



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
Organisation, droit et accréditation
Droit

**Indication des prix et
publicité
pour les offres de voyage**

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

Feuille d'information du
1^{er} janvier 2016
(remplace celle du 1^{er} juin 2006)

Sommaire

	Page
1 Bases juridiques et but de l'OIP	4
2 Champ d'application de l'OIP	4
3 Voyages à forfait	4
3.1 Principe	4
3.2 Indication des prix	5
3.3 Spécification	6
3.4 Mode d'indication des prix	7
3.5 Catalogues de voyageurs étrangers avec prix en monnaie étrangère	7
3.6 Internet: voyageurs en ligne ayant leur siège à l'étranger	8
4 Voyages en avion	9
4.1 Indication des prix des voyages en avion	9
4.2 Suppléments de prix optionnels	11
5 Publicité	12
5.1 Définition	12
5.2 Indication des prix dans la publicité	12
5.3 Spécification	13
6 Frais de conseil et de réservation à l'agence de voyages	14
7 Exécution et dispositions pénales	14

1. Bases juridiques et but de l'OIP

L'ordonnance sur l'indication des prix (OIP)¹ se fonde sur la loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD)².

Son but est d'assurer une indication claire des prix permettant de les comparer et d'éviter que le consommateur ne soit induit en erreur (art. 1 OIP).

L'obligation d'indiquer les prix est un instrument visant à promouvoir et à préserver une concurrence loyale.

2. Champ d'application de l'OIP

L'OIP s'applique:

- aux marchandises offertes au consommateur (art. 3);
- aux prestations de services énumérées à l'art. 10 qui sont offertes au consommateur;

- à la publicité contenant des indications de prix pour l'ensemble des marchandises et des prestations, dans la mesure où elle s'adresse au consommateur (art. 13).

Est réputée **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 (art. 2, al. 2).

Les dispositions de l'OIP concernant en particulier la branche du voyage sont:

- l'art. 10, al. 1, let. n (voyages en avion et voyages à forfait);
- l'art. 10, al. 1, let. o (services afférents à la réservation d'un voyage et facturés séparément);
- l'art. 10, al. 2 et 3 (obligation d'indiquer le prix à payer effectivement);
- l'art. 11, al. 1 et 2 (mode d'indication des prix des prestations de services);
- l'art. 11c (mode d'indication des prix des voyages en avion);
- l'art. 13 ss. (publicité et spécification);
- les art. 16 et 17 (prix comparatifs et réductions de prix).

1 RS 942.211

2 RS 241

3. Voyages à forfait

3.1 Principe

Le consommateur doit pouvoir consulter les informations précontractuelles concernant le prix et l'étendue des prestations comprises dans ce prix. La présentation doit être claire et sans ambiguïté.

La notion de «voyage à forfait» est définie dans la loi sur les voyages à forfait.³

Aux termes de l'art. 1, al. 1, de la loi sur les voyages à forfait, un voyage à forfait est la combinaison fixée préalablement d'au moins deux des prestations suivantes, lorsqu'elle est offerte à un prix global et qu'elle dépasse vingt-quatre heures ou inclut une nuitée :

- a. le transport;
- b. l'hébergement;
- c. les autres services touristiques non accessoires au transport ou à l'hébergement représentant une part importante dans le forfait.

Exemples: séjours balnéaires avec transport, circuits touristiques, safaris, croisières, formules fly and drive combinant le transport par avion et la location de voiture, etc..

3.2 Indication des prix

Pour les voyages à forfait, le prix à payer effectivement doit être indiqué en francs suisses. On entend par là le prix total d'un voyage à forfait, y compris les taxes publiques comme la TVA, les redevances portuaires et aéroportuaires, les taxes d'entrée et de sortie, les taxes de sûreté, les surtaxes sur le carburant et les suppléments non optionnels de tous genres (art. 10, al. 2, OIP).

En revanche, les **suppléments de prix optionnels** doivent être présentés séparément. Il s'agit de prestations de services qui ne sont ni obligatoires ni indispensables au voyage; autrement dit, le consommateur est libre de les accepter ou de les refuser.

Exemples: assurance annulation, suppléments pour le départ d'un autre aéroport, frais supplémentaires pour l'utilisation d'un mode de paiement plus onéreux, etc..

3 Loi fédérale du 18 juin 1993 sur les voyages à forfait (RS 944.3)

Le pourboire doit être inclus dans le prix ou désigné clairement et indiqué en chiffres (art. 12 OIP). Exemples : «pourboire inclus» ou «plus 5 % de pourboire». Si le pourboire doit être donné sur place à l'étranger, l'offre doit en faire clairement mention. Le pourboire exigé doit être indiqué en chiffres.

