

Document	<b>sic! 2010 p. 756</b>
Auteur(s)	<b>Nicolas Dutoit</b>
Titre	<b>Les services à valeur ajoutée et la protection des consommateurs en Suisse: état des lieux et perspectives</b>
Pages	<b>756-763</b>
Publication	<b>Zeitschrift für Immaterialgüter-, Informations- und Wettbewerbsrecht</b>
Editeur	<b>Marc Amstutz, Mathis Berger, Reto M. Hilty, Anne-Virginie La Spada, Eugen Marbach, Roland Mathys, Cyrill P. Rigamonti, Florent Thouvenin, Jacques de Werra, Gregor Wild</b>
Anciens Editeurs	<b>Ivan Cherpillod, Michel Jaccard, Jürg Müller, Michael Ritscher, Werner Stieger, Rolf H. Weber</b>
ISSN	<b>1422-2019</b>
Maison d'édition	<b>Schulthess Juristische Medien AG</b>

## **Les services à valeur ajoutée et la protection des consommateurs en Suisse: état des lieux et perspectives**

Nicolas Dutoit\*

*Les services à valeur ajoutée peuvent s'avérer fort dangereux pour le consommateur, eu égard notamment aux factures parfois exorbitantes qui en découlent. Après avoir cerné la notion de "services à valeur ajoutée" ainsi que ses principaux cas d'application, l'auteur passe en revue les dispositions légales visant à protéger le consommateur contre ces pratiques, en s'intéressant plus particulièrement aux dernières modifications législatives entrées en vigueur en janvier et juillet 2010.*

*Mehrwertdienste können sich für den Konsumenten als höchst gefährlich erweisen, insbesondere wenn man die teilweise exorbitanten Rechnungen bedenkt, welche daraus hervorgehen können. Nachdem das Konzept der Mehrwertdienste und die Hauptanwendungsfälle umrissen sind, geht der Autor auf die Rechtsvorschriften ein, die den Schutz des Konsumenten vor solchen Praktiken bezwecken, und widmet sich dabei insbesondere den Gesetzesänderungen, welche im Januar und Juli 2010 in Kraft getreten sind.*

sic! 2010 S. 756

### **I. Introduction**

Avec l'entrée en vigueur, le 1<sup>er</sup> juillet 2010, des dernières dispositions visant à améliorer la protection des consommateurs faisant usage de services à valeur ajoutée, il nous a paru opportun de dresser un état des lieux de la situation actuelle et des perspectives attendues.

Ces derniers mois, les journaux se sont régulièrement faits l'écho de consommateurs grugés par des fournisseurs de services à valeur ajoutée, qui se retrouvent face à des factures de téléphone colossales, qu'ils ne peuvent honorer.

---

\* MLaw, avocat, attaché de recherche à l'Université de Genève.



Selon le dernier rapport annuel<sup>1</sup> de l'ombudscom<sup>2</sup>, 807 plaintes ont été déposées dans le domaine des services à valeur ajoutée en 2009. En comparaison, au cours de l'année 2008, "seuls" 155 cas de services à valeur ajoutée ont été portés devant l'ombudscom. On constate donc une importante et brusque augmentation des cas, qui s'explique surtout par l'apparition en 2009 des SMS<sup>3</sup> et MMS<sup>4</sup> payants.

Conscient de ces pratiques très contestables, le législateur a entrepris plusieurs réformes visant à améliorer la protection des consommateurs. Il a notamment agi sur la législation relative aux télécommunications ainsi que sur la réglementation prévoyant l'obligation d'indiquer les prix<sup>5</sup>.

## II. La notion de "services à valeur ajoutée" et ses cas d'application

Conformément à l'[art. 1 let. c OST](#), toute prestation de service fournie par le biais d'un service de télécommunication et facturée par un fournisseur de services de télécommunication en sus de services de télécommunication constitue un service à valeur ajoutée.

Par services à valeur ajoutée, on entend communément "les services de divertissement, d'information, de conseil et de commercialisation", conformément à l'[art. 10 al. 1 let. q OIP](#). Il s'agit notamment des SMS et MMS surtaxés (1.) et des numéros premium (2.).

A noter que les services à valeur ajoutée ne sont pas des services de télécommunication<sup>6</sup> au sens de l'[art. 3 let. b LTC](#). Les numéros de type 058x (*corporate networks*<sup>7</sup>) ne sont ainsi pas considérés comme des services à valeur ajoutée, mais comme des

### sic! 2010 S. 756, 757

services de télécommunication, conformément à l'[art. 10 al. 1 let. p OIP](#). La protection conférée aux consommateurs de services à valeur ajoutée ne leur est donc pas applicable.

Il n'en demeure pas moins qu'il existe un lien étroit entre les services de télécommunication et ceux à valeur ajoutée: si les fournisseurs de services à valeur ajoutée sont compétents pour la mise à disposition des prestations à valeur ajoutée, ce sont bien les opérateurs de téléphonie mobile qui sont responsables de la transmission au consommateur des SMS ou MMS sur son réseau mobile ainsi que de la facturation. C'est la raison pour laquelle les services à valeur ajoutée sont également régis par le droit des télécommunications à l'[art. 12b LTC](#).

