



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Ordonnance sur l'indication des prix OIP

Indication des prix des véhicules automobiles



Sommaire

Termes et abréviations utilisés dans la présente brochure	3
Objectifs et champ d'application de l'OIP	4
Principes d'indication des prix des marchandises	5
Principes d'indication des prix des services	6
Principes d'indication des prix dans la publicité	7
Prix comparatifs et réductions de prix	9
Commerce automobile: sur le lieu de vente	11
Commerce automobile: dans la publicité	13
Commerce de pneus	18
Garages	20
Stations de lavage	22
Parkings	23
Bases légales	24
Surveillance, responsabilité et sanctions	25
Informations générales et publications	26

Groupe cible de la présente brochure

- Tous les fournisseurs de produits et de services du secteur des véhicules automobiles (voitures, motos, cyclomoteurs, mobile homes, pneus, etc.)
- Leurs associations professionnelles
- Les professionnels du marketing et de la publicité
- Les écoles spécialisées
- Les organes cantonaux d'exécution

Termes et abréviations utilisés dans la présente brochure

- **OIP:** ordonnance du 11 décembre 1978 sur l'indication des prix (RS 942.211).
- **Offre à l'achat:** tout acte juridique ayant des effets identiques ou semblables à ceux de l'achat, tel que contrats de crédit à la consommation, contrats de location-vente, leasing, offres de reprise liées à un achat.
- **Prix de détail:** prix à payer effectivement en francs suisses, incluant toutes les taxes publiques telles que la TVA, les contributions anticipées à l'élimination/taxes anticipées de recyclage et les suppléments non optionnels de tous genres.
- **Prix unitaire:** le prix par litre, kilogramme, mètre, mètre carré, mètre cube ou par multiple ou sous-multiple décimal de ces unités sur lequel se fonde le prix de détail.
- **Consommateur:** toute personne qui achète une marchandise ou une prestation de service à des fins qui sont sans rapport avec son activité commerciale ou professionnelle.
- **Marchandises mesurables:** marchandises dont le prix de détail est fixé normalement selon le volume, le poids, la masse, la longueur ou la surface (p. ex. essence, gaz, pétrole).
- **Véhicules automobiles:** est réputé véhicule automobile tout véhicule pourvu d'un propre dispositif de propulsion lui permettant de circuler sur terre sans devoir suivre une voie ferrée.¹
- **TVA:** taxe sur la valeur ajoutée.
- **Véhicules utilitaires:** véhicules destinés à une utilisation commerciale ou professionnelle, p. ex. voitures de livraison, camions, tracteurs, etc.
- **Voitures de tourisme:** voitures automobiles légères affectées au transport de personnes comptant neuf places assises, conducteur compris, au maximum (jusqu'à 3,50 t).
- **Prix indicatifs:** recommandations de prix émanant des producteurs, importateurs ou grossistes et destinées aux consommateurs.
- **TAR:** taxe anticipée de recyclage; contribution à payer d'avance, réglée par une convention de droit privé, pour l'élimination de certaines marchandises telles que les appareils électriques ou électroniques, les vieux pneus, etc.
- **TEA:** taxe d'élimination anticipée; taxe fixée par l'Etat et à payer d'avance pour l'élimination des piles et du verre.
- **Abréviations des francs suisses:** Fr., fr., CHF.

Tous les exemples de prix fournis dans la présente brochure sont fictifs.

¹ Art. 7, al. 1, de la loi sur la circulation routière (LCR ; RS 741.01)

Objectifs et champ d'application de l'OIP

L'OIP a trois buts:

- veiller à la clarté des prix;
- assurer que les prix soient comparables;
- empêcher les indications de prix fallacieuses.

L'OIP s'applique:

- aux marchandises offertes au consommateur;
- aux prestations de services au consommateur mentionnées dans l'OIP;
- à la publicité pour l'ensemble des marchandises et prestations de services, dans la mesure où elle s'adresse au consommateur et mentionne des prix.

L'OIP s'applique uniquement aux **offres faites au consommateur**. Par conséquent, les **offres faites aux professionnels**, pour des véhicules utilitaires p. ex., n'entrent pas dans le champ d'application de l'OIP.

Remarque: les prescriptions relatives à l'étiquette-énergie s'appliquent à toutes les voitures de tourisme neuves, y compris pour les offres faites aux professionnels.



Principes d'indication des prix des marchandises

Qui a l'obligation d'indiquer les prix?

Les vendeurs de véhicules automobiles, les gérants de shops de stations-service, les négociants de pneus, les garagistes, les vendeurs de carburant, etc. sont tenus d'indiquer les prix conformément aux prescriptions.

A quelles marchandises s'applique l'obligation d'indiquer les prix?

Aux véhicules automobiles, pneus, carburants, accessoires tels que coffres de toit, jantes, porte-vélos, etc.

Quel prix doit être indiqué?

Le prix à payer effectivement (prix de détail) doit être indiqué en francs suisses. Toutes les taxes publiques reportées sur le prix de détail (TVA, impôt sur les huiles minérales, etc.), les redevances de droits d'auteur, la TAR/TEA et les autres suppléments non optionnels (forfait de livraison, éventuelle taxe sur le CO₂ pour les voitures neuves², etc.) doivent être inclus dans ce prix.

