

Indication des prix et  
publicité pour les services  
téléphoniques à valeur ajoutée

**Ordonnance du  
11 décembre 1978  
sur l'indication des prix  
(OIP)**

Feuille d'information du  
1<sup>er</sup> juin 2004

## 1. Bases légales



L'Ordonnance sur l'indication des prix (OIP ; RS 942.211), qui est fondée sur la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD ; RS 241), a pour but de garantir une indication claire des prix, permettant au consommateur de les comparer, et d'éviter à celui-ci d'être induit en erreur par des indications fallacieuses. L'indication des prix constitue un moyen d'action visant à promouvoir une concurrence loyale. Les organes cantonaux compétents sont chargés d'appliquer l'OIP, sous la haute surveillance du Département fédéral de l'économie.

Les articles suivants de l'OIP sont déterminants pour l'offre de services à valeur ajoutée : art. 10, al. 1, let. q, et al. 2, art. 11, al. 1 et 2, art. 11a, 11b et art. 13, al. 1 bis.

L'OIP s'applique aux offres faites au consommateur. Est réputée consommateur toute personne qui achète des marchandises ou des prestations de services à des fins qui sont sans rapport avec son activité commerciale ou professionnelle (art. 2, al. 2).

Le prix à payer effectivement pour les prestations de services doit être indiqué en

francs suisses et en chiffres. Les taxes publiques mises à la charge du client (TVA) doivent être incluses dans ce prix (art. 10 OIP).

Les infractions à l'OIP sont passibles des arrêts ou de l'amende jusqu'à 20 000 francs (art. 21 OIP en liaison avec l'art. 24 LCD).

## 2. Qui est soumis à l'obligation d'indiquer les prix?



L'obligation d'indiquer les prix s'applique à tous les fournisseurs de services à valeur ajoutée (appelés aussi fournisseurs de contenus) quel que soit le moyen technique et le type de numéro par lequel le service est proposé. Elle porte sur tous les services à valeur ajoutée payants proposés par le truchement

- du réseau fixe ;
- de la téléphonie mobile (y compris les SMS et MMS) ;
- du fax ;
- de l'internet ;
- d'un numéro 090x ;
- d'un numéro court, comme 18xy, 111, etc. ;
- d'un numéro 08xy ;
- d'un numéro d'abonné ordinaire, comme 043, 031, etc. ;

- d'un numéro international (par ex. pour une liaison satellitaire).

Chaque fournisseur de contenu - qu'il s'agisse du titulaire du numéro (également lorsque la prestation est effectivement fournie par un tiers), d'une entreprise de télécommunications, d'autres firmes ou de particuliers - est tenu d'indiquer correctement le prix des prestations (art. 20 OIP).

Par services à valeur ajoutée, on entend communément les services de divertissement, d'information, de conseil et de commercialisation.

Aux termes de l'art. 10, al. 1, let. p, OIP, les numéros de type 058 (corporate networks) ne sont pas assimilés à des numéros de services à valeur ajoutée, mais de services de télécommunication.

## 3. Indication des prix et spécification

### 3.1 Situation



Les prix des services à valeur ajoutée payants qui sont inférieurs aux valeurs seuils d'une annonce vocale (art. 11a, al. 1, OIP) doivent être indiqués au moins

selon la disposition de l'art. 13, al. 1<sup>bis</sup> relative à la publicité. Il faut donc indiquer la taxe de base et le prix à payer par minute de communication. Si un autre mode de tarification est appliqué, il doit être annoncé clairement. Ces principes s'appliquent également aux services de transmission par télécopie pour lesquels il y a lieu d'indiquer en plus du tarif la durée de transmission.

**Exemple :** le service de renseignement d'un centre de maintenance informatique offrant sa prestation de service au moyen d'un numéro 090x doit indiquer la tarification applicable là où il publie le numéro (taxe de base et/ou prix par minute).

Lorsqu'une marchandise est proposée par voie téléphonique et via un numéro 090x, tous les prix intervenant doivent être communiqués : le prix de la marchandise, la taxe de base et/ou le prix par minute.