Il est admis que les services à valeur ajoutée sont offerts à des prix excessivement élevés, sans commune mesure avec la prestation fournie. De simples services d'information peuvent par exemple être facturés jusqu'à CHF 10.- la minute. Ces tarifs peuvent entraîner des factures de plusieurs milliers de francs qui engendrent de lourdes conséquences sociales pour les consommateurs.

En outre, à cause de ces services surtaxés, le consommateur court le risque d'entrer en conflit avec son fournisseur de télécommunication, dans la mesure où c'est lui qui procède à l'encaissement. Un différend sur une facture de téléphone peut conduire à un blocage du raccordement, avec toutes les conséquences nuisibles qu'une telle action entraîne<sup>8</sup>.

1 Ombudscom, Rapport annuel, 13. Le rapport est disponible à l'adresse suivante: [www.ombudscom.ch/fr/grundlagen/jahresberichte/files/rapport-annuel-2009.pdf](http://www.ombudscom.ch/fr/grundlagen/jahresberichte/files/rapport-annuel-2009.pdf).

2 L'ombudscom est une fondation qui intervient dans le cadre des litiges qui opposent les client(e)s à leurs fournisseurs de télécommunications ou à leurs fournisseurs de services à valeur ajoutée, dans le but de leur proposer une solution neutre susceptible de convenir à chacune des parties. Elle sert d'intermédiaire pour les litiges de droit civil qui ne peuvent pas être résolus entre les parties de manière satisfaisante.

3 Abréviation de "Short Message Service" (SMS). Il s'agit d'un système qui permet de transmettre des messages écrits par l'intermédiaire de la téléphonie mobile.

4 Abréviation de "Multimedia Messagin System" (MMS). Ce système permet notamment de transmettre des photos, des enregistrements audio ainsi que de la vidéo par l'intermédiaire de la téléphonie mobile.

5 Voir infra III.

6 On entend par services de télécommunication "la transmission d'informations pour le compte de tiers au moyen de techniques de télécommunication".

7 Les "corporate networks" sont des numéros essentiellement attribués aux entreprises d'une certaine taille avec plusieurs bureaux en Suisse et qui souhaitent disposer d'un même numéro ou indicatif, indépendamment de leur situation géographique en Suisse.

8 Voir le Message relatif à la modification de la loi sur les télécommunications, ad [art. 12c LTC](#) (FF 2003, 7266).



## 1. Les SMS ou MMS surtaxés

Fréquemment, le consommateur qui souhaite télécharger un logo ou des sonneries de téléphone, participer à un forum de discussion (Chats), effectuer un test du QI sur Internet ou bénéficier de services à caractère érotique doit dévoiler son numéro de téléphone portable. En effet, pour pouvoir s'abonner à un tel service, le consommateur doit en principe envoyer un code à un numéro déterminé.

Par la suite, il recevra des SMS ou MMS l'informant de l'existence de nouvelles offres, tels les dernières sonneries à la mode ou de nouveaux concours. Lorsqu'il reçoit ses SMS ou MMS, le consommateur considère très souvent qu'il s'agit de "simples" messages publicitaires, n'y prête guère attention et ne se doute en tout cas pas qu'il s'agit de services qu'il devra payer et qui seront portés sur sa facture de téléphone mobile mensuelle. Les tarifs varient en principe entre CHF 0.10 et CHF 10.- par message.

Si l'on ne souhaite pas recevoir d'autres messages de ce type, il faut désactiver le service, en envoyant par exemple un message avec un code de désactivation spécifique comme "stop" ou "stopp".

## 2. Les numéros *premium* (090x)

Les appels à des numéros *premium* - qui peuvent coûter plusieurs francs par minute<sup>9</sup> et conduire à des factures de téléphone très "salées" - sont également considérés comme des services à valeur ajoutée. Il s'agit ici non seulement des renseignements téléphoniques<sup>10</sup>, mais également de (tentatives<sup>11</sup> de) participation à des jeux télévisés, de mise à disposition d'horoscope ou d'offres érotiques. Des agences de rencontre proposent en outre à leurs clients de les contacter par téléphone, à des tarifs très élevés et en les faisant "patienter" de longues minutes...

Lorsque le consommateur appelle un numéro commençant par 090x, il paye non seulement le prix normal d'une communication mais également un supplément pour le service fourni.

Il existe actuellement trois types de numéros 090x:

-- 0900: *business* et marketing

Il s'agit par exemple d'un appel à un helpdesk, de services de renseignements, d'achats et de réservations de billets ou d'achats d'autres services ou produits.

-- 0901: divertissements

C'est le cas notamment des horoscopes, "forums de discussion", jeux, concours téléphoniques ou enquêtes.

-- 0906: divertissements pour adultes.