Le prix unitaire doit toujours être indiqué pour les marchandises mesurables: prix par kilogramme, litre, mètre cube (p. ex. essence sans plomb: 1.80 fr./l; gaz naturel: 1.725 fr./kg).

Où faut-il indiquer les prix?

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

Comment les prix doivent-ils être indiqués?

Les prix doivent être clairs et aisément lisibles. Ils doivent être indiqués en chiffres. Il doit ressortir de manière claire et univoque à quel produit et à quelle unité de vente le prix de détail fait référence.

Les prix doivent être aisément lisibles de l'extérieur dans les vitrines, les show-rooms, les salles d'exposition, etc. Ils doivent être clairement attribuables aux produits concernés.



² Ordonnance du 30 novembre 2012 sur la réduction des émissions de CO₂ (Ordonnance sur le CO₂; RS 641.711)

Principes d'indication des prix des services

Qui a obligation d'indiquer les prix?

Les garagistes proposant des travaux d'entretien, les loueurs de véhicules, les exploitants de stations de lavage, les sociétés de leasing et de financement, les gérants de parkings, etc. sont tenus d'indiquer les prix conformément aux prescriptions.

Quel prix doit être indiqué?

Le prix à payer effectivement doit être indiqué en francs suisses. Toutes les taxes publiques reportées sur le prix de détail, les redevances de droits d'auteur et les autres suppléments non optionnels doivent être inclus dans ce prix.

Comment indiquer les prix?

Les prix peuvent être indiqués par des affiches, dans des listes, dans des catalogues, etc. Ils doivent être faciles à consulter et aisément lisibles.

Ils doivent être placés là où les consommateurs se tiennent généralement.

Ils doivent être consultables en libre accès.

Il convient d'indiquer clairement le genre et l'unité des prestations de services ou les tarifs (taux horaire, tarif au kilomètre, taxes de base, etc.) auxquels les prix se rapportent.



Principes d'indication des prix dans la publicité

Est considérée comme publicité, au sens de l'OIP, toute annonce faite au moyen d'un support publicitaire dans le but de promouvoir la vente de ses propres marchandises ou prestations de services.³

Exemples: journaux, revues, prospectus, catalogues publicitaires, listes de prix, radio, télévision, télétexte, affiches, bannières publicitaires, pages d'accueil de sites internet ou courriels.

Publicité sans indication de prix

La publicité sans indication de prix n'est pas subordonnée à l'OIP. A la différence des points de vente et des vitrines, où le prix doit être indiqué pour toutes les offres, il n'est pas obligatoire de mentionner les prix dans une publicité.

Publicité avec indication de prix ou mention de réduction de prix

Lorsqu'une publicité mentionne un prix ou que des échelons, des limites ou des réductions de prix sont donnés en chiffres, il y a lieu d'indiquer le prix à payer effectivement.

Cela vaut pour toutes les marchandises et prestations de services, y compris donc pour les prestations de services qui ne sont pas explicitement énumérées dans l'OIP.

Spécification

- Les indications de prix doivent mettre clairement en évidence la marchandise et l'unité de vente ou le genre et l'unité des prestations de services et les tarifs auxquels le prix se rapporte.
- Les marchandises et les prestations de services doivent être décrites selon leurs critères essentiels comme la marque, le type, la sorte, la qualité et les caractéristiques.
- Ces spécifications doivent être aisément lisibles.
- La taille des caractères concernant les spécifications est fonction du type et du format du support publicitaire.
- Dans les médias électroniques visuels, les spécifications doivent en outre être affichées suffisamment longtemps pour être lues aisément.
- L'indication de prix doit correspondre à l'illustration ou au texte se rapportant à la marchandise ou à la prestation de service désignée.
- Pour la publicité sous forme électronique figurant par ex. sur des pages d'accueil ou des bannières sur l'internet, des courriels ou des smartphones, il est possible de renvoyer à un site internet pour spécifier l'offre, à condition que l'offre spécifiée soit immédiatement visible en un seul clic.

³ Thomas Wyler, *Werbung mit dem Preis als unlauterer Wettbewerb*, Bâle 1990, p. 9

Prix indicatifs dans la publicité

Bien que les prix indicatifs ne soient pas des prix à payer effectivement, les producteurs, les importateurs et les grossistes peuvent les indiquer aux consommateurs.

S'il s'agit de prix de vente conseillés, cela doit être clairement indiqué.

Est réservée la législation fédérale sur les cartels et autres restrictions à la concurrence.⁴



**Modèle spécial
Rapido Bella Premium**
Fr. 25'500.-

1,6 VVT, 6,5 l/100 km, 150 g CO₂/km, catégorie d'efficacité énergétique E, (moyenne de toutes les voitures neuves vendues: 148 g CO₂/km), boîte manuelle, jantes alu 17", peinture métallisée, becquet, intérieur semi-cuir noir/gris, dispositif mains libres Bluetooth®, Fr. 25'500.- (prix de vente conseillé).