Exemple: «pourboire: 5 euros par personne et par jour de voyage en bateau, à payer sur place».

A noter qu'en vertu des art. 7 ss. de la loi sur les voyages à forfait, le prix peut, à certaines conditions, être augmenté après l'établissement du contrat, mais au plus tard trois semaines avant la date du départ.

3.3 Spécification

L'indication de prix doit mettre en évidence le genre et l'unité des prestations de services (p. ex. le nombre, la durée) ou les tarifs auxquels le prix se rapporte (art. 11, al. 2, OIP).

Sont déterminantes pour la spécification de l'offre de voyage à forfait les indications suivantes:

- **la destination du voyage et l'itinéraire proposé;**
- **la durée de l'arrangement:** en jours ou nuitées, en semaines de sept jours ou nuitées;
- **les moyens de transport:** leurs caractéristiques et la classe;
- **les repas:** avec ou sans petit-déjeuner, demi-pension, pension complète, ou formule all inclusive;
- **l'hébergement:** la situation, la catégorie ou le confort, les principales caractéristiques du logement (chambre individuelle, double ou triple, appartement, bungalow, etc.); ce point s'applique par analogie aux croisières et aux autres voyages avec hébergement;
- **la limitation de l'offre dans le temps:** saisons, semaines ou dates de voyages déterminées lorsque l'offre concerne uniquement certaines dates ou certains jours de la semaine, etc.;
- **les précisions quant au prix:** le consommateur doit savoir précisément à quoi le prix se réfère, par exemple s'il s'agit du prix par personne ou par jour en chambre double, durant une certaine période ou pendant des jours déterminés;
- **la mention des suppléments de prix optionnels,** pour autant que ces prestations soient offertes.

Exemple:

Mykonos, Hotel Mykonos***, CHF 1'150.- par personne (tous suppléments inclus), chambre double, demi-pension, vue mer, balcon, climatisation, sept jours/nuits, transferts aéroport inclus, avec Mykonos Air, vols au départ de Zurich tous les lundis du 1er juin au 31 août, supplément de CHF 150.- pour les vols au départ de Genève et de CHF 50.- au départ de Bâle.

3.4 Mode d'indication des prix

Le consommateur est en droit de disposer d'informations précontractuelles concernant le prix d'un voyage à forfait et les prestations de services qui s'y rapportent. Il doit pouvoir consulter facilement ces informations et les lire aisément, par exemple sur l'internet ou sur des catalogues, des prospectus, des listes des prix, des affiches et des listings à l'agence de voyages, etc..

L'**internet** permet d'adapter rapidement le prix des offres de voyage à forfait à la situation du marché.

Comme les **catalogues de voyage** sont en général valables plusieurs mois, les prix qui y figurent peuvent changer en fonction des conditions du marché ou des variations des taux de change.

Pour les catalogues et les prospectus qui mentionnent des prix, il est par conséquent admis:

- d'indiquer pour chaque offre une limite inférieure de prix (prix minimum) avec la spécification nécessaire (v. ch. 3.3);
- de faire figurer, de manière bien lisible, la durée de validité minimale des prix communiqués (p. ex. durée de validité: une semaine ou un mois);
- de préciser qu'après échéance de la durée de validité indiquée, le prix à payer est disponible gratuitement sur l'internet ou sur des listings à l'agence de voyages.

Dans les agences de voyages et dans les foires, les informations sur les prix doivent être affichées ou placées à la portée des clients et des personnes intéressées.

Une simple information donnée de vive voix ne suffit pas à satisfaire aux prescriptions relatives à l'indication des prix.

3.5 Catalogues de voyagistes étrangers avec prix en monnaie étrangère

Par catalogues de voyagistes étrangers avec prix en monnaie étrangère, on entend les catalogues de prestataires n'ayant ni succursale juridique ni système de distribution propre en Suisse (il peut s'agir de filiales, d'agences de voyage/points de vente avec contrats d'agence ou de centres d'appel propres ou mandatés). Lorsque l'offre décrite dans le catalogue ou le prospectus est ou peut être réservée et payée en Suisse, les règles sont les suivantes:

- La liste des prix en monnaie étrangère qui accompagne le catalogue ou le prospectus doit être assortie d'une **table de conversion**.
- La table de conversion doit permettre de convertir en francs suisses les prix indiqués en monnaie étrangère sur la liste des prix. Elle peut consister en une liste de valeurs repères (1, 10, 100, 1'000 et 10'000 unités de la monnaie considérée) avec, en regard, les sommes équivalentes en francs suisses.
- Le **cours utilisé** et sa **durée de validité** doivent figurer sur la table de conversion.

