



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 **fleurs** et des **plantes**

Brochure d'information du 1<sup>er</sup> décembre 2022

## 1. But, champ d'application et bases légales

---

L'ordonnance sur l'indication des prix (OIP ; RS 942.211) se fonde sur la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD ; RS 241).

Le but de l'OIP est d'assurer une indication claire des prix, permettant de les comparer et d'éviter que l'acheteur ne soit induit en erreur (art. 1 OIP). L'obligation d'indiquer les prix est un instrument servant à garantir une concurrence loyale et la protection des consommateurs.

L'OIP s'applique aux marchandises offertes au consommateur ainsi qu'à l'offre au consommateur des prestations de services désignées à l'art. 10 OIP. L'OIP s'applique également à la publicité s'adressant au consommateur, avec indication de prix ou de réductions de prix, pour toutes les marchandises et tous les services.

Les dispositions suivantes de l'OIP revêtent une importance particulière pour le commerce de fleurs et de plantes :

- art. 3 à 6 OIP (indication du prix de détail et du prix unitaire des marchandises)
- art. 7 à 9 OIP (mode d'indication des prix des marchandises)
- art. 13 à 15 OIP (publicité)
- art. 16 et 17 OIP (prix comparatifs et réductions de prix).

## 2. Indication des prix des marchandises

---

Le **prix à payer effectivement (prix de détail)** pour les marchandises offertes au consommateur doit être indiqué en francs suisses et doit comprendre les taxes publiques, les redevances de droits d'auteur, les contributions anticipées à l'élimination et les suppléments non optionnels de tous genres facturés notamment pour la réservation, le service ou le traitement.

**Exemple :** Orchidée, Fr. 14.90

Pour les **marchandies mesurables**, le **prix unitaire** (= prix par l, kg, m, m<sup>2</sup>, m<sup>3</sup> ou par multiple ou sous-multiple décimal de ces unités, p. ex. 10 ml, 100 g, 0,1 m, etc.) doit être indiqué. Une marchandise mesurable est une marchandise dont le prix de détail est calculé en fonction de la quantité vendue.

**Exemple :** Billes d'argile expansée pour hydroculture, Fr. 11.50/kg

Pour les **marchandises mesurables préemballées** (préemballages), il faut indiquer le **prix de détail et le prix unitaire**.

**Exemples :** Terre pour cactées, 4 l, Fr. 8.- (Fr. 2.-/l)  
Spray anti-pucerons, 750 ml, Fr. 9.75 ( Fr. 1.30/100 ml)

Il existe des **exceptions** à l'obligation d'indiquer le prix unitaire, p. ex. lors de ventes à la pièce ou d'après le nombre de pièces, pour des volumes, mesures et poids courants de 1, 2 ou 5 kg, l, m, m<sup>2</sup>, m<sup>3</sup> (ou par leurs multiples ou sous-multiples décimaux), pour les emballages de conditionnement d'un poids de 25, 125, 250 et 2500 g.

**Exemples :** Cônes d'engrais pour géraniums, 20 pièces, Fr. 6.50  
Semence prairie fleurie, 0.5 kg, Fr. 19.95

Les prix de détail et les prix unitaires doivent être indiqués **à tout moment** et doivent être

- bien **visibles**;
- aisément **lisibles**;
- indiqués de telle sorte que le consommateur puisse comprendre clairement à quel produit et à combien d'unités, de litres, de mètres etc. se rapporte le prix (= **spécification**).

### 3. Indications relatives au commerce stationnaire

---

Outre les prescriptions générales du chapitre 2, les règles suivantes s'appliquent spécifiquement au commerce stationnaire :

#### 3.1 Indication des prix dans le magasin

Dans le magasin, le prix (prix de détail et/ou prix unitaire) doit être indiqué **sur la marchandise exposée ou à proximité immédiate** (étiquette, inscription, écriteau, etc.).

En cas de grand nombre de produits à prix identique ou pour des raisons d'ordre technique, le prix peut être indiqué **sur le rayon** ou **sur une affiche / liste de prix**, à condition qu'il soit facile à consulter et aisément lisible.

Le consommateur doit pouvoir s'orienter sur le prix des fleurs, plantes et autres marchandises proposées sans avoir à se renseigner auprès du personnel de vente.