⁴ Loi fédérale du 6 octobre 1995 sur les cartels et autres restrictions à la concurrence (loi sur les cartels, LCart ; RS 251)

Prix comparatifs et réductions de prix

Les explications ci-après s'appliquent aux marchandises et prestations de services proposées sur le lieu de vente et dans la publicité.

Dans les cas suivants et aux conditions mentionnées, le vendeur peut indiquer un prix comparatif en sus du prix à payer effectivement.

Autocomparaison

Comparaison du prix actuellement pratiqué par le vendeur avec celui pratiqué **immédiatement avant** par le même vendeur. Par exemple: «Action! Avant Fr. 350.–, maintenant Fr. 225.– seulement».

Condition: le prix comparatif peut être indiqué uniquement pendant la moitié de la période durant laquelle il a été pratiqué, mais au maximum pendant deux mois.

Prix de lancement

Comparaison du prix actuellement pratiqué par le vendeur avec celui pratiqué **immédiatement après** par le même vendeur. Par exemple: «Prix de lancement Fr. 250.– au lieu de Fr. 340.–».

Condition: le prix comparatif peut être indiqué uniquement pendant la moitié de la période durant laquelle il sera pratiqué ultérieurement, mais au maximum pendant deux mois.

Comparaison avec la concurrence

Comparaison du prix avec celui pratiqué par la concurrence. Par exemple: «Mon prix pour le scooter ABC: Fr. 1565.– au lieu de Fr. 1685.– chez la concurrence».

Condition: Le prix de la concurrence doit être effectivement pratiqué actuellement par d'autres vendeurs dans le secteur du marché entrant en considération pour une part prépondérante des marchandises ou des prestations de services identiques. Il est possible de citer le nom des concurrents auxquels on se compare, mais ce n'est pas exigé.

Comparaison portant sur des prix indicatifs

Le prix indicatif peut servir de prix comparatif lorsque les conditions prévues pour la comparaison avec la concurrence sont remplies.

Ce prix doit être effectivement pratiqué par les autres vendeurs dans le secteur du marché entrant en considération pour une part prépondérante des marchandises ou des prestations de services identiques.

Si les prix indicatifs ou les prix de catalogue des producteurs, importateurs ou grossistes sont surfaits en ce sens qu'ils se situent au-dessus des prix pratiqués sur le marché, ils ne doivent pas être utilisés comme prix comparatifs.

Type de comparaison de prix

En cas de prix de lancement ou de comparaison avec la concurrence, il doit ressortir de l'annonce de quel genre de comparaison de prix il s'agit. Si le type de comparaison de prix n'est pas indiqué, il s'agit d'une autocomparaison.

Obligation du vendeur

Sur demande, le vendeur doit rendre vraisemblable que les conditions justifiant l'utilisation de prix comparatifs sont remplies.

Réductions de prix

L'indication en chiffres de réductions de prix, de bonifications, d'avantages procurés par des campagnes de reprise ou d'échange, de cadeaux, etc. (p. ex. «Rabais de 25%», «Fr. 3000.– de moins», etc.), est assimilée à des prix comparatifs. Dès lors, les conditions spéciales d'autocomparaisons, de prix de lancement et de comparaisons avec la concurrence doivent être respectées (p. ex. prix de référence effectivement pratiqué, restriction de durée, etc.).

L'obligation d'indiquer les prix et de donner les spécifications (p. ex. «25% de rabais sur la marchandise XY, description de la marchandise, Fr. 75.– au lieu de 100.–) s'applique en outre 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** (p. ex. «25% de rabais sur l'assortiment de produits Z» ou «1000 francs de moins sur tous les modèles hybrides»).

Remarque: les dispositions sur les prix comparatifs et les réductions de prix s'appliquent aussi aux producteurs, aux importateurs et aux grossistes.

Commerce automobile: sur le lieu de vente

Indication du prix des véhicules automobiles sur le lieu de vente

- Le prix à payer effectivement (y c. la TVA, le forfait de livraison si obligatoire, l'éventuelle taxe sur le CO₂ pour les voitures neuves, etc.) doit être indiqué en francs suisses.
- Les véhicules automobiles doivent être décrits de façon détaillée et aisément lisible.
- Les prestations d'entretien et de garantie incluses dans le prix doivent être clairement indiquées.
- Pour les véhicules d'occasion, il faut également indiquer l'année de fabrication, la date de la première mise en circulation et le kilométrage. La description de la garantie précise la durée et le type de celle-ci ou renvoie à un autre document.
- Toutes les indications et informations doivent figurer de façon bien visible et aisément lisible sur le véhicule exposé ou à proximité immédiate.

