

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Ressort Recht
Holzikofenweg 36
3003 Bern

A l'attention de Monsieur Jürg HERREN

Par courriel : pbv-oip@seco.admin.ch

Lausanne, le 16 mai 2024

Consultation informelle sur le projet de modification de l'OIP
(motion 21.4161 Markwalder du 30.09.2021)

Monsieur,

La Fédération romande des consommateurs (ci-après : la FRC) vous remercie de l'avoir associée à la consultation visée sous référence et vous transmet par la présente sa prise de position.

Commentaire général :

L'indication des prix est une préoccupation majeure pour les consommateurs et, partant, pour la FRC.

La FRC s'est prononcée, à l'instar du Conseil fédéral, en défaveur de la motion Markwalder 21.4161, qui vise à affaiblir les règles sur la comparaison des prix au détriment de l'information des consommateurs et donc à affaiblir la protection offerte à ces derniers.

En effet, la prétendue « simplification » de l'autocomparaison à laquelle tend la motion ne bénéficiera en premier lieu aux vendeurs, et non aux consommateurs.

Selon nous, cette modification va à l'encontre du but même de l'OIP tel que voulu par le législateur (cf. art. 1 OIP).

Seules les règles sur l'autocomparaison telles qu'elles sont actuellement en vigueur (art. 16 OIP) permettent de protéger efficacement les consommateurs, puisqu'elles leur permettent de comprendre, suivre et comparer les prix sans être trompé. Ces règles ont d'ailleurs fait leurs preuves sur le terrain et il n'est nécessaire ni de les « simplifier », ni de les modifier.

FÉDÉRATION ROMANDE DES CONSOMMATEURS

Indispensable et indépendante, la FRC est la plus grande association de défense des consommateurs en Suisse
Rue de Genève 17 | CP 585 | 1001 Lausanne | Tél. 021 331 00 90 | frc.ch/contact | frc.ch

Aussi, la FRC réitère ici son opposition aux modifications proposées, y compris toutes les variantes proposées (voir ci-dessous).

Une promotion valable sans limite de temps n'est plus une promotion ! Autrement dit, l'indication du prix comparatif barré n'a de sens que dans un laps de temps réduit, ce qui est encore plus vrai aujourd'hui au regard de l'importante fluctuation des prix.

Les consommateurs doivent impérativement avoir des repères pour comprendre comment évoluent les prix. Autoriser les enseignes à indiquer un prix de comparaison sans limite de temps met donc en péril la protection des consommateurs contre les tromperies et augmente fortement le risque d'abus.

Comme l'a relevé le Conseil fédéral dans sa réponse à la motion 21.4161, une comparaison de prix avec un prix pratiqué plusieurs mois, voire plusieurs années auparavant, n'est pas parlante : elle est même préjudiciable aux consommateurs.

En voyant une comparaison avec un prix barré qui n'est plus d'actualité depuis longtemps, le consommateur se voit contraint de prendre sa décision sur la base d'informations non pertinentes. Progressivement, il perdra confiance dans les promotions, ce qui n'est certainement pas dans l'intérêt des commerçants non plus.

Les consommateurs ont le droit et sont attachés à un système qui leur permet de comprendre clairement la portée des prix affichés. Or, déjà à l'heure actuelle, certaines affaires conduites par la FRC montrent des dérapages de la part de certaines enseignes (<https://www.frc.ch/dossiers/fausses-actions/>).

De plus, la motion 21.4161 visait avant tout à autoriser sans limite de temps l'affichage d'un prix comparatif pour les articles *saisonniers* (notamment les vêtements, chaussures et articles de sport), lesquels sont sujets à un taux de rotation important dans les magasins. Or, le projet soumis à consultation élargit le champ d'application de la nouvelle norme relative à l'autocomparaison à toutes marchandises et prestations de service, sans distinction, au motif qu'une définition précise de la notion d'articles saisonniers est pratiquement impossible.

Cet élargissement rend certes la comparaison des prix plus aisée pour le consommateur, qui n'a pas à se demander si l'article soldé qui l'intéresse est « saisonnier » ou non ; cela étant, les remarques du Conseil fédéral et du SECO sur l'impossibilité à prévoir une définition suffisamment précise pour limiter les articles concernés montrent les bases très fragiles sur lesquelles se fondaient la motion précitée, dont l'acceptation entraîne désormais la nécessité d'un changement généralisé d'une règle pourtant bien établie et qui a fait ses preuves dans l'intérêt des consommateurs.

Partant, de manière générale, la FRC invite le SECO à limiter autant que possible le potentiel nuisible de la future modification de l'OIP.

Elle se détermine plus précisément comme suit sur le projet de modification de l'article 16 de l'OIP et sur les variantes proposées.