Exemple : 1 euro = CHF 1.10, valable du 1er février au 1er mars 20xx.

- Si les prix des offres figurant dans les catalogues ou prospectus en monnaie étrangère sont également indiqués en francs suisses dans une publicité, ils doivent correspondre à ceux publiés dans la table de conversion de la liste des prix.

3.6 Internet: voyagistes en ligne ayant leur siège à l'étranger

Les voyagistes en ligne établis à l'étranger qui n'ont pas de succursale juridique ou économique en Suisse et dont le site internet s'adresse clairement au consommateur résidant en Suisse (p. ex. via un nom de domaine «.ch» ou «.de», «.at», «.fr», «.it», «.com» ciblant spécifiquement la clientèle suisse) indiquent les prix en respectant les trois règles suivantes:

- Le **prix à payer effectivement doit être indiqué dans la monnaie de facturation, par exemple en euros**.
- Le prix en monnaie étrangère doit être assorti du **prix de référence en francs suisses (CHF)** afin que le consommateur puisse se faire une idée aussi

précise que possible de ce que va lui coûter le voyage en francs.

- La mention du prix de référence en francs suisses doit également être accompagnée d'une remarque concernant le **taux de change applicable** et les **éventuels frais de conversion** prélevés en cas de paiement par carte de crédit.

Exemple: «La facture est établie en [euros, p. ex.]. Le prix indiqué en francs suisses est un prix de référence basé sur le cours du jour (...). Le prix à payer effectivement en francs suisses dépend du cours du jour et des éventuelles taxes bancaires prélevées par l'émetteur de la carte de crédit pour la conversion francs suisses/euros.»

4. Voyages en avion

4.1 Indication des prix des voyages en avion

Pour les voyages en avion (comme pour les voyages à forfait), le **prix à payer effectivement en francs suisses** doit être indiqué.

Le prix à payer effectivement doit inclure le **prix du vol proprement dit, ainsi que l'ensemble des taxes, redevances, suppléments** et droits qui sont inévitables et prévisibles à la date de la publication (p. ex. surtaxes sur le carburant, redevances aéroportuaires ou frais de dossier).

Le prix à payer effectivement doit être indiqué à tout moment, à savoir tout au long de la procédure de réservation. Cette règle vise à éviter que le consommateur ne soit induit en erreur par des tarifs qui n'incluraient pas les taxes et redevances, qui ne viendraient s'ajouter qu'au moment de conclure la réservation.

Les **différents éléments** qui composent le prix à payer effectivement **doivent être indiqués**, à savoir:

- le prix du vol proprement dit,
- les taxes,
- les redevances aéroportuaires, et
- les autres redevances, suppléments ou frais, tels que ceux liés à la sûreté et au carburant.

Exemple:

Votre vol avec SECO-Airlines					
→ Vol aller – samedi 10 novembre 20xx					Prix: CHF 240.-
17h00 10 nov.	17h40 10 nov.	Bâle	Londres		
← Vol retour – samedi 17 novembre 20xx					
14h00 17 nov.	16h40 17 nov.	Londres	Bâle		
Détail du prix du vol					
<i>Passager</i>	<i>Tarif/prix du vol</i>	<i>Taxes</i>	<i>Redevances aéroportuaires</i>	<i>Surtaxe sur le carburant et autres</i>	<i>Prix total</i>
<i>1 adulte</i>	<i>CHF 90.-</i>	<i>CHF 30.-</i>	<i>CHF 50.-</i>	<i>CHF 70.-</i>	<i>CHF 240.-</i>
<i>Suppléments de prix optionnels</i>	<i>Assurance annulation: CHF 30.-</i>	<i>Bagage supplémentaire jusqu'à 20 kg : CHF 20.-</i>	<i>Possibilité de choisir le siège: CHF 5.-</i>		

4.2 Suppléments de prix optionnels

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»).

Les suppléments de prix optionnels concernent des services qui complètent les voyages en avion mais qui ne sont ni obligatoires ni indispensables au transport; le consommateur est libre de les accepter ou de les refuser (p. ex. assurance annulation, supplément pour les bagages ou possibilité de choisir son siège).

Le supplément pour paiement par carte

de crédit est considéré comme un supplément de prix optionnel pour autant qu'il existe un autre mode de paiement gratuit et couramment utilisé en Suisse.

5. Publicité

5.1 Définition

Est considérée comme de la 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.⁴

Exemples: prospectus, catalogues, affiches publicitaires, annonces, radio, télévision, télétexte, bannières publicitaires, pages d'accueil de sites internet ou courriels, etc..