**Exemple :** un vendeur propose dans une annonce une souris d'ordinateur par le biais d'un numéro 090x. Il y a lieu ici d'indiquer le prix de la souris s'élevant p. ex. à 59,90 francs, la taxe de base de 50 centimes et le prix de x franc(s) par minute.

Les prix à indiquer sont ceux des communications établies à partir d'un raccorde-

ment fixe. Dans le cas de communications établies depuis un téléphone mobile, des taxes de communication supplémentaires - que les opérateurs de téléphonie mobile doivent faire figurer sur leurs listes de prix destinées à la clientèle - peuvent s'ajouter. Si l'on recourt à des services à valeur ajoutée à partir de publiphones, le fournisseur de services de télécommunications doit indiquer au consommateur les suppléments dans ses listes de prix.

### **3.2 Annonce tarifaire à partir de certaines valeurs seuils**



Aucun frais ne doit être facturé au client d'un service téléphonique à valeur ajoutée s'il n'a pas été au préalable annoncé clairement, gratuitement et au moins dans la langue de l'offre. Cette règle s'applique lorsque :

- la taxe de base (*set-up charge*) est supérieure à deux francs, ou que
- le prix par minute excède deux francs.

L'une de ces deux conditions suffit à réaliser l'obligation de communiquer oralement le prix à payer. L'annonce vocale doit notifier tous les facteurs de coûts : le montant de la taxe de base, le prix par minute, les

taxes fixes en cours de communication ainsi que tout changement de tarif intervenant durant l'appel téléphonique. Lors d'une transmission par télécopie il y a lieu d'indiquer en plus du tarif la durée de transmission.

L'annonce vocale du prix ne doit pas être entravée par de la musique ou du bruit de fonds.

Exemple d'une annonce vocale : " Pour la prestation suivante sont perçus une taxe de base de 3 francs ainsi qu'un prix par minute de 4 francs 23 centimes. "

### **3.3 Taxes fixes en cours de communication et mise en attente payante**



Les taxes fixes en cours de communication doivent toujours être indiquées, quel que soit leur montant. Les changements de tarif intervenant en cours d'appel doivent être annoncés dans tous les cas, indépendamment des valeurs seuils indiquées au point 3.2. Les coûts liés à une mise en attente doivent également être indiqués pour les numéros 090x et les numéros courts quel qu'en soit le montant.

### 3.4 Principe de l'annonce tarifaire gratuite



En principe, aucune taxe ne doit être perçue durant la diffusion de l'annonce tarifaire. Exceptions :

- les taxes de communication (11 centimes au maximum par minute) pour des appels à destination de numéros d'abonnés ordinaires (p. ex. 043, 031) ;
- les éventuelles taxes s'appliquant à la téléphonie mobile.

La taxe de base, les taxes fixes en cours de communication et le tarif par minute ne peuvent devenir effectifs que cinq secondes après la fin de l'annonce tarifaire.

### 3.5 Confirmation par un signal spécial



À partir de certaines valeurs seuils, le service à valeur ajoutée ne peut être facturé au client qu'à la condition que celui-ci ait confirmé son acceptation de l'offre par un signal spécial. Cette confirmation doit être fournie dès lors que :

- les taxes fixes (taxe de base et/ou taxes fixes en cours de communication = drop charges) excèdent dix francs ou que
- le prix par minute excède cinq francs.

### 3.6 Services à valeur ajoutée par communication de données



Les services à valeur ajoutée proposés par communication de données, notamment via l'internet ou en ligne, sont soumis à l'obligation d'indiquer les prix, indépendamment du montant de la taxe de base éventuellement perçue ou du prix par minute. La taxe de base éventuellement perçue et le prix par minute doivent, dans tous les cas, être annoncés à l'avance en caractères bien visibles et aisément lisibles. En outre, les taxes de communication cumulées doivent toujours être bien visibles et aisément lisibles, c.-à-d. dans une police de caractères bien lisible, avec des caractères de taille appropriée et sans arrière-plan entravant la lisibilité.