Sur les variantes proposées

Sur le principe, la FRC s'oppose aux deux variantes proposées, qui permettent aux vendeurs de proposer des prix « promotionnels » toute l'année, ce qui n'a aucun sens et n'est pas dans l'intérêt du consommateur, comme déjà évoqué.

Variante 1 : cette variante permet aux commerçants de proposer sans limite de temps des « promotions » en comparant le prix affiché à un autre prix qui n'aura été proposé que durant une période finalement courte, soit 30 jours tout au début. Le consommateur pourrait ainsi se voir proposer une comparaison avec un prix qui aura été affiché durant un mois une année auparavant, voire plus, ce qui n'est absolument pas informatif.

Ce système préjudiciable au consommateur est renforcé par la possibilité de remettre l'ancien prix en comparaison après une interruption (retrait du marché !) de plusieurs mois par le vendeur (art. 16 al. 3bis p-OIP). Cette option est inadmissible si l'on se réfère aux buts premiers de l'OIP, soit « assurer une indication claire des prix, permettant de les comparer et d'éviter que l'acheteur ne soit induit en erreur ». Il doit donc absolument y être renoncé.

A cela s'ajoute le fait que la variante 1 du projet propose de permettre la coexistence entre le système actuellement en vigueur pour l'autocomparaison et les nouvelles règles (complémentarité). Autrement dit, il s'agit de donner aux vendeurs le **choix** de comparer le prix actuellement pratiqué avec le prix pratiqué immédiatement auparavant **soit** en respectant la règle de la moitié de la période (*statu quo*), **soit** sans limite de temps pour autant que le prix antérieur ait été affiché durant au moins 30 jours consécutifs.

La FRC constate que ce choix qui serait offert aux vendeurs, apparemment dans le but d'éviter une réglementation jugée trop « rigide » et « désavantageuse pour le commerce électronique », brouillera d'autant plus les pistes pour le consommateur, dont les intérêts n'ont apparemment pas été pris en compte.

L'on ne voit pas non plus en quoi cette proposition serait en mesure de « simplifier » le système prévu par l'OIP, ce qui était pourtant le but affiché de la motion Markwalder 21.4261.

Aussi, la FRC estime qu'il n'est pas adéquat de faire coexister plusieurs règles relatives à la méthode d'autocomparaison, encore moins si le choix de ladite méthode est laissé à la libre appréciation des vendeurs, qui ne se soucieront pas du besoin d'information du consommateur.

Concrètement, si la variante 1 devait être retenue et maintenue telle que proposée, face à un article soldé sur l'étiquette duquel figure un prix barré et le nouveau prix, le consommateur va devoir se demander si le prix comparatif a été :

- soit proposé pendant une période représentant le double de la durée de l'offre, si celle-ci est limitée dans le temps (ce qui sera difficile voire impossible à déterminer, dès lors que les commerces ne l'indiqueront très probablement pas) ;

- soit proposé durant 30 jours consécutifs à une période antérieure indéterminée, allant de quelques jours à plusieurs mois, voire plusieurs années auparavant, avant d'être baissé à une ou plusieurs reprises jusqu'à atteindre le prix promotionnel actuel valable sans limitation de temps ;
- soit proposé durant 30 jours consécutifs à une période antérieure indéterminée, puis baissé avant un retrait de l'article de l'assortiment proposé en magasin durant plusieurs semaines ou plusieurs mois, puis une remise à la vente avec un rabais, proposé là aussi sans limite de temps, le prix barré datant d'avant l'interruption de mise sur le marché.

Cet exemple illustre bien l'absence totale de clarté du système proposé pour un consommateur moyen, surtout qu'il ne sera pas en mesure de déterminer quelle méthode a été utilisée. Il n'aura aucun moyen de savoir quand et pendant combien de temps le prix plein offert en comparaison a été pratiqué, ce qui le prive d'une information pourtant essentielle et implique un risque très concret d'être induit en erreur.

Pour tous ces motifs et pour ceux déjà évoqués précédemment, la FRC rejette cette variante.

Si la variante 1 devait être retenue, elle devrait absolument être complétée dans l'intérêt du consommateur par des obligations pour les vendeurs d'indiquer clairement à quel moment et pendant combien de temps le prix barré a été appliqué par le vendeur. De plus, l'article 16 al. 3bis p-OIP devrait être supprimé.

Variante 2 (alternative, sur le modèle du règlement de l'UE) :

Le système proposé sur le modèle européen est certes beaucoup plus dynamique, mais également particulièrement complexe à appréhender pour le consommateur. Il ne paraît pas non plus répondre aux besoins de « simplification » qui sont supposément à l'origine de la motion 21.4161.