Il s'agit par exemple d'érotisme ou d'appels au téléphone "rose".

Bien que les prestataires de service soient tenus d'indiquer au consommateur le prix de la communication<sup>12</sup>, il n'est pas anodin de relever que le montant mentionné correspond au tarif applicable à un appel depuis une ligne fixe. Il s'ensuit pour le client faisant usage de son téléphone portable un (sur-)surcoût supplémentaire, qui a déjà surpris plus d'un consommateur<sup>13</sup>...

## III. Les dispositions légales visant à protéger le consommateur

Afin de prévenir les abus, le législateur a adopté de nombreuses règles protégeant le consommateur, contenues dans trois textes différents. La Loi sur les télécommunications<sup>14</sup> (1.) fixe le cadre général, alors

---

<sup>9</sup> Conformément à l'[art. 39 al. 2 OST](#), la limite de CHF 10.- par minute ne peut toutefois pas être franchie. Voir également infra III.2.b).

<sup>10</sup> Par exemple trouver un soutien pour des problèmes informatiques ou juridiques.

<sup>11</sup> Il faut en effet savoir, ce qu'ignore d'ailleurs fréquemment le consommateur, que l'appel est également facturé si l'on n'est pas sélectionné pour participer au concours et que l'on entend le répondeur automatique nous informant de notre échec...

<sup>12</sup> Voir infra III. 3.

<sup>13</sup> Cette "mauvaise surprise" devrait cependant tendre à disparaître avec l'adoption du nouvel [art. 13a al. 3 OIP](#). Voir également infra III.3.b)cc).

<sup>14</sup> Loi du 30 avril 1997 sur les télécommunications (LST; RS 784.10).



que l'Ordonnance sur les services de télécommunication<sup>15</sup> (2.) en règle les détails. L'Ordonnance sur l'indication des prix<sup>16</sup> (3.) prévoit également des dispositions relatives aux services à valeur ajoutée.

## 1. La Loi sur les télécommunications (LST)

Cette loi a été votée le 30 avril 1997 et est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier

**sic! 2010 S. 756, 758**

1998, en même temps que la réglementation européenne<sup>17</sup>. En effet, avant 1998, la plupart des Etats membres connaissaient également, dans le domaine des télécommunications, des monopoles d'état quasi exclusifs. L'évolution technologique fulgurante et une volonté politique de "démocratisation" par l'accès au grand public obligea toutefois la Communauté européenne à rapidement libéraliser les différents marchés des télécommunications afin d'en améliorer les structures et la compétitivité.

La Suisse emboîta rapidement le pas de l'Union européenne et le Conseil fédéral proposa, le 10 juin 1996, la libéralisation des télécommunications. Tout un pan de cette réforme concernait notamment la protection des consommateurs dans le contexte des services à valeur ajoutée. Ainsi, le nouvel art. 12b LST prévoit désormais que:

"<sup>1</sup>Le Conseil fédéral régleme les services à valeur ajoutée afin d'empêcher les abus. Il fixe notamment des prix plafonds, édicte des dispositions sur l'indication des prix et impose aux parties concernées, dans le respect des engagements internationaux, d'avoir un siège ou un établissement en Suisse.

<sup>2</sup>A partir d'un certain montant, les frais que doit régler l'utilisateur pour obtenir un service à valeur ajoutée ne peuvent être prélevés sans son accord exprès. Le Conseil fédéral fixe ce montant et édicte des dispositions prévoyant que les services à valeur ajoutée facturés par les fournisseurs de services de télécommunication en sus des autres prestations puissent être identifiés comme tels sur la base des numéros."

Cette disposition constitue le fondement légal sur lequel le Conseil fédéral s'appuie en vue de réglementer les services à valeur ajoutée, notamment s'agissant de la protection des consommateurs. Elle expose les domaines dans lesquels une intervention législative est nécessaire et souhaitable. Elle identifie en particulier certains instruments, telles la facturation des services à valeur ajoutée<sup>18</sup>, la fixation de prix plafonds<sup>19</sup> ou l'indication des prix<sup>20</sup>.

## 2. L'Ordonnance sur les services de télécommunication (OST)

Le chapitre 5 de l'[OST](#) est exclusivement consacré aux services à valeur ajoutée et vise à empêcher les abus. En particulier, les [art. 38, 39, 40 et 41 OST](#) prévoient des règles en relation avec la protection des consommateurs.

a) *La facturation des services à valeur ajoutée ([art. 38 OST](#))*

L'[art. 38 OST](#) dispose ce qui suit:

"<sup>1</sup> Aussi longtemps qu'ils peuvent contester la facture, les clients peuvent exiger de leur fournisseur qu'il leur communique dans une rubrique séparée, de manière ponctuelle gratuitement, ou à l'occasion de chaque facture, les données suivantes, à condition qu'elles soient utilisées pour la facturation:

- a. la ressource d'adressage par laquelle le service à valeur ajoutée est fourni, pour autant qu'elle soit disponible;
- b. la date et l'heure de la fourniture du service à valeur ajoutée;
- c. le cas échéant, la durée de la communication;
- d. la rémunération due pour le service à valeur ajoutée.