Étiquette-énergie pour les voitures de tourisme neuves sur le lieu de vente

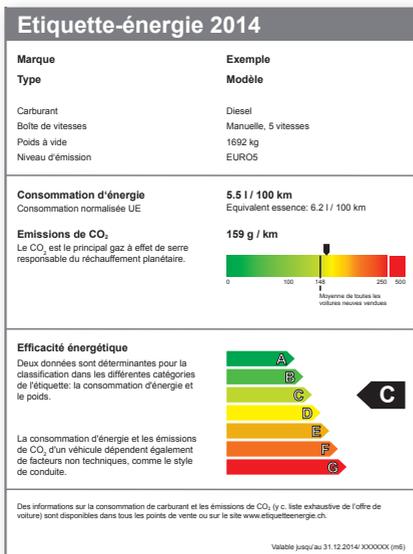
- Les voitures de tourisme neuves doivent en outre être munies de l'étiquette-énergie⁵ de l'année considérée (v. figure). Cette étiquette peut être générée en saisissant le numéro de réception par type sur le site www.etiquetteenergie.ch.



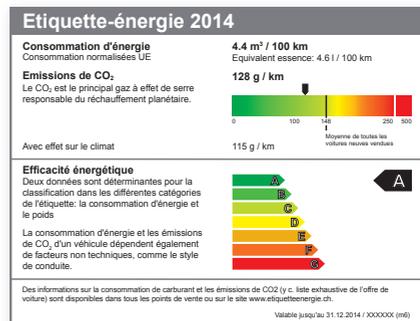
⁵ Cf. appendice 3.6, ch. 2.1, de l'ordonnance du 7 décembre 1998 sur l'énergie (OEné ; RS 730.01)

- L'étiquette-énergie doit être apposée de façon bien visible et lisible sur la voiture de tourisme exposée ou à proximité immédiate.
- L'étiquette-énergie comporte des indications sur la marque, le type, le carburant, la boîte de vitesses et le nombre de rapports, le poids à vide et le niveau d'émission. Elle informe sur la consommation d'énergie, les émissions de CO₂, l'efficacité énergétique (catégories A à G), la durée de validité de l'étiquette-énergie et le numéro de réception par type.
- Les étiquettes destinées aux véhicules diesel, électriques, à gaz, hybrides rechargeables (plug-in hybrides), etc. contiennent d'autres informations, telles que l'équivalent essence ou les émissions de CO₂ issues de la production d'électricité.
- L'étiquette-énergie existe aussi dans une variante simplifiée (v. figure) qui convient à l'affichage sur un écran. En cas d'utilisation de la version simplifiée, il faut veiller à ce que les indications de la partie supérieure de l'étiquette complète (marque, type, carburant, boîte de vitesses, poids à vide et niveau d'émission) figurent dans la suite du texte.
- Pour les véhicules d'occasion à partir de l'année-modèle 2000, il est également possible (sur une base volontaire) de générer une étiquette-énergie en saisissant le numéro de réception par type sur le site **www.etiquetteenergie.ch**. Elle se base sur le système d'évaluation en vigueur pour les véhicules neufs.

Exemple de variante de base: étiquette-énergie pour les véhicules diesel



Exemple de variante simplifiée: étiquette-énergie pour les véhicules à gaz



Commerce automobile: dans la publicité

Prescriptions de l'OIP sur les spécifications

- Le principe de **spécification** exige une description aisément lisible des critères essentiels du véhicule comme la marque, le modèle, la version. Dans une publicité pour un véhicule à moteur, les critères essentiels minimaux sont la marque, le modèle, la version/type et la cylindrée.
- L'indication des prix doit correspondre à l'illustration ou au texte se rapportant à la marchandise désignée.
- Si une publicité indique un **prix minimal**, les spécifications tant du modèle de base auquel il se réfère que du modèle représenté doivent être fournies. Le prix du modèle représenté doit aussi figurer.

Exemple de publicité correcte avec prix minimal

Rapido Futura dès CHF 12 900.–

Modèle illustré:

Rapido Futura sport,
1,4 VVT, 6,1 l/100 km,
140 g CO₂/km, catégorie
d'efficacité énergétique D,
CHF 23 500.–

Rapido Futura Soft,
1,2 VVT, 5,5 l/100 km,
130 g CO₂/km, catégorie
d'efficacité énergétique B,
CHF 12 900.–

**Moyenne de toutes les
voitures neuves vendues:**
148 g CO₂/km
(prix de vente conseillés)



L'étiquette-énergie dans la publicité

- L'ordonnance sur l'énergie et l'ordonnance complémentaire du département⁶, qui est actualisée chaque année, prévoient les obligations d'information suivantes:
 - **Consommation d'énergie:** «x l/100 km» ou «x m³/100 km» ou «x kWh/100 km»; en sus, pour les véhicules ne roulant pas à l'essence: «équivalent essence: x l/100 km».
 - **Emissions de CO₂:** «x g CO₂/km»⁷
 - **Catégorie d'efficacité énergétique (A–G):** «catégorie d'efficacité énergétique x».
 - **Remarque complémentaire:** «moyenne de toutes les voitures neuves vendues y g/km»⁸.
- Ces informations doivent toujours figurer lorsqu'une voiture de tourisme est clairement identifiable dans la publicité. C'est le cas par ex. dès qu'un prix est fourni pour un modèle.
- Pour la publicité dans des imprimés et des listes, ces indications doivent avoir au moins la taille de caractère du texte courant. Si une publicité ne comporte pas de texte courant, les indications doivent être aisément lisibles.
- Pour la publicité dans les médias électroniques visuels, les informations doivent rester affichées suffisamment longtemps pour être lues aisément.

