

# Appels publicitaires : le filtrage par les opérateurs porte ses fruits

Le nombre de réclamations pour pratiques commerciales déloyales soumises au Seco est en diminution depuis trois ans. Une majorité de plaintes concerne les appels publicitaires non sollicités. *Philippe Barman, Stefan Sonderegger*

L'astérisque figurant dans l'annuaire téléphonique n'est pas toujours respecté. Le Secrétariat d'État à l'économie (Seco) a reçu l'an dernier 11 369 réclamations pour appels publicitaires en dépit de cette indication. Leur nombre a toutefois reculé de 20% par rapport à l'année précédente (voir *illustration*). Cette diminution approche même les 60% comparée aux quelque 28 000 réclamations reçues par le Seco en 2015.

Les mesures techniques mises en place par les opérateurs téléphoniques ont notamment contribué à réduire ce chiffre : Swisscom propose par exemple depuis deux ans aux clients de ses réseaux fixe et mobile un filtre qui bloque les appels des commerçants peu scrupuleux. Des applications pour smartphone permettent en outre de filtrer les

appels publicitaires. Les efforts d'autorégulation des assurances-maladie semblent également contribuer à la baisse des réclamations : depuis 2016, les membres des organisations faïtières Santésuisse et Curafutura se sont engagés à ne plus acquérir de clients par des appels publicitaires.

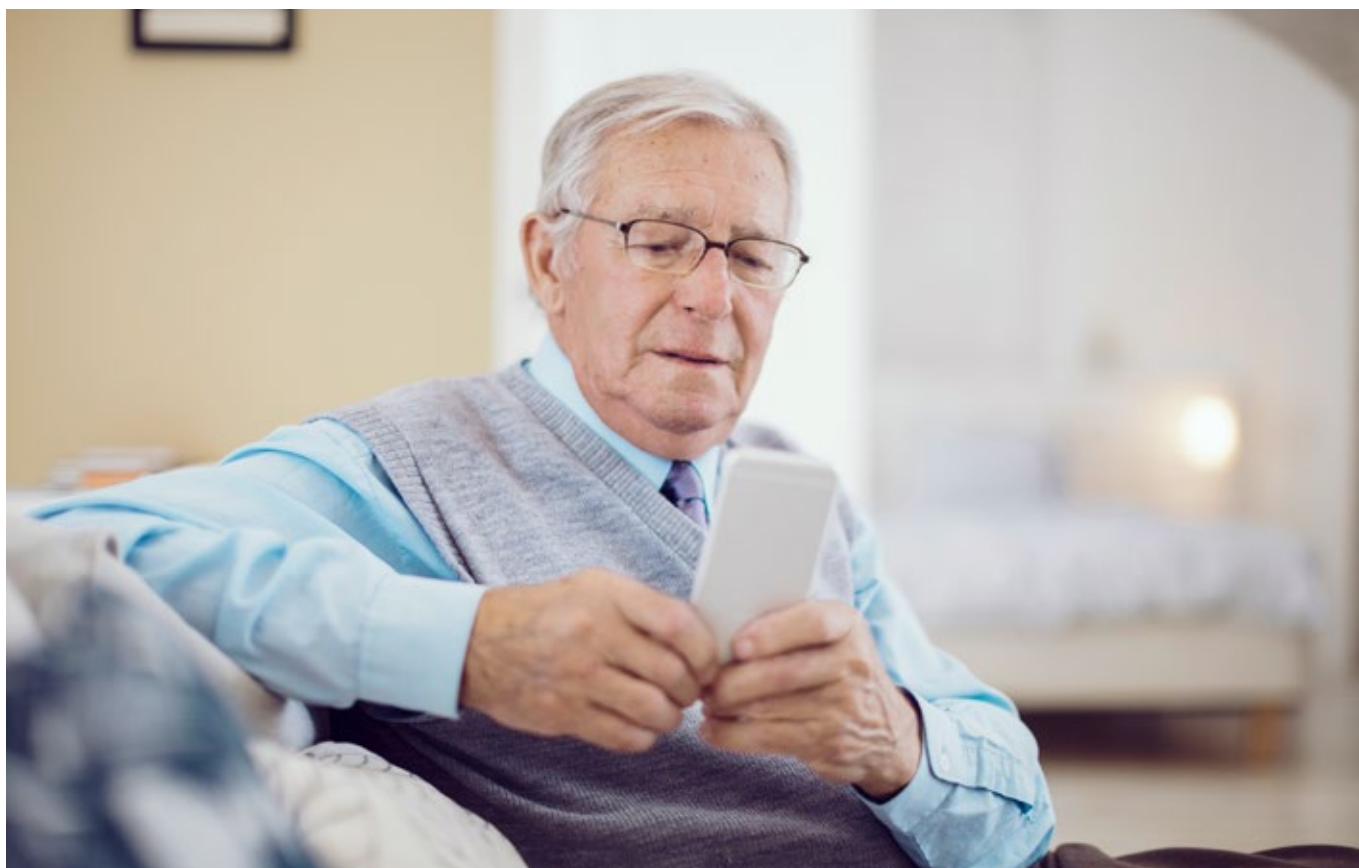
Il reste à espérer que cette baisse continue. Le Parlement a décidé en mars dernier d'en finir avec les appels publicitaires. Une motion de la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil des États prévoit que le Conseil fédéral puisse déclarer obligatoire l'accord sectoriel entre Santésuisse et Curafutura. Le gouvernement élabore maintenant le projet de loi correspondant.