---

<sup>15</sup> Ordonnance du 9 mars 2007 sur les télécommunications ([OST](#); RS 784.101.1).

<sup>16</sup> Ordonnance du 11 décembre 1978 sur l'indication des prix ([OIP](#); RS 942.211).

<sup>17</sup> Directive 97/66/CE du Parlement européen et du Conseil du 15 Décembre 1997 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des télécommunications. Ce cadre législatif a été modifié en 2002.

<sup>18</sup> Voir infra III.2.a).

<sup>19</sup> Voir infra III.2.b).

<sup>20</sup> Voir infra III.3.



<sup>2</sup>Le fournisseur de services de télécommunication fournit les indications énumérées à l'al. 1 sur demande pour les raccordements avec prépaiement des frais de communication. La fourniture d'indications doit être gratuite oralement. Par écrit, seul un montant restreint peut être prélevé.

<sup>3</sup>Le fournisseur de services de télécommunication est tenu d'indiquer de manière claire sur la facture le moyen d'obtenir l'identité et l'adresse du fournisseur du service à valeur ajoutée.

<sup>4</sup>Lorsqu'un client conteste la facture portant sur des services à valeur ajoutée, le fournisseur de services de télécommunication ne peut pas bloquer le raccordement ou résilier le contrat pour ce motif avant la résolution du litige. Cela vaut également lorsque le service à valeur ajoutée n'est pas fourni, mais seulement offert par le biais d'un service de télécommunication. Le fournisseur de services de télécommunication peut toutefois bloquer l'accès aux services à valeur ajoutée."

Afin de garantir aux clients la transparence des frais de téléphone et la possibilité de les vérifier, les montants relatifs aux services à valeur ajoutée doivent faire l'objet - pour autant que le client le demande en temps voulu - d'une rubrique séparée sur la facture. Dans ce cas, la facture doit aussi contenir toutes les informations permettant de la vérifier et, le cas échéant, de la contester. Il s'agit notamment de la ressource d'adressage par laquelle le service à valeur ajoutée est fourni (qui permet généralement aussi d'identifier le fournisseur du service à valeur ajoutée), la date et l'heure de la fourniture du service à valeur ajoutée, ainsi que la durée de la communication, si elle est déterminante pour le décompte.

En vertu de l'al. 2, ces informations doivent être fournies pour les raccordements, mobiles ou fixes, avec prépaiement des services lorsque le client en fait la demande. Cela ne signifie néanmoins pas que les clients qui utilisent ce type de raccordement en passant par un fournisseur de services de télécommunication reçoivent une facture sans frais. Toutefois, dans la mesure où ces types de raccordements permettent précisément d'éviter la facturation, ces frais doivent être restreints.

La divulgation de l'identité du titulaire de la ressource d'adressage n'est pas toujours de la compétence du fournisseur de services de télécommunication. En effet, si certaines ressources sont effectivement directement attribuées par ce dernier<sup>21</sup>, d'autres le sont par l'OFCOM<sup>22</sup>. Pour cette raison, le fournisseur de services de télécommunication est tenu d'indiquer sur la facture le moyen d'obtenir l'identité et l'adresse du fournisseur de services à valeur ajoutée.

Le client doit enfin avoir la possibilité de contester auprès de son fournisseur de services de télécommunication la partie de sa facture de téléphone ayant trait à la consommation de services à valeur ajoutée sans que cela n'occasionne la coupure de son raccordement. Les utilisateurs de carte à prépaiement doivent également

#### **sic! 2010 S. 756, 759**

bénéficier de cette possibilité. A défaut, les possibilités de contester la facture de manière ciblée seraient très limitées: payer intégralement sa facture et conserver son numéro et son raccordement, ou contester tout ou partie de la facture et risquer la coupure de son raccordement, la résiliation anticipée de son abonnement (souvent de surcroît liée au paiement d'une pénalité) et la perte de son numéro.

La possibilité de contester partiellement les factures représente une nette amélioration de la protection des consommateurs face aux abus dans le domaine des services à valeur ajoutée. En contrepartie, le fournisseur a la possibilité de bloquer l'accès aux services à valeur ajoutée afin d'empêcher les abus de la part de consommateurs qui, forts de cette protection, pourraient être tentés de recourir à des services à valeur ajoutée de manière illimitée et sans rien payer<sup>23</sup>.

#### *b) Les prix plafonds des services à valeur ajoutée (art. 39 OST)*

Cette disposition a la teneur suivante:

<sup>1</sup>Ni les taxes de base ni les taxes fixes perçues pour les services à valeur ajoutée ne peuvent excéder 100 francs.

<sup>2</sup>Le prix par minute ne peut jamais excéder 10 francs.