⁶ Ordonnance du DETEC du 5 juillet 2011 sur les données figurant sur l'étiquette-énergie des voitures de tourisme neuves (OEE-VT, RS 730.011.1)

⁷ Pour les voitures dotées d'un autre mode de propulsion (voitures électriques, véhicules hybrides rechargeables, véhicules roulant au carburant E85, véhicules à gaz), d'autres indications sont nécessaires : pour les véhicules électriques, p. ex., les émissions de CO₂ de la production électrique ou, pour les voitures roulant aux biocarburants, l'indication de la part de CO₂ fossile qui a une incidence sur le climat

⁸ Valeur comparative figurant à l'art. 4 OEE-VT

Publicité avec offre de leasing

- Les offres de leasing sont soumises à l'obligation d'indiquer les prix car elles entrent dans la catégorie des actes juridiques ayant des effets identiques ou semblables à ceux de l'achat.
- Les indications suivantes doivent être fournies dans le cadre de la spécification de l'offre de leasing:
 - mensualité;
 - durée ou nombre des mensualités;
 - prix au comptant;
 - taux d'intérêt annuel effectif;
 - kilométrage annuel;
 - mention de la caution et
 - indication si la casco complète est incluse ou non.
- La société de financement doit être clairement identifiée.⁹
- Il doit être fait mention qu'aucun leasing n'est accordé s'il entraîne le surendettement du consommateur.¹⁰

Exemple de publicité correcte en matière de leasing automobile



**Votre nouvelle
Rapido Diesel-Hybrid
en leasing**

Rapido 1.3 VVT-i Hybrid
3,6 l/100 km, équivalent essence
4 l/100 km, 95g CO₂/km (moyenne
de toutes les voitures neuves vendues:
148g CO₂/km)

**catégorie d'efficacité énergétique A
à un taux d'intérêt annuel effectif
de seulement 3,5%**

Au comptant CHF 28'500.-, mensualités CHF 405.-, durée 36 mois, kilométrage max. 12'000 km/an. Casco complète non incluse. La caution s'élève à 10 % du prix au comptant; elle sera remboursée à l'échéance du contrat. Le leasing n'est pas accordé s'il entraîne le surendettement du consommateur. RapidoLeasing SA (prix de vente conseillé)

⁹ Loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD ; RS 241), art. 3, al. 1, let. l

¹⁰ Art. 3, al. 1, let. n, LCD

Publicité avec rabais et réductions de prix

- Des formulations comme «avantage client élevé», «fantastiques offres de reprise», «bonus euro», etc. ne sont pas soumises à l'OIP tant qu'elles ne sont pas associées à des valeurs chiffrées de réduction de prix. Elles doivent toutefois respecter l'interdiction d'induire en erreur inscrite dans la LCD.
- Pour les indications de réductions de prix, il faut en principe indiquer les prix et spécifier les offres.
- Si la publicité fait état de **taux de réduction (%)** ou de **montants de réduction (CHF) forfaitaires** valables sur plusieurs produits de même nature, différents produits, des groupes de produits ou des assortiments, il n'est pas obligatoire d'indiquer le prix et les spécifications de chaque produit.
- **«Offre de reprise de 10% sur toutes les voitures XY et YZ».**
- **«Rabais de printemps: 15% sur toute la gamme de véhicules».**
- **«3000 francs de rabais à l'achat d'un véhicule de la gamme ABC».**
- Les indications de réduction de prix imprécises comme «rabais jusqu'à» ne sont pas autorisées. Une fourchette de réduction de prix (p. ex. de 30 à 50% de rabais ou avantage client de 2000 à 6000 francs) peut être utilisée à condition que le prix et les spécifications d'au moins deux exemples de véhicules disponibles à prix réduits soient indiqués. Cela signifie qu'il faut fournir un exemple de rabais le plus faible et un exemple de rabais le plus élevé. Les conditions spéciales d'autocomparaisons, de prix de lancement et de comparaisons avec la concurrence (p. ex. restriction de durée, prix de référence effectivement pratiqué, etc., voir p. 9) doivent en outre être respectées.

Exemple correct de rabais avec fourchette de réduction de prix



Avantage client de Fr. 2000.– à Fr. 6000.–

Profitez dès maintenant des avantages clients Rapido!

Selon les modèles, économisez de Fr. 2000.– à Fr. 6000.– à l'achat d'une nouvelle Rapido

P. ex. **Rapido Futura Soft**, 1,2 VVT, 5,5 l/100 km, 130 g CO₂/km, catégorie d'efficacité énergétique B, prix de vente Fr. 12 900.–, déduction de l'avantage client de Fr. 2000.–, prix: Fr. 10 900.–.

Rapido Diesel-Hybrid 1,3 VVT-i Hybrid, 3,6 l/100 km (équivalent essence 4 l/100 km), 95 g CO₂/km, catégorie d'efficacité énergétique A, prix de vente Fr. 28 500.–, déduction de l'avantage client de Fr. 6000.–, prix: Fr. 22 500.–. (moyenne de toutes les voitures neuves vendues: 148 g CO₂/km).