En ce qui concerne les fleurs et les plantes, les modes d'indication de prix mentionnés ci-après sont notamment autorisés :

- **Vases contenant plusieurs fleurs vendues à prix identique** : Il suffit d'indiquer le prix sur une seule fleur ou sur un écriteau.  
**Exemple** : Fr. 6.-/pièce
- **Vases contenant plusieurs sortes de fleurs à prix différent** : Les différentes sortes de fleurs et les prix de chaque sorte peuvent être mentionnés sur un écriteau.  
**Exemple** : roses Fr. 8.- ; lys Fr. 7.- ; callas Fr. 9.-
- **Terrines de fleurs et de plantes, arrangements floraux et bouquets de fleurs** : Le prix peut être indiqué sur un écriteau de prix placé sur ou dans la terrine, l'arrangement ou le bouquet ou à proximité immédiate.  
**Exemple** : arrangement floral pastel, Fr. 45.-

## 3.2 Indication des prix dans les vitrines

Dans les vitrines, les prix doivent être aisément lisibles de l'extérieur.

Lorsque le local de vente s'étend jusque dans la vitrine, les prix des marchandises qui sont visibles de l'extérieur doivent être orientés vers l'extérieur. En règle générale, il suffit de les mentionner dans une écriture de grandeur normale.

## 4. Indications relatives au commerce en ligne

---

Outre les prescriptions générales du chapitre 2, les règles suivantes s'appliquent spécifiquement au commerce en ligne :

### 4.1 Indication des prix dans la boutique en ligne

Dans la boutique en ligne, le prix (prix de détail et/ou prix unitaire) doit figurer à **proximité immédiate du produit en vente**.

Le prix à payer effectivement doit être indiqué **aussitôt que l'offre est affichée** et non pas uniquement lors du récapitulatif de la commande à la fin du processus d'achat.

## 4.2 Spécification dans la boutique en ligne

Le prix doit être indiqué de telle sorte que le consommateur puisse comprendre **clairement** à quel produit (type, quantité) il se rapporte (= spécification). La spécification doit être **accessible en un seul clic**. Quelques exemples de spécifications sont donnés ci-dessous, ils ne sont pas exhaustifs :

### a) Spécification en cas d'indication d'un prix par bouquet de fleurs

En cas d'indication d'un prix par bouquet de fleurs, **la marchandise doit être spécifiée** : les consommateurs doivent pouvoir reconnaître clairement ce qu'ils vont obtenir pour le prix indiqué. Idéalement, la spécification sera réalisée à l'aide d'une **image** qui reflète la composition du bouquet et qui permet d'en apprécier la taille. Le cas échéant, une indication supplémentaire de la **taille en centimètre** peut également être utile. Pour les bouquets composés d'une seule sorte de fleurs, par exemple les bouquets de roses, il convient en général d'indiquer le **nombre de fleurs**. Il n'est pas exclu qu'il existe d'autres possibilités de spécifier correctement un bouquet de fleurs. La condition est toutefois que sur la base de la spécification, le consommateur moyen puisse se faire une idée claire du produit proposé.

### b) Spécification en cas d'indication d'une fourchette de prix (« de... à... »)

La transparence est particulièrement importante pour les prix « de... à... ». Le consommateur doit pouvoir déterminer clairement à quel bouquet de fleurs le prix se rapporte. C'est pourquoi **l'offre minimale et l'offre maximale doivent être spécifiées**, par exemple à l'aide d'une image suffisamment explicite (voir point a). Dans la mesure du possible, l'offre moyenne doit également être spécifiée et, le cas échéant, d'autres niveaux intermédiaires à l'intérieur de la fourchette de prix doivent être spécifiés. Il doit toujours être possible de déterminer clairement quel prix correspond à quelle image (c'est-à-dire à quelle taille de bouquet de fleurs).

Dans le cas d'une offre avec un prix « de... à... », **l'offre au prix minimum doit toujours être affichée en premier**. Si une taille de bouquet de fleurs est automatiquement présélectionnée pour le panier sans intervention du consommateur, il doit s'agir également de l'offre au prix minimum. Un bouquet plus cher doit être choisi activement par le consommateur.

### c) Spécification en cas d'indication d'un prix principal combiné avec une fourchette de prix

Si un prix est indiqué pour un bouquet de fleurs en tant que prix principal et si l'indication d'une fourchette de prix (« de... à... ») est faite subsidiairement, la spécification peut être effectuée selon le point a). Cela signifie que **seul le bouquet de fleurs au prix principal doit obligatoirement être spécifié**. La condition est toutefois que l'attention de l'observateur se porte clairement sur le prix principal en raison de la conception de la page. La présentation de la fourchette de prix doit être secondaire et être accompagnée de la mention selon laquelle les ajustements de prix à l'intérieur de la fourchette réduisent ou augmentent proportionnellement la taille du bouquet.