<sup>21</sup> Il s'agit en particulier des numéros courts pour services SMS et MMS, conformément à l'art. 15f de l'Ordonnance du 6 octobre 1997 sur les ressources d'adressage dans le domaine des télécommunications ([ORAT](#); 784.104) qui fixe les données qui doivent être mises à la disposition du public.

<sup>22</sup> C'est notamment le cas des numéros E.164, attribués individuellement, conformément à l'art. 24b de l'Ordonnance du 6 octobre 1997 sur les ressources d'adressage dans le domaine des télécommunications ([ORAT](#); 784.104).

<sup>23</sup> Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), Rapport explicatif sur l'Ordonnance sur les services de télécommunication du 9 mars 2007, 12.



<sup>3</sup>Lorsque les services à valeur ajoutée requièrent l'inscription préalable du client et peuvent impliquer la transmission de plusieurs unités d'information, ni la taxe par unité d'information ni la somme des taxes perçues pour les unités d'information transmises par le fournisseur en l'espace d'une minute ne peuvent excéder 5 francs.

<sup>4</sup>La somme de toutes les taxes (taxe de base, taxes fixes et taxes calculées en fonction du temps d'utilisation du service) ne peut pas excéder 400 francs par communication ou par inscription."

Afin de protéger les clients, le législateur a fixé des prix plafonds pour les services à valeur ajoutée. Les prix plafonds empêchent qu'un consommateur, en cas d'erreur ou d'abus, subisse des dommages pécuniaires trop élevés.

A noter qu'il est toujours possible de proposer des services à des tarifs supérieurs aux prix plafonds, mais le fournisseur ne peut les porter sur la facture du téléphone.

Cette disposition doit être lue en parallèle avec l'[art. 11a al. 4 OIP](#) qui exige, lorsque les taxes fixes dépassent CHF 10.- ou lorsque le prix par minute est supérieur à CHF 5.-, une confirmation expresse de la part du consommateur<sup>24</sup>.

En ce qui concerne les services fournis par SMS ou MMS ainsi que les autres services à valeur ajoutée qui impliquent la réception de plusieurs unités d'informations, les clients ne savent en règle générale pas à l'avance combien de messages payants ils vont recevoir. En outre, la procédure permettant de mettre un terme à la réception de tels services est souvent compliquée. Il est la plupart du temps nécessaire de mener des recherches puis il faut encore envoyer le code de désactivation correspondant. La fixation d'un prix plafond de CHF 5 par unité d'information et par minute tient compte de ces éléments.

Le prix plafond fixé à CHF 400.- protège donc les clients qui ne parviennent pas à résilier un service à valeur ajoutée ou qui ne sont pas ou plus conscients d'avoir demandé un tel service<sup>25</sup>.

c) *Le blocage de l'accès des services à valeur ajoutée (art. 40 OST)*

L'[art. 40 OST](#) prévoit:

"<sup>1</sup>Les fournisseurs de services de télécommunication doivent offrir à leurs clients la possibilité de bloquer l'accès à l'ensemble des numéros de services à valeur ajoutée de type 090x ou seulement aux numéros de services à valeur ajoutée à caractère érotique ou pornographique (numéros 0906).

<sup>2</sup>Les fournisseurs de services de télécommunication au bénéfice d'une autorisation de gérer et d'attribuer des numéros courts pour services SMS et MMS au sens des [art. 15a ss ORAT](#) donnent à leurs clients la possibilité de bloquer l'accès aux numéros courts qu'ils ont attribués pour tous les services SMS et MMS payants ou seulement pour les services SMS et MMS à caractère érotique ou pornographique. Cette possibilité doit comprendre le blocage de la réception des services SMS et MMS correspondants.

<sup>3</sup>Les fournisseurs de services de télécommunication donnent à leurs clients la possibilité de bloquer l'accès à l'ensemble des services à valeur ajoutée au sens de l'art. 35, al. 2, ou seulement aux services à valeur ajoutée à caractère érotique ou pornographique.

<sup>4</sup>Ces blocages doivent pouvoir être aisément et gratuitement activés et désactivés par les clients à tout moment. Cette règle ne vaut pas pour les clients visés à l'art. 38, al. 4, 3 e phrase, et à l'art. 41.

<sup>5</sup>Les fournisseurs de services de télécommunication visés aux al. 1, 2 et 3 signalent ces possibilités de blocage à leurs clients lors de la conclusion du contrat, puis au moins une fois par année."

La possibilité de demander le blocage de l'accès aux services à valeur ajoutée constitue une mesure nécessaire de protection des consommateurs contre les risques d'abus. Cette possibilité existait d'ailleurs déjà dans la précédente législation tant pour les services à valeur ajoutée offerts via des numéros attribués individuellement de type 090x<sup>26</sup> que pour les services SMS et MMS payants<sup>27</sup>. Etant donné que des services à valeur ajoutée peuvent également être fournis sans utilisation de numéros spécifiques au sens de l'[art. 36 al. 4 OST](#), la possibilité de bloquer l'accès à ce type de services doit également être offerte.

