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

Indication des prix pour les tapis d'orient noués à la main

Feuille d'information du 1er octobre 1989

But et bases légales

L'OIP (RS 942.211), qui est fondée sur la loi fédérale contre la concurrence déloyale, garantit au consommateur une indication claire des prix lui permettant de les comparer, pour éviter que le consommateur soit induit en erreur. L'indication des prix constitue un moyen d'action pour promouvoir la concurrence loyale.

Pour le secteur des tapis d'Orient, les articles 3, 4, 7 à 9, et 13 à 18 OIP revêtent une importance particulière.

Obligation d'indiquer les prix

Pour les marchandises offertes aux consommateurs, le prix à payer effectivement doit être visible et aisément lisible. Cela vaut aussi pour les marchandises présentées en vitrine (art. 3, 4 et 8 OIP)

Affichage des prix

Les prix doivent en principe être indiqués sur la marchandise elle-même ou à proximité, par une inscription, une étiquette ou un panneau.

Pour les articles de luxe (parmi lesquels les tapis d'Orient), l'indication des prix peut être simplifiée sous forme d'une liste des prix, d'un catalogue ou autre, si le prix dépasse 5'000 francs, à condition que les indications puissent être librement consultées à l'intérieur du magasin, même pour les articles en vitrine (art. 7 OIP).

Publicité

La publicité sans indication de prix ne tombe pas sous le coup de l'OIP. Mais si des prix sont mentionnés d'une manière quelconque, il y a lieu d'indiquer les prix à payer effectivement et de spécifier les marchandises offertes (art. 13 et 14 OIP). De plus, il faut observer les autres dispositions sur l'indication des prix qui se rapportent également à la publicité (art. 16 à 18 OIP).

Spécification

L'article 14 OIP prévoit que dans la publicité, les marchandises doivent être désignées selon la marque, le type, la qualité, les caractéristiques ou d'autres mentions semblables.

Pour les tapis d'Orient, la publicité doit indiquer la spécification suivante :

- pays d'origine (en toutes lettres, p. ex. Iran, Pakistan, etc.)
- désignation (p. ex. Mir, Boukhara, Heriz, etc.)
- taille de la partie nouée en cm
- nombre de noeuds au m^2 pour les tapis d'Orient provenant des pays reproduisant des tapis noués à la main, tels que l'Inde, le Pakistan, la Roumanie, l'Albanie et la Bulgarie
- matière principale composant le velours (laine de tonte, soie pure, soie artificielle, laine et soie)
- l'indication «noué à la main»

Ventes aux enchères

Pour les marchandises qui sont vendues aux enchères ou selon tout autre mode de vente analogue, il n'est pas obligatoire d'indiquer un prix (art. 3 al. 3 OIP). Mais si, dans une publicité relative à une telle vente, des prix sont mentionnés, leur indication est soumise aux prescriptions de l'OIP (art. 13 ss.).

Prix de départ

Les prix de départ, les prix de réserve, les prix minimums etc., qui sont souvent indiqués dans les annonces de ventes aux enchères de tapis d'Orient, constituent en règle générale des indications de prix irréalistes qui sont surtout fixés pour des raisons de tactique de vente.

Ces prix peuvent être mentionnés seuls, mais ne doivent pas être comparés avec d'autres prix, par exemple ceux pratiqués en magasin jusqu'ici.

Prix comparatifs

Il est interdit d'indiquer d'autres prix (prix comparatifs) en sus du prix à payer effectivement (art. 16 al. 1 OIP). Sont comprises également les indications en chiffres de réduction de prix (art. 17 al. 1 OIP ; p. ex. 30 % de remise sur le prix de fr. x; fr. 250.-- de réduction). Il ne peut être dérogé à cette réglementation que dans les cas prévus par l'OIP. Les cas où l'indication d'autres prix est autorisée sont les suivants:

- l'autocomparaison (art. 16 al. 2 lit. a et al. 3 OIP)
- le prix de lancement (art. 16 al. 2 lit. b et al. 5 OIP)
- la comparaison avec la concurrence (art. 16 al. 2 lit. c et al. 6 OIP)

Pour les tapis d'Orient, on ne peut parler de «marchandise identique», dans une comparaison avec la concurrence, que

- lorsque la marchandise courante provient des pays reproduisant des tapis noués à la main, tels que l'Inde, le Pakistan, la Roumanie, l'Albanie et la Bulgarie et
- lorsqu'il s'agit du même pays d'origine, de la même désignation, de mêmes dimensions, du même nombre de noeuds au m^2 et de la même matière principale composant le velours.

Les tapis d'Orient ne provenant pas des pays précités sont des pièces uniques (ce n'est pas de la marchandise courante). Ils ne peuvent pas faire l'objet d'une comparaison avec la concurrence.

Qualification du prix comparatif

Le mode d'annonce des comparaisons de prix doit laisser apparaître s'il s'agit d'une autocomparaison, d'un prix de lancement ou d'une comparaison avec la concurrence.

Secrétariat d'Etat à l'économie SECO
Secteur droit
Holzikofenweg 36, 3003 Berne
Tel: 058 462 77 70
pbv-oip@seco.admin.ch
www.seco.admin.ch/oip