sur le problème des prix mensongers (ou « **Mondpreise** ») consistant tromper les consommateurs par l'indication, à titre de prix comparatif, d'un prix surfait n'ayant jamais été pratiqué. Les autres cas pourraient par exemple n'être contrôlés que suite à une plainte concrète.

Art. 23 Haute surveillance exercée par la Confédération

Al. 1

Swiss et **economiesuisse** estiment que **l'exécution** de l'article 11c relatif au mode d'indication des prix des **voyages en avion** devrait être confiée à l'Office fédéral de l'aviation civile (OFAC) ; ils relèvent en effet que le règlement européen exige des Etats qu'ils fixent des sanctions efficaces, proportionnées et dissuasives en cas d'infractions relatives aux dispositions tarifaires, ce qui n'est pas le cas de l'amende prévue pour les infractions à l'OIP. Dès lors, les infractions à l'art. 11c al. 1 OIP devraient être sanctionnées non seulement sur la base de l'art. 24 LCD mais aussi sur la base des art. 91 ss de la loi sur l'aviation[54]. Ils proposent donc de reformuler l'art. 23 al. 1 OIP de la manière suivante : *La Confédération exerce la haute surveillance par l'intermédiaire du Département fédéral de l'économie. Les infractions à l'art. 11c de la présente ordonnance sont poursuivies par l'office fédéral de l'aviation civile conformément à l'art. 24 LCD et aux art. 91ss LA*.

[54] Loi fédérale du 21 décembre 1948 sur l'aviation (LA ; RS 748.0)

4 Annexes

Procédure de consultation : Liste des réponses reçues
Vernehmlassungsverfahren: Verzeichnis der eingegangenen Stellungnahmen
Procedura di consultazione Lista dei pareri ricevuti

1. Cantons - Kantone – Cantoni

1. - 26.	AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, JU, LU, NE, NW, OW, SG, SH, SO, SZ, TG, TI, UR, VD, VS, ZG, ZH

2. Partis politiques - Politische Parteien - Partiti politici

27.	Parti écologiste suisse Grüne Partei der Schweiz Partito ecologista svizzero Partida ecologica svizra	Les Verts Grüne I Verdi La Verda
28.	Parti chrétien-social Christlich-soziale Partei Partito cristiano sociale Partida cristian-sociala	PCS CSP PCS PCS
29.	Les Libéraux-Radicaux Die Liberalen I Liberali Ils Liberals	PLR FDP PLR PLD
30.	Parti socialiste suisse Schweiz Sozialdemokratische Partei der Schweiz Partito socialista svizzero Partida socialdemocrata da la Svizra	PS SP PS PS

3. Associations faîtières des communes, des villes et des régions de montagne qui œuvrent au niveau national - Gesamtschweizerische Dachverbände der Gemeinden, Städte und Berggebiete - Associazioni mantello nazionali dei Comuni, delle città e delle regioni di montagna

31.	Union des Villes Suisses Schweizerischer Städteverband Unione delle Città Svizzere	A renoncé explicitement à prendre position	UVS SSV UCS

4. Associations faîtières de l'économie qui oeuvrent au niveau national - Gesamtschweizerische Dachverbände der Wirtschaft - Associazioni mantello nazionali dell'economia

32.	Fédération des entreprises suisses Verband der Schweizer Unternehmen Federazione delle imprese svizzere		economie-suisse
33.	Société suisse des employés de commerce Kaufmännischer Verband Schweiz Società svizzera degli impiegati di commercio		SEC Suisse KV Schweiz SIC Svizzera
34.	Union patronale suisse Schweizerischer Arbeitgeberverband Unione svizzera degli imprenditori	A renoncé explicitement à prendre position	UPS SAGV UPS
35.	Union suisse des arts et métiers Schweizerischer Gewerbeverband Unione svizzera delle arti e mestieri		USAM SGV USAM
36.	Union suisse des paysans Schweizerischer Bauernverband Unione svizzera dei contadini		USP SBV USC
37.	Union syndicale suisse Schweizerischer Gewerkschaftsbund Unione sindacale svizzera		USS SGB USS

5. Organisations de consommateurs - Konsumentenorganisationen - Organizzazioni di consumatori

38.	Associazione Consumatrici Svizzera Italiana	acsi
39.	Konsumentenforum	kf
40.	Stiftung für Konsumentenschutz	SKS
41.	Touring Club Suisse Touring Cub Schweiz Touring Club Svizzero	TCS