Il va de soi que le blocage prévu à l'al. 3 ne concerne que les services qui, selon la définition donnée à l'[art. 1 let. c OST](#), sont facturés par un fournisseur de services de télécommunication en sus des services de télécommunication. Seuls ces services peuvent être bloqués.

---

<sup>24</sup> Voir infra III.3.a)bb).

<sup>25</sup> DETEC, Rapport explicatif sur l'Ordonnance sur les services de télécommunication du 9 mars 2007, 13.

<sup>26</sup> Voir [art. 31 OST](#) dans sa version de 2001.

<sup>27</sup> Voir [art. 15d al. 3 ORAT](#) dans sa version de 2006.



Les consommateurs doivent pouvoir activer ou désactiver eux-mêmes les blocages en composant un code sur leur téléphone. Lorsqu'une telle possibilité n'est pas envisageable d'un point de vue technique, les fournisseurs de services de télécommunication doivent offrir à leurs clients la possibilité d'activer et de désactiver le blocage en tout temps

#### sic! 2010 S. 756, 760

en en faisant la demande auprès du service clientèle, par téléphone ou par e-mail<sup>28</sup>.

d) *La protection des mineurs* ([art. 41 OST](#))

Cette disposition a la teneur suivante:

"Les fournisseurs de services de télécommunication bloquent les accès suivants aussi longtemps que le client ou l'utilisateur désigné est âgé de moins de 16 ans, pour autant qu'ils aient pu prendre connaissance de cette information:

- a. l'accès aux numéros de services à valeur ajoutée à caractère érotique ou pornographique (numéros 0906);
- b. l'accès aux numéros courts pour les services SMS et MMS à caractère érotique ou pornographique;
- c. l'accès aux services à valeur ajoutée à caractère érotique ou pornographique offerts selon l'art. 35, al. 2."

Le nombre de consommateurs mineurs, notamment dans le domaine de la téléphonie mobile, va en s'accroissant. La quasi-totalité des adolescents possèdent aujourd'hui un téléphone portable. Dans ce contexte, et afin d'améliorer la protection des mineurs contre les risques d'exposition à des services à valeur ajoutée à caractère érotique ou pornographique, il importe que les fournisseurs de services de télécommunication veillent à ce que l'accès à ce type de services soit bloqué aussi longtemps que le consommateur est mineur<sup>29</sup> et pour autant que ceci a été porté à leur connaissance<sup>30</sup>.

### 3. L'Ordonnance sur l'indication des prix (OIP)

Cette ordonnance est fondée sur la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD)<sup>31</sup>, dont elle constitue un moyen d'action visant à promouvoir une concurrence loyale. Conformément à son art. 1, elle a pour but "d'assurer une indication claire des prix, permettant de les comparer et d'éviter que l'acheteur ne soit induit en erreur".

Plusieurs dispositions traitent de l'indication des prix en matière de services à valeur ajoutée.

a) *Dispositions applicables à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2010*

Une première modification de l'OIP au sujet des services à valeur ajoutée a été adoptée en janvier 2010<sup>32</sup>. Elle abroge l'ancien al. 1<sup>bis</sup> de l'[art. 11 OIP](#) et instaure deux nouvelles dispositions, les [art. 11 a et 11 b OIP](#).

aa) L'obligation d'indiquer le prix ([art. 10 al. 1 let. q OIP](#))

Cette disposition prévoit expressément que le prix à payer pour "les prestations de services comme les services d'information, de conseil, de commercialisation et de répartition des frais de communication, qui sont fournis ou offertes par le biais de services de télécommunication, qu'elles soient facturées par un fournisseur de services de télécommunication ou non" doit être indiqué en francs suisses.

Dans la mesure où la notion de "services à valeur ajoutée" a été définie à l'[art. 1 let. c OST](#), l'OIP a renoncé à utiliser ce terme et emploie désormais le vocable "prestation de service".

bb) Le mode d'indication des prix des services à valeur ajoutée payants ([art. 11 a OIP](#))

Cette disposition a la teneur suivante:

"<sup>1</sup>Aucune prestation de service au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, dont la taxe de base ou le prix par minute dépasse deux francs, ne peut être facturée au consommateur sans qu'il ait été préalablement informé clairement et gratuitement de son prix, au moins dans la langue de l'offre. Les taxes fixes en cours de

<sup>28</sup> DETEC, Rapport explicatif sur l'Ordonnance sur les services de télécommunication du 9 mars 2007, 13 et 14.

<sup>29</sup> Le consommateur est considéré comme mineur aussi longtemps qu'il n'a pas 16 ans, conformément aux dispositions du titre cinquième du livre deuxième du Code pénal suisse (CPS; RS 311).

<sup>30</sup> DETEC, Rapport explicatif sur l'Ordonnance sur les services de télécommunication du 9 mars 2007, 14.

<sup>31</sup> Loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD; RS 241).