### 4.3 Frais d'expédition

Les frais d'expédition peuvent être soit compris dans le prix, soit indiqués séparément.

S'ils sont indiqués séparément, ils doivent être chiffrés et affichés sur la même page que la marchandise en vente (vue individuelle de chaque offre) à proximité immédiate du prix du produit.

Il est possible de se contenter de signaler qu'il existe des frais d'expédition et de renvoyer par un lien à la page où figure leur montant (p. ex. « [hors frais de livraison](#) »). Le lien doit figurer à proximité immédiate du prix du produit et permettre d'accéder au montant des frais d'expédition en un seul clic ; le consommateur ne doit pas avoir à faire défiler l'écran pour y parvenir.

La page relative aux frais expédition doit pouvoir être trouvée facilement sur la page principale du site.

Avant la conclusion de la commande, les frais d'expédition applicables à la commande doivent être affichés et inclus dans le prix total.

### 4.4 Obligations découlant de la LCD

Quiconque propose à la vente des marchandises dans une boutique en ligne doit satisfaire à l'ensemble des conditions suivantes (art. 3 al. 1 let. s LCD) :

- Le vendeur doit fournir des **informations claires et complètes concernant son identité**, son adresse de contact, et une adresse e-mail valable (impressum).
- Le vendeur doit indiquer les différentes **étapes techniques** entraînant la conclusion d'un contrat ; le client doit notamment savoir à partir de quel moment un contrat sera conclu et quel clic constituera l'envoi définitif de la commande.
- Le vendeur doit mettre à la disposition du client des **moyens techniques** permettant à ce dernier d'identifier et de **corriger des erreurs** avant la confirmation de la commande.
- À l'envoi de la commande, le client doit immédiatement recevoir **confirmation de la commande** par voie électronique (e-mail de confirmation).

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter la brochure [« Commerce en ligne de marchandises »](#).

## 5. Prix comparatifs

---

L'indication d'un prix comparatif (= prix de référence) en sus du prix à payer effectivement (p. ex. Fr. 50.- au lieu de Fr. 100. ) ou la mention d'une réduction de prix (p. ex. 20% de rabais, ou réduction de fr. 25.-) ne sont admissibles que sous certaines conditions.

Les comparaisons de prix ou les mentions de réductions de prix sont notamment **interdites** si le prix de référence n'a pas été pratiqué immédiatement auparavant par le vendeur (en cas d'auto-comparaison), s'il ne va pas être pratiqué immédiatement après par le vendeur (en cas de prix de lancement) ou s'il ne correspond pas au prix effectif du marché (en cas de comparaison avec la concurrence).

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter la [brochure « Ordonnance sur l'indication des prix OIP - Guide pratique »](#).

## 6. Publicité

---

La publicité sans indication de prix ne relève pas de l'OIP. Par contre, si, dans la publicité, des prix sont mentionnés ou si des échelons ou des limites de prix sont donnés en chiffres (p. ex. prix minimaux tels que « bouquets dès fr. 40.- », les **prix à payer effectivement doivent être indiqués** et les offres doivent être **spécifiées** :

- L'indication de prix doit permettre au consommateur de comprendre clairement à quel produit et à quelle unité de vente (nombre, poids, volume, etc.) se rapporte le prix;
- Les offres doivent être décrites de sorte que les informations essentielles pour les consommateurs (critères tels que la marque, le type, la sorte, la qualité et les caractéristiques, p. ex.) soient aisément lisibles ou clairement audibles.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter la [brochure « Ordonnance sur l'indication des prix OIP - Guide pratique »](#).

## 7. Exécution et dispositions pénales

---

L'exécution de l'OIP est du ressort des cantons. Les organes cantonaux compétents veillent à l'application correcte de l'ordonnance et dénoncent les infractions aux autorités cantonales compétentes.

La Confédération exerce la haute surveillance par l'intermédiaire du Secrétariat d'État à l'économie .

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

## **Impressum**

Secrétariat d'État à l'économie SECO

Secteur droit

Holzikofenweg 36, 3003 Berne

Tel : 0041 58 462 77 70

e-mail : [pbv-ojp@seco.admin.ch](mailto:pbv-ojp@seco.admin.ch)

[www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Pratiques commerciales  
et publicitaires > L'indication des prix

12.2022