(prix de vente conseillés)

Publicité comportant une comparaison avec la concurrence

Seules sont autorisées les comparaisons de prix entre produits identiques.

Si le prix de la concurrence utilisé comme prix comparatif inclut, pour un certain type de véhicule, des prestations supplémentaires (p. ex. entretien et maintenance gratuits jusqu'à 100 000 km ou pendant 8 ans, garantie jusqu'à 100 000 km ou pendant 3 ans) qui ne sont pas comprises dans l'offre personnelle du vendeur, ce dernier doit l'indiquer clairement. Toute tromperie doit être exclue.

Publicité et comparaison avec des prix indicatifs

Dans la publicité, les producteurs, les importateurs et les grossistes peuvent indiquer des **prix indicatifs**, bien que ce ne soient pas des prix à payer effectivement. S'il s'agit de prix de vente conseillés, cela doit être clairement indiqué.

Les prix indicatifs ou les prix de catalogue des producteurs, importateurs et grossistes ne peuvent être utilisés comme prix comparatifs que s'il s'agit de prix effectifs du marché, autrement dit que s'ils sont effectivement pratiqués par d'autres vendeurs dans le secteur du marché entrant en considération pour une part prépondérante des marchandises ou des prestations de services identiques.

Commerce de pneus

Sur le lieu de vente

Le prix à payer effectivement doit être indiqué en francs suisses sur le lieu de vente des pneus. Pour les principes à respecter, se référer au chapitre «Principes d'indication des prix des marchandises».

Dans la publicité

- Lorsque, dans la publicité, des prix sont mentionnés, il faut obligatoirement indiquer le prix à payer effectivement.
- Le principe de **spécification** s'applique: description aisément lisible des critères essentiels des pneus comme la marque, le modèle, les caractéristiques, etc. Les critères essentiels pour les pneumatiques de voitures de tourisme sont:
 - marque
 - dimension (p. ex. 185/70 R 14 88 H)
 - 185: largeur
 - 70: rapport hauteur/largeur
 - R: pneu radial
 - 14: diamètre de la jante
 - 88: indice de capacité de charge
 - H: indice de vitesse
 - type: p. ex. TL (tubeless), normal
 - caractéristiques: hiver (M+S), été, pneus toutes saisons
- 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 des catalogues. S'il s'agit de prix de vente conseillés, cela doit être clairement indiqué.

Comparaisons de prix

Pour les principes relatifs à l'utilisation des prix comparatifs et aux indications de réduction de prix, se référer aux chapitres précédents «Principes d'indication des prix dans la publicité» et «Prix comparatifs et réductions de prix»

Rappel: les **prix indicatifs** ou les prix de catalogue des producteurs, importateurs et grossistes ne doivent être utilisés comme prix comparatifs que s'il s'agit de prix effectifs du marché, autrement dit uniquement si ces prix sont effectivement pratiqués par d'autres vendeurs dans le secteur du marché entrant en considération pour une part prépondérante des marchandises identiques.

Les indications suivantes, dans la publicité et dans la vente, ne sont pas autorisées si elles se réfèrent directement ou indirectement à des **prix indicatifs de producteurs ou d'importateurs** de pneus pour voitures de tourisme qui ne sont pas des prix du marché:

- Prix catalogue Fr. 140.–, notre prix Fr. 100.–
- 30% de rabais
- 30% sur les prix catalogues ou les prix indicatifs
- Jusqu'à 30% de rabais
- 4 pour 3
- Vous économisez Fr. 40.– par pneu



Garages

Pour quelles prestations d'entretien faut-il indiquer les prix?

- Travaux de maintenance selon le plan d'entretien, p. ex. contrôle de la pédale d'embrayage, de la pédale de frein et du frein à main; contrôle de la pression des pneus et de la profondeur des profils; contrôle de l'état de charge de la batterie; contrôle de la courroie trapézoïdale et des niveaux de liquide de frein, de refroidissement, de lave-glace et de direction assistée; vidange d'huile, etc.

Remarque: pour les garagistes, l'obligation d'indiquer les prix se limite aux travaux de maintenance relatifs aux marques qu'ils représentent.

- **Service antipollution**¹¹, p. ex. contrôle du filtre à air, du système de préparation du mélange, de l'allumage, du régime de ralenti, mesure de la concentration de CO, de CO₂, des hydrocarbures, etc.

■ Roues et pneumatiques

- Changement de roues
- Équilibrage des pneus
- Changement de pneus
- Stockage des roues/pneus

■ Nettoyage

- Carrosserie
- Habitacle
- Moteur et compartiment moteur
- Soubassement

■ Préparation au contrôle technique,

p. ex. nettoyage du véhicule, contrôle de l'éclairage, du réglage des phares, de la répartition de la force de freinage, de la sécurité de la direction, de la suspension et du soubassement, etc.