<sup>32</sup> RO 2009, 5825 ss.



communication et les frais de mise en attente sur les numéros 090x ou les numéros courts doivent être indiqués quel que soit leur montant.

<sup>2</sup>Pour la durée de l'annonce tarifaire, les frais qui peuvent être facturés au consommateur sont:

- a. les taxes de communication pour l'appel d'un numéro d'abonné ordinaire;
- b. les taxes éventuelles de radiocommunication s'appliquant à la téléphonie mobile.

<sup>3</sup>La taxe de base, les taxes fixes en cours de communication et le tarif par minute ne peuvent être appliqués qu'à l'échéance d'un délai de cinq secondes après la fin de l'annonce tarifaire.

<sup>4</sup>Lorsque les taxes fixes dépassent dix francs ou que le prix par minute est supérieur à cinq francs, la prestation de service ne peut être facturée au consommateur que si celui-ci a expressément confirmé qu'il acceptait l'offre.

<sup>5</sup>Les prestations de services offertes par Internet ou par communication de données ne peuvent être facturées au consommateur que si celui-ci a été préalablement informé de leur prix en caractères bien visibles et aisément lisibles, et qu'il a expressément accepté l'offre."

A l'origine, cette disposition concernait principalement les services vocaux à valeur ajoutée offerts par le biais de numéros 090x. Son domaine d'application est désormais étendu aux services de données.

Pour ce qui est de l'al. 5, cette disposition a été notamment introduite suite à l'emploi de *PC-dialers*<sup>33</sup> lors de l'utilisation d'un numéro 090x. Dans l'intervalle, l'emploi de ces *PC-dialers* a été interdit<sup>34</sup>. Actuellement, de nouveaux services à valeur ajoutée sont proposés directement par Internet et par communications de données. Pour ces services aussi, le prix de la prestation doit être communiqué au préalable. Afin d'empêcher les abus, une confirmation expresse du client - tout comme à l'al. 4 - est donc exigée avant l'utilisation du service.

cc) Le mode d'indication des prix des services à valeur ajoutée par unité d'information ([art. 11 b OIP](#))

L'[art. 11 b OIP](#) prévoit que:

"<sup>1</sup>Lorsqu'un consommateur recourt à une prestation de service au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, qui requiert une inscription préalable et qui peut impliquer la transmission de plusieurs unités d'informations (push-services), telles que textes, images ou séquences audio ou vidéo, il doit être informé gratuitement et clairement, sur son installation terminale mobile, avant l'activation du service:

**sic! 2010 S. 756, 761**

- a. de la taxe de base qui sera éventuellement perçue;
- b. du prix à payer par unité d'information;
- c. de la manière de procéder pour désactiver le service;
- d. du nombre maximum d'unités d'informations par minute.

<sup>2</sup>Les taxes ne peuvent être prélevées qu'après que le consommateur a eu connaissance des informations visées à l'al. 1 et qu'il a expressément confirmé sur son installation terminale mobile qu'il acceptait l'offre."

Les services par abonnement comportent un énorme potentiel d'abus, une inscription pouvant provoquer l'envoi d'un nombre indéterminé d'unités d'informations. Pour cette raison, l'art. 11 b al. 2 exige dans tous les cas la confirmation expresse de tels services, indépendamment du montant de la taxe de l'unité d'information.

La récente progression des fraudes commises sur Internet a révélé des lacunes dans la réglementation. En effet, l'art. 11 b al. 1 ne précise pas où les informations selon les lettres a à d doivent être fournies aux consommateurs. Il est impératif que ces renseignements passent par le terminal mobile sur lequel le consommateur reçoit le service "*push*" et par l'utilisation duquel le décompte interviendra<sup>35</sup>. Bien que l'[art. 11 b al. 2 OIP](#) ne spécifie pas la manière dont les consommateurs doivent confirmer expressément

<sup>33</sup> Il est possible d'utiliser une ligne téléphonique pour établir une connexion à Internet par le biais d'un modem. Certains programmes, baptisés *PC-Dialers*, établissent automatiquement cette connexion par un numéro 090x surtaxé. La minute sur Internet peut alors coûter très cher.

<sup>34</sup> L'OFCOM a modifié les prescriptions techniques afin d'empêcher l'emploi de *PC-Dialers* en Suisse. Toutefois d'autres numéros internationaux (commençant par exemple par 00677 ou 00882) peuvent utiliser les *PC-Dialers* pour facturer des services par le biais de la facture de téléphone.

<sup>35</sup> Cette mesure permet d'éviter que ces informations essentielles pour les consommateurs ne figurent par exemple qu'à certains endroits peu visibles sur le site Internet du fournisseur.





l'acceptation de l'offre pour un service "push", on peut admettre qu'elle doit provenir de l'appareil mobile sur lequel le consommateur reçoit le service.

Les expériences faites avec les services par SMS ont montré qu'une fois inscrits, les clients de ces services sont souvent "bombardés" de messages. L'art. 11b al. 1 let. d limite ces abus en obligeant le fournisseur à indiquer le nombre maximum d'unités d'informations par minute.