6. Autres organisations intéressées - Übrige Interessierte Kreise - Altre persone interessate

42.	Association des groupements et organisations romands de l'agriculture	Agora
43.	Association Suisse des Annonceurs Schweizer Werbe-Auftraggeberverband	ASA SWA

44.	Association suisse des droguistes Schweizerischer Drogistenverband	ASD SDV
45.	Association suisse des entreprises d'entretien des textiles Verband Textilpflege Schweiz	ASET VTS
46.	Association suisse des Magasins d'Articles de Sport Verband Schweizer Sportfachhandel	ASMAS
47.	Association suisse de Marketing Direct Schweizer Direktmarketing Verband	ASMD SDV Marketing
48.	Association suisse du pneu Reifen-Verband der Schweiz Associazione svizzera del pneumatico	ASP RVS ASP
49.	Association Suisse des Sociétés de Leasing Schweizerischer Leasingverband	ASSL SLV
50.	Association suisse des télécommunications Schweizerischer Verband der Telekommunikation	asut
51.	Geschäftsstelle ASW	ASW
52.	Aussenwerbung Schweiz	AWS
53.	Basellandschaftlicher Notariatsverband	BNV
54.	Association Suisse des Agences en Publicité et Communication Verband der Werbe- und Kommunikationsagenturen der Schweiz	BSW
55.	Centre patronal	Centre Patronal
56.	Commission fédérale de la consommation Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen Commissione federale del consumo	CFC EKK CFC
57.	Coop	Coop
58.	Fédération des entreprises romandes	FER
59.	Fédération patronale Vaudoise	FPV
60.	Fédération Suisse des Notaires Schweizerischer Notarenverband Federazione Svizzera dei Notai	FSN SNV FSN
61.	Forum PME KMU-Forum Forum PMI	Forum PME KMU-Forum Forum PMI
62.	Dip. Ing. Fust AG	Fust
63.	GastroSuisse	GastroSuisse
64.	Hauseigentümerverband Schweiz	HEV
65.	Association des entrepreneurs de l'hôtellerie suisse Unternehmerverband der Schweizer Hotellerie	hotelleriesuisse
66.	Interessengemeinschaft elektronische Medien	IGEM
67.	Municipalité de Lausanne	Lausanne
68.	Médias Suisses	Médias

	Schweizer Medien Media Svizzeri	Suisses Schweizer Medien Media Svizzeri
69.	Fédération des coopératives Migros Migros-Genossenschafts-Bund Federazione delle cooperative Migros	Migros
70.	Notariatskammer Basel-Stadt	Notariats-kammer BS
71.	Orange Communications SA	Orange
72.	Société Suisse des Pharmaciens Schweizerischer Apothekerverband	pharmaSuisse
73.	Publicité Suisse Schweizer Werbung Pubblicità Svizzera	Pub. Suisse SW Pub. Svizzera
74.	Publicité Romande	Publicité Romande
75.	Publisuisse	Publisuisse
76.	Association suisse des rédactrices et rédacteurs publicitaires Schweizer Texterinnen- und Texterverband Associazione svizzera dei copywriter	script
77.	Stiftung Entsorgung Schweiz	SENS
78.	Fondation Suisse pour le recyclage des sources lumineuses et luminaires Stiftung Licht Recycling Schweiz Fondazione Svizzera per il riciclaggio die dispositivi d'illuminazione e delle lampade	SLRS
79.	Société des Vétérinaires Suisses Gesellschaft Schweizerischer Tierärztinnen und Tierärzte	SVS GST
80.	Swiss International Air Lines AG	Swiss
81.	Association des moyennes et grandes entreprises du commerce suisse de détail Vereinigung von Mittel- und Grossbetrieben des schweizerischen Detailhandels	Swiss Retail Federation
82.	Swisscom	Swisscom
83.	Union professionnelle suisse de l'automobile Autogewerbe-Verband Schweiz Unione professionale svizzera dell'automobile	UPSA AGVS UPSA
84.	Union Professionnelle Suisse de la Viande Schweizer Fleischfachverband Unione Professionale Svizzera della Carne	UPSV SFF UPSC
85.	Association suisse des détaillants en alimentation Schweizer Verband der Lebensmittel-Detaillisten Associazione svizzera dei dettaglianti in alimentari	Veledes