Aux termes de ladite motion, il était d'ailleurs proposé de « mettre en place une règle simple prévoyant que les marchandises doivent être proposées au prix normal pendant quatre semaines au moins avant de pouvoir faire l'objet d'un rabais » (nous soulignons): la variante 2 du projet de modification de l'article 16 OIP va ainsi beaucoup plus loin que ce qui était demandé dans la motion.

Elle implique une perte de repères pour un consommateur qui voudrait estimer la valeur réelle d'une offre, alors que le prix barré aura potentiellement été offert durant une poignée de jours seulement dans les 30 jours précédant le début de l'offre.

Selon nous, ce système ouvre la porte à de nombreux abus, d'autant plus que les contrôles par les polices du commerce seront beaucoup plus compliqués à effectuer.

Concrètement, si la variante 2 devait être retenue et maintenue telle que proposée, face à un article soldé sur l'étiquette duquel figure un prix barré et le nouveau prix, le consommateur serait supposé comprendre que le prix comparatif est :

- soit le prix le plus bas proposé durant un ou plusieurs jours durant les 30 jours précédant le début de l'offre – étant précisé que le consommateur ne sera à première vue pas en mesure

de connaître la date de début de l'offre, à moins que cela ne soit indiqué explicitement sur l'étiquette – et qui a ensuite été baissé dans les jours ou mois suivants jusqu'à atteindre le prix de vente actuel, la comparaison restant alors possible sans limite de temps ;

- soit le prix le plus bas proposé durant un ou plusieurs jours durant les 30 jours précédant le début de l'offre - soit une date que le consommateur ne sera pas en mesure de connaître – et qui a ensuite été baissé progressivement et continuellement durant un mois au maximum ;
- soit le prix le plus bas proposé durant un ou plusieurs jours durant les 30 jours précédant le début de l'offre - soit une date que le consommateur ne sera pas en mesure de connaître – qui a ensuite été baissé dans les jours ou mois suivants, avant que l'article ne soit retiré de la vente, puis remis en vente avec le prix comparatif datant d'avant l'interruption de mise sur le marché.

Une telle variété d'hypothèses montre bien la complexité du système proposé pour le consommateur et le manque de prise en compte des intérêts de celui-ci.

Là encore, la FRC estime qu'il est en tout cas exagéré et contraire à la protection des consommateurs de permettre aux vendeurs de pouvoir indiquer le dernier prix comparatif utilisé avant une période durant laquelle le bien ou le service a été temporairement retiré du commerce (art. 16 al. 3ter p-OIP « alternative »). Il doit absolument être renoncé à cette option.

Si cette variante devait être retenue, il est indispensable d'ajouter une obligation pour les vendeurs d'indiquer clairement sur les étiquettes les dates de début et fin de la période de 30 jours lors de laquelle le prix comparatif a été pratiqué. En outre, l'article 16 al. 3ter p-OIP devrait être supprimé.

A choisir, la FRC estime néanmoins que cette variante est préférable, puisqu'elle impose aux commerçants de comparer le prix offert avec le prix le plus bas pratiqué dans les 30 jours précédents le début de la promotion.

Conclusion

La FRC recommande au SECO de sauvegarder le but premier de l'OIP, soit une information claire aux consommateurs, et, dans l'intérêt de ces derniers, de limiter au maximum le potentiel nuisible de la modification législative en cours.

Si un commerçant veut baisser ses prix de manière générale et sans limite de temps, il peut d'ores et déjà le faire et même mettre en place une campagne publicitaire annonçant (preuves à l'appui) qu'il est le moins cher du marché. Il n'y a aucune raison d'affaiblir une règle qui permet aux consommateurs de s'assurer que le prix d'un produit est réellement intéressant lorsqu'il est annoncé en promotion.

Nous demandons donc au SECO de bien vouloir élaborer une **troisième variante** qui pourrait s'appliquer à tout type de produit et selon une méthode unique, facilement compréhensible pour le consommateur et prenant tout particulièrement (et mieux) en compte les intérêts de celui-ci,

notamment son besoin impératif d'information quant à la durée du prix comparatif indiqué et à la période durant laquelle il a été pratiqué, faute de quoi les promotions n'auront tout simplement plus aucun sens.

Dans cette troisième variante souhaitée, nous demandons également à ce que les prix comparatifs ne puissent en aucun cas être affichés après une interruption de mise sur le marché, quelle que soit la durée de ladite interruption.

Nous vous remercions d'avance de l'intérêt que vous porterez à ces lignes et nous restons bien entendu à votre disposition pour vous fournir d'éventuels compléments si vous le souhaitez.

Veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs.



Yannis Papadaniel

Adjoint à la Secrétaire générale

Fédération romande des consommateurs



Aurélie Gigon

Responsable juridique