5.2 Indication des prix dans la publicité

La publicité sans indication de prix ne relève pas de l'OIP.

Si la publicité mentionne des prix (p. ex. «Paris pour xx francs») ou donne en chiffres des échelons ou des limites de prix (prix minimum, p. ex. «Berlin dès xx francs»), il y a lieu d'indiquer les prix à payer effectivement et de spécifier l'offre de voyage (art. 13 et 14 OIP).

⁴ Thomas Wyler, Werbung mit dem Preis als unlauterer Wettbewerb, Bâle 1990, p. 9

Cette règle s'applique à tous les types de voyages : voyages en avion, en train ou en bateau, voyages individuels, modulaires ou à forfait, excursions journalières, voyages en Suisse ou à l'étranger, circuits, etc..

Par prix à payer effectivement, on entend **le prix total** d'un voyage ou d'une offre, incluant les taxes publiques, les redevances portuaires et aéroportuaires, les taxes d'entrée et de sortie, les taxes de sûreté, les surtaxes sur le carburant et les suppléments non optionnels de tous genres. S'agissant du pourboire, les règles énoncées au ch. 3.2 sont applicables.

Si des offres de voyage dont il est fait la publicité en Suisse peuvent être réservées et payées en Suisse, le prix à payer effectivement s'entend en francs suisses.

Les conditions auxquelles l'offre faisant l'objet de la publicité est liée doivent être clairement indiquées.

5.3 Spécification

Quel que soit le support publicitaire, les offres de voyage doivent être décrites de manière à ce que les informations essentielles soient clairement et aisément lisibles.

Spécification pour la publicité diffusée sous forme électronique: pour la publicité figurant p. ex. sur des pages d'accueil ou des bannières sur l'internet, dans des courriels ou sur des smartphones, il est possible de renvoyer à un site internet afin de spécifier l'offre, à condition que **celle-ci soit accessible en un seul clic.**

Les critères essentiels d'une publicité pour des voyages à forfait avec transport et hébergement sont:

- la destination,
- l'aéroport de départ,
- la durée du voyage,
- la limitation de l'offre dans le temps, le cas échéant,
- les moyens de transport,
- les repas,
- l'hébergement (hôtel de classe moyenne, chambre double, etc.),
- les canaux de vente.

Exemple:

Crète, Stalis, vol et hôtel*, 7 nuits avec petit-déjeuner, dès CHF 650.- toutes taxes comprises**

Vols au départ de Genève, prix par personne en chambre quadruple et occupation quadruple, offre valable du 1er au 30 septembre pour une réservation par internet.

Les critères essentiels d'une publicité pour des voyages en avion sont:

- la destination,
- l'aéroport de départ,
- la limitation de l'offre dans le temps, le cas échéant,
- les canaux de vente,
- la spécification sur le prix, qui doit indiquer si celui-ci s'applique à un aller-retour ou à un aller simple pouvant être réservé individuellement.

Exemple:

Rome pour CHF 199.- toutes taxes comprises, vol aller-retour au départ de Zurich, offre valable du 1er au 30 juin pour une réservation par internet.

6. Frais de conseil et de réservation à l'agence de voyages

Les frais de conseil, de service, de réservation ou de dossier (art. 10, al. 1, let. o, OIP) constituent le prix facturé par l'agence de voyages pour ses conseils ou la réservation d'un voyage (intermédiaires, conseil, réservation, etc.); ils peuvent varier d'une agence à l'autre.

Les prix des services de conseil et de réservation facturés par l'agence de voyages doivent être affichés ou figurer sur des listes de prix faciles à consulter et aisément lisibles.

Ils doivent être affichés ou placés à la portée du client, sans que celui-ci doive les réclamer.

7. Exécution et dispositions pénales

L'exécution de l'OIP incombe aux cantons. Les organes cantonaux compétents veillent à l'application correcte de l'ordonnance et dénoncent les infractions aux autorités cantonales compétentes (art. 22 OIP).

La Confédération exerce la haute surveillance par l'intermédiaire du Secrétariat d'Etat à l'économie (art. 23 OIP).

Les infractions à l'OIP sont punies d'une amende de 20'000 francs au plus (art. 24 LCD).

Impressum

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO

Secteur Droit

Holzikofenweg 36, 3003 Berne

Tél. 058 462 77 70

Courriel: pbv-oip@seco.admin.ch

www.seco.admin.ch: Thèmes > Thèmes spéciaux > L'indication des prix > Online-shop

01.2016 / 1'000/f