### 3.7 Services à valeur ajoutée facturés par unité d'information (push services)



Une réglementation particulière s'applique aux services à valeur ajoutée facturés par unité d'information (notamment les messages comportant du texte ou des images transmis par SMS/MMS et les séquences audio et vidéo), appelés aussi *push services*. Leur principe de fonctionnement est

le suivant : après inscription préalable, un client reçoit à intervalles réguliers - généralement sur la base d'un numéro qui lui a été communiqué - plusieurs unités d'information sous la forme de SMS/MMS, etc. (espaces de discussions et forums - *chat rooms* - et services d'abonnements tels que nouvelles, bourse, sport). Concernant ces services, il faut que le consommateur soit informé directement, gratuitement et clairement via son terminal, avant l'activation du service :

- d'une éventuelle taxe de base ;
- du prix à payer par unité d'information ;
- de la procédure à suivre pour désactiver le service.

### 3.8 Services de répartition des frais de communication §

Conformément à la législation sur les télécommunications, les prix des numéros à coûts partagés (084x) doivent correspondre au tarif national de télécommunication, lequel a une limite supérieure de 6 à 11 centimes (en fonction de l'heure et du jour). Ainsi, les valeurs seuils d'une annonce vocale selon l'art. 11a, 1<sup>er</sup> al, OIP, ne sont pas atteintes lors d'un appel à un numéro à frais partagés. Il suffit par conséquent que les fournisseurs de services de télécommunication signalent cette limite

supérieure de prix dans leur brochure tarifaire, de sorte que l'appelant ait bien conscience que le coût d'un appel vers un numéro 084x ne dépasse jamais cette limite supérieure.

## 4. Indication des prix dans la publicité

### 4.1 Principe §

- Chaque fois qu'une publicité fait état d'un numéro de téléphone pour des services à valeur ajoutée payants, la taxe de base éventuellement perçue et le prix par minute doivent être signalés (art. 13, al. 1bis, OIP), et ce quel que soit le type de numéro d'accès. Si un autre mode de tarification est appliqué, il doit être annoncé clairement. L'information tarifaire doit être claire, transparente, compréhensible et bien lisible. Elle doit être publiée en caractères d'imprimerie de taille au moins égale à ceux du numéro du service à valeur ajoutée faisant l'objet du message publicitaire et dans sa proximité immédiate. Cela vaut particulièrement pour la publicité portant sur des numéros de services à valeur ajoutée proposés via petite annonce, télétexte, internet, télévision ou SMS. Exceptionnellement, la

taille de la police de caractères peut être compensée par d'autres éléments graphiques qui satisfont aux critères de clarté, de transparence, de compréhensibilité et de bonne lisibilité des informations tarifaires.

Exemple d'indication correcte : 0906  
123456 CHF 4,23/min.

Exemple d'indication incorrecte : 0906  
123456 neuf nonante neuf

- L'obligation d'indiquer les prix dans la publicité s'applique aux services de chat ou d'abonnement sous forme de SMS/MMS aussi bien qu'aux services consistant en une information individuelle (appelée aussi *pull service*).
- La notion de publicité couvre p. ex. les annonces diffusées dans la presse, les spots diffusés à la radio et à la télévision, les prospectus, les papillons, les listes de prix, les catalogues, le télétexte, l'internet, les SMS/MMS, de même que les cartes de visite pour autant que celles-ci mentionnent des numéros de téléphone de services à valeur ajoutée payants et soient utilisées pour la promotion des ventes. Il reste à observer l'art. 29, al. 2, let. f, de l'ordonnance du 31 octobre 2001 sur les services de télécommunication (OST ; RS 784.101.1), qui exige que toute

inscription du numéro d'un service à valeur ajoutée payant dans l'annuaire des abonnés comporte également le prix à payer, conformément aux exigences de l'art. 13, al. 1<sup>bis</sup>, OIP.

## 4.2 Publicité mentionnant des numéros de services de répartition des frais de communication

5

Si un numéro 084x de service de répartition des frais de communication est mentionné dans la publicité, l'indication tarifaire n'est pas requise pour autant que ce numéro ne serve pas de relais de connexion vers un service à valeur ajoutée payant. L'indication des prix pour les numéros de services de répartition des frais de communication de type 084x est régie au point 3.8.

## 5. Caducité de la feuille d'information du 1er novembre 1999

5

La présente feuille d'information remplace celle du 1er novembre 1999 intitulée " Indication des prix et publicité pour les services de télécommunication et les services à valeur ajoutée rattachés aux services de télécommunication ".