Elle aussi adoptée en mars, la révision de la loi sur les télécommunications va dans le

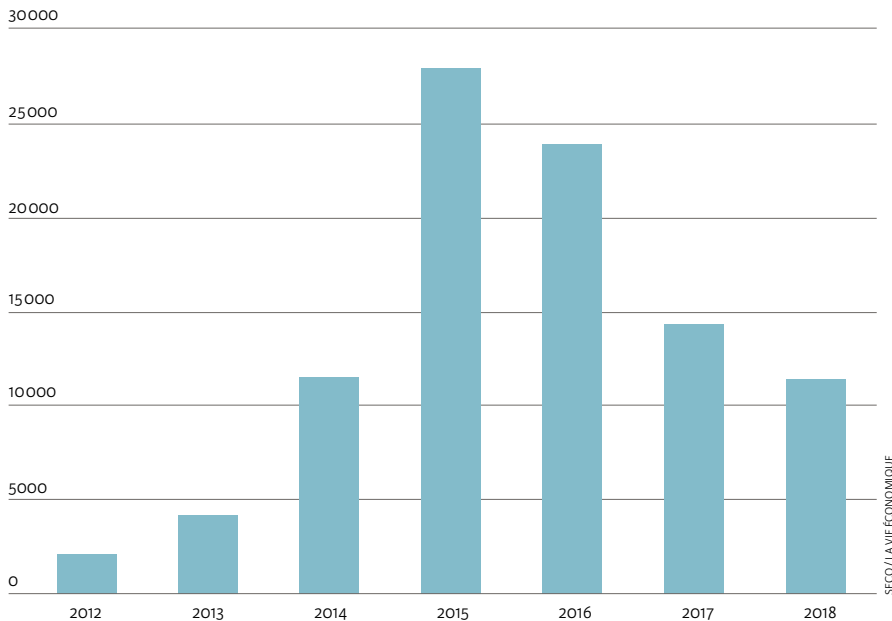
même sens : elle prévoit que les opérateurs téléphoniques soient tenus de bloquer les appels publicitaires déloyaux sur demande des consommateurs – les instituts de sondage ne sont toutefois pas visés. Les autorités pénales pourront en outre bloquer les numéros de téléphone des entreprises ne tenant pas compte de l'astérisque.