■ Contrôle hivernal ou estival

■ Service de remorquage et de dépannage

■ Vidange d'huile (y c. filtre à huile)

■ Entretien de la batterie et contrôle de l'éclairage

¹¹ Gemäss Verordnung über die technischen Anforderungen an Strassenfahrzeuge (VTS; SR 741.41)

Comment indiquer les prix?

- Le prix à payer effectivement doit être indiqué en francs suisses.
- L'indication des prix doit correspondre aux prestations concernées. Il n'est pas autorisé, p. ex., d'indiquer des prix minimaux ou imprécis (p. ex. «dès 12 francs» ou «de 25 à 50 francs»).
- Il est possible d'indiquer des forfaits.

Changement de roues: Fr. 35.–

Changement de pneus
(y c. équilibrage): Fr. 80.–

Service antipollution:
Moteur à essence mesure
à l'embout d'échappement: Fr. 100.–
Moteur diesel: Fr. 150.–

Nettoyage de l'habitacle:
Petit véhicule: Fr. 30.–
Véhicule de taille moyenne: Fr. 45.–
Grand véhicule: Fr. 50.–

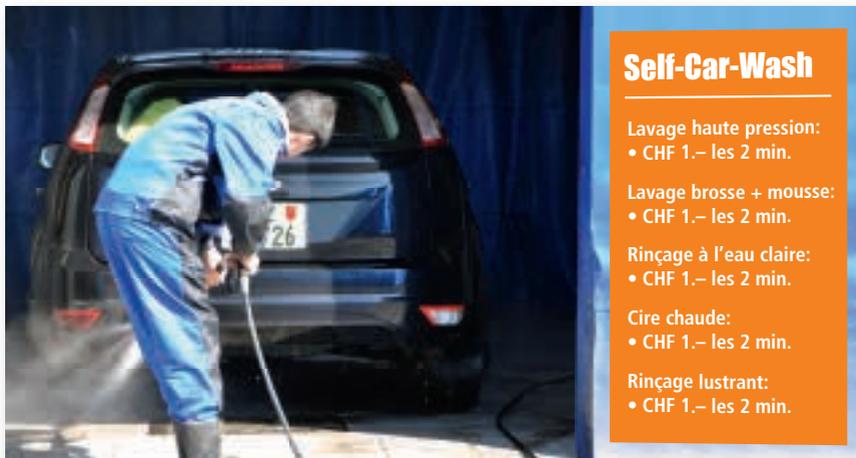
- D'autres formes tarifaires peuvent aussi être indiquées (p. ex. tarifs horaires, coûts à l'unité). L'OIP prévoit cette possibilité pour toutes les prestations de services pour lesquelles il est difficile d'articuler un prix exact.

Coût selon la charge de travail:
par heure Fr. 145.–

Où et sous quelle forme indiquer les prix?

- Les prix des prestations de services du garagiste doivent être faciles à consulter et aisément lisibles pour les consommateurs; ils doivent p. ex. figurer sur une affiche ou une liste.
- L'information sur les prix doit être affichée ou déposée à l'endroit où le consommateur se trouve habituellement.
- L'information sur les prix doit être mise à la disposition du consommateur sans que celui-ci n'ait à la réclamer.
- L'indication supplémentaire des prix sur un site internet est souhaitable. Elle ne dispense toutefois pas d'indiquer les prix sur le lieu de vente.
- Une simple information donnée oralement ne suffit pas selon les dispositions relatives à l'indication des prix.

Stations de lavage



Les stations de lavage sont assimilées à des garages.

Les prix à payer effectivement doivent être indiqués en francs suisses.

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

De manière générale, les **stations de lavage automatiques** (portiques ou tunnels de lavage) proposent plusieurs programmes de lavage à des prix différents. Les prestations de lavage incluses dans le prix doivent apparaître clairement, p. ex. programme de lavage incluant lavage principal, nettoyage des jantes et séchage: CHF 9.–; programme de lavage incluant pré-lavage, lavage principal, nettoyage des jantes, cire, séchage et lavage du soubassement: CHF 17.–.

Dans les **stations de lavage en libre-service**, il faut indiquer la durée d'utilisation à laquelle le prix se réfère, p. ex. aspirateur: CHF 1.– les 5 min; haute pression: CHF 1.– les 2 min.

Parkings

Pour le stationnement des véhicules automobiles, le prix à payer effectivement doit être indiqué en francs suisses.

Les prix doivent être affichés à l'entrée ou à la caisse du parking.

Les prix peuvent également être indiqués sur l'internet, à des fins de comparaison.

Recommandation: il est souhaitable d'indiquer la tolérance de temps admise pour quitter le parking gratuitement.

Exemple de liste de prix pour les parkings



Tarif horaire

Vous disposez de 15 minutes pour quitter le parking gratuitement.
En cas de perte du ticket, une somme de 20 francs sera perçue.

