

## **Recommandation du 2 octobre 2001 de la Commission fédérale de la consommation au Conseil fédéral concernant l'indication des prix**

Conformément à l'article 9, ch. 2, de la Loi fédérale du 5 octobre 1990 sur l'information des consommatrices et des consommateurs (LIC) et à l'article premier du Règlement de la Commission fédérale de la consommation du 1<sup>er</sup> février 1966, la Commission fédérale de la consommation soumet au Conseil fédéral la

### **RECOMMANDATION**

suivante :

**Le Conseil fédéral est chargé de modifier l'Ordonnance sur l'indication des prix (OIP) du 11 décembre 1978 (RS 942.211), et plus précisément son art. 7, pour assurer que le prix soit affiché sans exception sur tous les produits emballés.**

### **DEVELOPPEMENT**

1. Le prix est l'une des principales informations concernant le produit et il en est inséparable au même titre que les informations ou les déclarations concernant sa composition, sa valeur nutritive ou sa provenance.

L'ordonnance sur l'indication des prix dit que les prix de détail et les prix unitaires doivent être indiqués par affichage sur la marchandise elle-même ou à proximité. Exception : lorsque l'affichage sur la marchandise elle-même ne convient pas en raison du grand nombre de produits à prix identique ou pour des raisons d'ordre technique, les prix peuvent être indiqués sous une autre forme, à condition que les indications soient faciles à consulter et aisément lisibles (écriteaux sur le rayonnage, affichage de prix courants, présentation de catalogues, etc.). (OIP, art. 7, al. 1 et 2).

2. Les organisations de consommateurs ont constaté, il y a un certain temps déjà, que différents grands distributeurs prennent l'habitude d'afficher les prix non plus sur la marchandise elle-même mais sur les rayons. Ce mode de faire est en cours à la Coop (et comme celle-ci procède en même temps à des adaptations des prix, cela porte à confusion). Sur certains produits, les anciens prix sont indiqués sur l'étiquette qu'ils portent, alors que le nouveau prix, plus élevé, figure déjà sur le rayon.
3. Les organisations de consommateurs, alertées par les nombreuses réclamations des consommateurs et consommatrices, ont réagi, il y a longtemps déjà. La Stiftung für Konsumentenschutz (SKS), par exemple, a demandé à la Coop, dans une lettre ouverte de mai 2000, de revenir sur sa décision d'afficher les prix uniquement sur les rayons. Sans succès.
4. L'affichage du prix sur le seul rayon est tout sauf simple à l'égard du client/de la cliente : quand celui-ci ou celle-ci passe à la caisse, il ne voit plus si le prix est indiqué correctement, puisque celui-ci reste affiché au rayon. Il n'est plus possible de vérifier le ticket de caisse après avoir payé, voire plus tard à la maison, sauf si le client/la cliente retourne au magasin pour faire le tour des rayons. On ne peut plus se faire une idée de la valeur de la marchandise déjà déposée dans le chariot sans recourir à un appareil de lecture électronique (scanner). Pour lire les prix affichés sur les rayons inférieurs, et même sans être myope, il faudrait presque se mettre à plat ventre.
5. Dans un projet de recommandation datant du 11.4.1991 (cf. annexe 1), la Commission fédérale de la Consommation constate au point 3 : « ... *l'affichage du prix sur le rayon satisfait aux exigences de l'ordonnance sur l'indication des prix pour autant que le prix et le produit soient clairement reliés l'un à l'autre, que les prix soient lisibles sans difficulté et que les mêmes désignations soient utilisées sur le ticket de caisse.* » Cette indication des prix sur les rayons ne répond cependant pas aux droits des consommateurs, acteurs responsables et égaux du marché, qui doivent être informés pour pouvoir faire des choix. Quand la valeur en francs n'est plus indiquée sur le produit, il n'est plus possible de faire une appréciation prix/qualité, partant de se comporter en client conscient des coûts, et cela, faute d'information.

Au point 5 de cette même recommandation, il est dit que : « ... *le consommateur devrait avoir la possibilité de réexaminer le prix d'un produit enregistré dans l'ordinateur avant l'encaissement. A la demande du client, il devrait aussi être possible d'imprimer l'étiquette de prix en question* ». Nous estimons cependant que ce n'est pas réalisable en pratique. Une information transparente, permanente et directe sur les prix n'est donc plus garantie et représente un coût qui serait reporté sur les consommateurs.

6. Les distributeurs ne sont pas prêts à s'acquitter, de leur propre initiative et dans le souci de satisfaire le client, des coûts en matière d'affichage des prix. Les grands distributeurs qui n'ont pas encore adopté la pratique de l'affichage des prix sur les rayons y viendront tôt ou tard. Il est surtout pratique pour eux puisqu'ils peuvent par exemple reporter très vite des augmentations de prix sur tous les produits encore en stock.

## **CONCLUSION**

Cette modification de l'OIP permettrait une meilleure information des consommatrices et des consommateurs et un meilleur contrôle par ceux-ci des prix effectivement pratiqués par tous les distributeurs.

La recommandation a été adoptée à la majorité de la Commission fédérale de la consommation.