Le « spoofing » constitue lui aussi une véritable nuisance pour de nombreux abonnés. Ce procédé permet d'afficher un numéro falsifié sur l'écran de la personne appelée. La véritable identité de l'appelant est ainsi dissimulée et une fausse identité parfois utilisée.

Le « coup du neveu » est une forme répandue de tromperie : pour obtenir de l'argent, l'appelant se fait passer pour un parent.



## Réclamations pour des appels publicitaires en dépit de l'astérisque (2012–2018)



### La revente de billets provoque une vague de colère

En ajoutant les réclamations des personnes inscrites sans astérisque aux 11 369 déjà reçues, 12 675 notifications ont au total été transmises au Seco pour des appels publicitaires non sollicités. Dans l'ensemble, le Seco a reçu 14 775 réclamations pour pratiques commerciales déloyales en 2018<sup>1</sup>, soit 17 % de moins que l'année précédente.

Les plaintes pour tromperie viennent numériquement juste après celles concernant des appels publicitaires : le Seco en a reçu 1312. Près de la moitié des réclamations de cette catégorie visaient les pratiques commerciales de la plateforme de revente de billets Viagogo et beaucoup provenaient de l'étranger. Le Seco avait déjà introduit en 2017 une action civile contre cette entreprise sise à Genève afin qu'elle améliore la transparence de ses sites Internet. Cette procédure est toujours pendante devant le Tribunal de commerce du canton de Zurich. Le Seco estime notamment que les clients doivent être clairement informés du fait qu'ils achètent

des billets de concert de revente. Le prix final des billets – c'est-à-dire le prix à être payé effectivement pour ces derniers – doit par ailleurs être indiqué d'emblée. Pour sa part, la société, active au niveau mondial, conteste agir de façon déloyale.

### Transaction judiciaire dans les cosmétiques

Dans une autre affaire de tromperie présumée, le Seco a pu obtenir l'année dernière une transaction judiciaire. La procédure civile initiée – et désormais close – visait la vente de cosmétiques en ligne par l'entreprise danoise Lux International Sales ApS (Stylelux). Le Seco avait enregistré de nombreuses plaintes de personnes indiquant avoir reçu des marchandises sans avoir passé commande après s'être rendues sur la page stylelux.ch. Des taxes et des frais de douanes avaient également été facturés à la livraison sans indication préalable.

Cette société s'est engagée à ne plus tromper les visiteurs du domaine Internet suisse stylelux.ch, ainsi que les utilisateurs des réseaux sociaux Facebook et Instagram, sur le prix à payer effectivement et sur les conditions de conclusion des contrats.

Stylelux persiste toutefois à contester les reproches qui lui sont faits.

Enfin, outre les appels publicitaires et les tromperies, les arnaques à l'annuaire (223), les arnaques au paiement préalable (107) et le pollupostage – ou « spamming » – (63) ont également constitué des motifs de réclamation fréquents.

Au total, le Seco a l'an dernier mis en garde 49 entreprises et déposé 18 plaintes pénales auprès des ministères publics cantonaux compétents. Vingt ordonnances pénales, décisions et arrêts des ministères publics et des tribunaux cantonaux ont été prononcés en 2018 dans des procédures introduites par le Seco. Dans sept cas, la procédure s'est soldée par une non-entrée en matière, un classement ou une suspension.

Les personnes recevant des appels publicitaires ou victimes d'autres pratiques commerciales déloyales peuvent adresser une réclamation au Seco à l'aide d'un formulaire disponible sur son site Internet. Ce procédé permet de regrouper les plaintes. Il est essentiel de fournir les indications les plus exactes possibles. Dans le cas des appels publicitaires, il est à relever qu'il est souvent difficile de déterminer l'identité de l'appelant.



**Philippe Barman**

Avocat, chef du groupe LCD, secteur Droit, Secrétariat d'État à l'économie (Seco), Berne



**Stefan Sonderegger**

Rédacteur à *La Vie économique*

<sup>1</sup> Les chiffres peuvent être consultés sur [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) sous la rubrique « concurrence déloyale ».