Jusqu'à ... heure(s)	Franc(s)
½	1.00
1	2.00
1½	3.00
2	4.00
3	5.00
4	6.50
5	8.00
6	9.00
7	10.00
8	11.00
9	12.00
10	13.00
11	14.00
12	15.00
13	16.00
14	17.00
15	18.00
16	19.00
17	20.00
18	21.00
19	22.00

Bases légales

- Loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (**LCD**; RS 241)
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19860391/index.html>
- Ordonnance du 11 décembre 1978 sur l'indication des prix (**OIP**; RS 942.211)
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19780313/index.html>
- Code des obligations (**CO**; RS 220), première partie (Dispositions générales), art. 253 à 274 (Du bail à loyer), 184 à 215 (De la vente)
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19110009/index.html>
- Loi fédérale du 23 mars 2001 sur le crédit à la consommation (**LCC**; RS 221.214.1)
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20010555/index.html>
- Appendice 3.6 de l'ordonnance du 7 décembre 1998 sur l'énergie (**OEn**; RS 730.01).
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19983391/index.html>
- Ordonnance du 30 novembre 2012 sur la réduction des émissions de CO₂ (**Ordonnance sur le CO₂**; RS 641.711).
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20120090/index.html>
- Ordonnance du DETEC du 5 juillet 2011 sur les données figurant sur l'étiquette-énergie des voitures de tourisme neuves (**OEE-VT**; RS 730.011.1).
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20110111/index.html>
- Ordonnance du 19 juin 1995 concernant les exigences techniques requises pour les véhicules routiers (**OETV**; RS 741.41)
<http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19950165/index.html>

Surveillance, responsabilité et sanctions

OIP

Surveillance

- Les **cantons** veillent à l'application correcte de l'ordonnance et dénoncent les infractions aux autorités compétentes.
- Le **Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO)** est chargé de la haute surveillance de l'exécution de l'OIP par les cantons. Il établit des instructions et des circulaires à l'intention des organes cantonaux d'exécution. Il est habilité à demander des informations et des documents et à dénoncer les infractions aux services cantonaux compétents. Il peut mener avec les branches concernées et les organisations intéressées des pourparlers relatifs à l'indication des prix.

Responsabilité pénale

Les gérants de magasins ont l'obligation de veiller à ce que les prix soient indiqués de manière conforme aux prescriptions légales sur le lieu de vente et dans la publicité.

Sanctions

Les infractions à l'OIP sont passibles d'une amende de 20 000 francs au plus.

Etiquette-énergie pour les voitures de tourisme

Surveillance

- Le contrôle de l'exécution de l'appendice 3.6 de l'ordonnance sur l'énergie (étiquette-énergie des voitures de tourisme) est du ressort de l'**Office fédéral de l'énergie (OFEN)**.
- Un **organe de contrôle** mandaté par l'Office fédéral de l'énergie procède chaque année à de nombreux contrôles par sondage auprès des vendeurs de voitures neuves. Les listes de prix, une sélection d'imprimés publicitaires et, c'est nouveau, de supports publicitaires électroniques sont évalués régulièrement.

Sanctions

- Les infractions à l'ordonnance sur l'énergie sont passibles d'une amende de 40 000 francs au plus.

Informations générales et publications

Pour de plus amples renseignements concernant l'OIP, contacter:

■ **le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO)**

Secteur Droit
Holzikofenweg 36
3003 Berne
Tél. 031 322 77 70 (secrétariat)
Courriel: pbv-oip@seco.admin.ch
www.seco.admin.ch > Thèmes > Thèmes spéciaux > L'indication des prix

■ **les services cantonaux compétents**

Liste d'adresses: voir www.seco.admin.ch > Thèmes > Thèmes spéciaux > L'indication des prix > Services compétents, renseignements

Pour de plus amples renseignements concernant l'étiquette-énergie pour les voitures de tourisme, contacter:

■ **l'Office fédéral de l'énergie (OFEN)**

Mühlestrasse 4
3063 Ittigen,
adresse postale: OFEN, 3003 Berne
Tél. 031 322 56 11
Courriel: contact@bfe.admin.ch
www.bfe.admin.ch/energieetikette

■ **SuisseEnergie**

www.suisseenergie.ch
Infoline: 0848 444 444

Feuilles d'information du SECO

Le SECO élabore, en partenariat avec des associations professionnelles et des organisations de consommateurs, diverses feuilles d'information consacrées à la mise en oeuvre et à l'exécution de l'OIP.

Ces feuilles d'information peuvent être obtenues gratuitement:

- auprès des organes cantonaux d'exécution,
- ou du SECO, et
- sur www.seco.admin.ch/Thèmes/Thèmes spéciaux/L'indication des prix/Online-Shop – Brochures selon branches

Impressum

Editeur/Distribution

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR,
Secrétariat d'Etat à l'économie SECO,
Secteur Droit,
Holzikofenweg 36,
3003 Berne

Tirage:

8000 ex.

Date de parution:

janvier 2014

Distribution:

Cette brochure peut être consultée ou
commandée gratuitement sur le site du SECO
www.seco.admin.ch.

Cette brochure remplace les anciennes feuilles d'information :

- du 10 mai 1987 concernant les garages
- du 1^{er} avril 1991 concernant les offres
de leasing d'automobiles
- du 1^{er} octobre 1997 concernant les pneus
de voitures particulières



Schweizerische
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

3

