

# Des livraisons non désirées de toners irritent les entreprises

Le Seco a reçu plus de 13 000 réclamations pour pratiques commerciales déloyales l'an dernier. Outre les particuliers, de nombreuses entreprises ont signalé des infractions.

*Philippe Barman, Stefan Sonderegger*

Un grand nombre d'entreprises en Suisse ont reçu l'an dernier des cartouches de toner de la société Trimedia sans les avoir commandées. Le Secrétariat d'État à l'économie (Seco) a enregistré quelque 230 réclamations à ce sujet en 2019. Basée à Allschwil (BL), Trimedia a procédé comme suit: elle a pris contact avec les sociétés concernées par téléphone pour leur indiquer qu'elle n'a pas pu effectuer la livraison comme prévu; pour obtenir une livraison de remplacement, les entreprises contactées devaient répondre par «OK» à un courrier électronique de Trimedia. Celles qui le faisaient sans le lire attentivement passaient en réalité une commande de cartouches.

En septembre 2019, le Seco a déposé une plainte pénale contre Trimedia dans le canton de Bâle-Campagne. Le ministère public de Bâle-Campagne a ensuite effectué des

perquisitions. Le nombre de réclamations a depuis lors diminué.

La plateforme de revente de billets Viagogo suscite depuis longtemps la colère des clients. De nombreuses personnes ne se rendent pas compte que le site ne propose pas de billets en première vente. Elles sont donc étonnées que le nom de quelqu'un d'autre figure sur le billet de concert. Pour d'autres, les billets achetés n'étaient pas valables. En 2019, le Seco a reçu 478 réclamations, après les 629 enregistrées l'année précédente.

En 2017, le Seco avait déjà introduit une action civile contre Viagogo devant le Tribunal de commerce de Zurich afin que cette entreprise améliore la transparence de ses sites Internet. Le tribunal a rejeté l'action. Les juges ont estimé que l'acheteur moyen était capable de voir qu'il s'agit d'une plate-

forme de revente de billets. Le Seco a pris note de ce jugement et examine la suite à donner à cette affaire.

## Un travail fictif de garde du corps

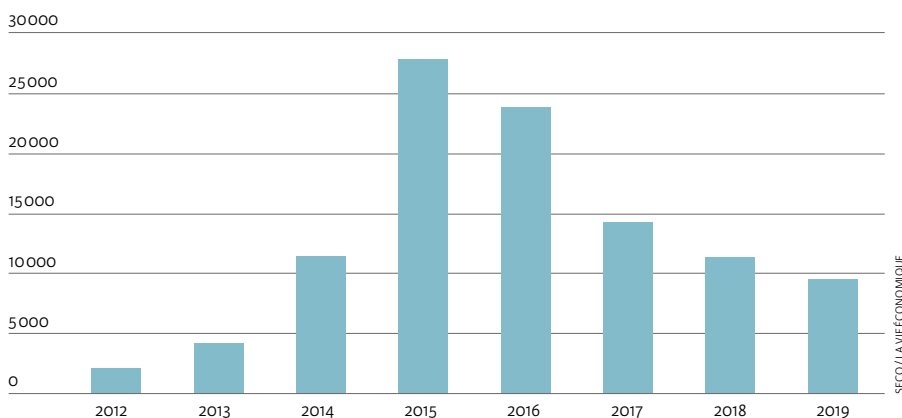
Le modèle commercial d'un garde du corps présumé a également créé certaines nuisances en 2019. Le prévenu a inscrit au registre du commerce des entreprises avec des noms tels que Security Brokers ou Swiss Premium Security; il prétendait rechercher du personnel de sécurité pour des manifestations, des surveillances d'entreprises et la protection de personnes. Si quelqu'un s'intéressait à un poste, il devait suivre un

Tous les colis ne sont pas forcément plaisants à recevoir: une entreprise suisse faisait ainsi livrer des cartouches de toner sans qu'aucune commande n'ait été passée.



KEYSTONE

## Réclamations pour des appels publicitaires en dépit de l'astérisque (2012–2019)



cours payant auprès du prévenu pour avoir la chance d'obtenir l'un des postes publiés. Ce supposé expert en sécurité encaissait les frais du cours alors qu'il n'avait aucun poste à repourvoir. Les entreprises ont aujourd'hui été radiées du registre du commerce.

En avril 2019, le Seco a porté plainte contre le prévenu dans le canton de Zurich. La procédure a pris du retard à cause des diverses réclamations émanant du prévenu.

### Le prix des fleurs sous la loupe

Les magasins de fleurs étaient au centre de l'attention du Seco en 2019. Lors d'une action coordonnée par le Seco, les cantons ont vérifié sur 804 lieux si les prix des fleurs et des plantes étaient affichés correctement. Selon l'ordonnance sur l'indication des prix, les prix des offres figurant dans les vitrines doivent être bien lisibles depuis l'extérieur. De plus, le prix à payer effectivement doit être indiqué.

Les prix étaient correctement affichés dans 82 % des cas, alors que leur indication était insuffisante dans 18 % des établissements. Par la suite, la grande majorité des fleuristes réprimandés ont affiché leurs prix dans le respect de la loi. Dans deux cas seulement, les autorités cantonales d'exécution ont dû déposer des plaintes pénales parce que les gérants concernés avaient omis d'indiquer

correctement les prix malgré la constatation des lacunes, la remise d'une brochure d'information et la fixation d'un délai pour remédier à la situation. Le Seco exerce la haute surveillance dans le domaine de l'ordonnance sur l'indication des prix. Les cantons sont compétents en matière d'exécution.

### Le filtrage téléphonique est efficace

Les réclamations<sup>1</sup> portant sur les appels publicitaires non désirés ont à nouveau été les plus nombreuses reçues par le Seco en 2019 – et de loin. Sur un total de 13 518 réclamations, 11 162 concernaient ce genre de communications téléphoniques. Dans 9 566 cas, les personnes concernées ont reçu un appel publicitaire malgré l'astérisque figurant dans l'annuaire téléphonique, soit 15 % de moins que l'année précédente (voir *illustration*). Cette tendance constante à la baisse s'explique notamment par l'offre de blocage des numéros de téléphone des opérateurs comme Swisscom et Sunrise; cette option permet de supprimer les appels publicitaires sur les réseaux fixe et mobile. Les efforts d'autorégulation du secteur des assurances-maladie et les

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

interventions du Seco ont certainement aussi eu une influence favorable sur la diminution des plaintes.

L'an dernier, le Seco a au total mis en garde 50 entreprises et déposé 17 plaintes pénales auprès des ministères publics cantonaux compétents. Neuf ordonnances pénales des ministères publics cantonaux et deux condamnations des tribunaux pénaux cantonaux ont été prononcées dans des procédures introduites par le Seco. Les autorités pénales cantonales ne sont pas entrées en matière dans une affaire pénale, ont classé six procédures et en ont suspendu deux autres.

Les personnes recevant des appels publicitaires ou victimes d'autres pratiques commerciales déloyales peuvent adresser une réclamation au Seco à l'aide du formulaire disponible sur son site Internet. Ce procédé permet de regrouper les plaintes. Il est essentiel de fournir les indications les plus exactes possible. Dans le cas des appels publicitaires, il reste toutefois souvent difficile d'établir 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, « La Vie économique »