Il s'ensuit que lorsqu'un client conclut un abonnement pour des services à valeur ajoutée qui lui seront transmis par SMS ou MMS, il doit recevoir toutes les informations relatives à l'abonnement sur son téléphone mobile et doit confirmer depuis cet appareil qu'il accepte l'offre. Il n'est ainsi plus possible de conclure un tel abonnement sur Internet par exemple. Cette mesure permet d'éviter que le fait de cliquer de manière précipitée sur le site Internet d'un fournisseur soit interprété par ce dernier comme une acceptation expresse de l'offre.

dd) L'indication des prix dans la publicité ([art. 13 al. 1<sup>bis</sup> OIP](#))

L'art. 13 al. 1<sup>bis</sup> a la teneur suivante:

"(...) <sup>1bis</sup> Lorsqu'une publicité mentionne le numéro de téléphone d'une prestation de service payante au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, ou d'autres séquences de signes ou de lettres s'y rapportant, elle doit également indiquer au consommateur la taxe de base et le prix à payer par minute. Si un autre mode de tarification est appliqué, il doit être annoncé clairement. L'information sur les prix, au sens du présent al., doit être publiée en caractères d'imprimerie d'une taille au moins égale à ceux utilisés dans la publicité pour indiquer le numéro du service à valeur ajoutée."

Cette disposition est importante pour le consommateur dans la mesure où elle impose aux fournisseurs de services à valeur ajoutée de communiquer sur les coûts engendrés par un appel sur un numéro premium. Elle assure ainsi une certaine transparence des prix et permet dès lors au consommateur de s'engager en connaissance de cause.

*b) Dispositions applicables à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2010*

Afin que les fournisseurs concernés disposent de suffisamment de temps pour procéder aux changements requis et afin de réduire au maximum les charges administratives<sup>36</sup>, il a été convenu que les [art. 11a al. 1, 11b al. 3 et 13a al. 3 OIP](#) entreront en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2010<sup>37</sup>. Il s'agit de la dernière étape du "paquet" de modifications engagées en 2010. Les modifications sont indiquées en italique dans le texte.

aa) Le nouvel al. 1 de l'[art. 11a OIP](#)

L'[art. 11a al. 1 OIP](#) dispose ce qui suit:

"<sup>1</sup> Aucune prestation de service au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, dont la taxe de base ou le prix par minute dépasse deux francs, ne peut être facturée au consommateur sans qu'il ait été préalablement informé clairement et gratuitement de son prix, au moins dans la langue de l'offre. Les taxes fixes en cours de communication et les frais de mise en attente sur les numéros 090x ou les numéros courts doivent être indiqués quel que soit leur montant; *il doit aussi être fait mention que le prix indiqué pour les numéros 090x vaut pour les appels à partir du réseau fixe.*"

Cette disposition est parfaitement identique à la version de janvier 2010<sup>38</sup>. Simplement est-il ajouté qu'il doit être fait mention que le prix indiqué vaut pour les appels à partir du réseau fixe. Les taxes supplémentaires pour l'utilisation du réseau mobile prélevées par les fournisseurs de services de télécommunication sont ainsi clairement réservées.

bb) Le nouvel al. 3 de l'[art. 11b OIP](#)

L'[art. 11b OIP](#), dans sa teneur précédant juillet 2010, demeure. On a simplement ajouté un nouvel al. 3 qui prévoit que:

"(...) <sup>3</sup>Suite à l'acceptation de l'offre au sens de l'al. 2, le consommateur doit être informé gratuitement, lors de chaque unité d'informations, de la manière de procéder."

Les expériences réalisées jusqu'ici avec les services sur abonnement ont en effet démontré qu'il ne suffit pas de faire précéder l'activation du service d'une seule et unique communication sur la manière de le désactiver. Consciemment ou inconsciemment, les consommateurs ont souvent activé un tel service pour une longue

<sup>36</sup> Les charges administratives consistent notamment en la communication à tous les titulaires de numéros 090x des modifications législatives. Ces informations sont en principe transmises dans le cadre de la perception des émoluments annuels.

<sup>37</sup> RO 2009, 5827.

<sup>38</sup> Voir supra III.3.a)bb).

période, souvent plusieurs mois. Lorsqu'ils souhaitent le désactiver, ils n'ont généralement plus le processus en tête, notamment le mot de passe, et il leur en coûte beaucoup d'efforts et de temps pour

#### sic! 2010 S. 756, 762

le retrouver. Par conséquent, l'al. 3 prévoit désormais que le consommateur doit être informé gratuitement, à chaque transmission d'informations, de la manière de procéder pour désactiver le service.

Pour remplir cette obligation, les fournisseurs de services sur abonnement disposent de plusieurs possibilités. Ils peuvent accompagner des messages image ou des séquences vidéo d'une sorte de "bande passante", ou envoyer un SMS d'information gratuit immédiatement après un message image, une séquence audio ou une séquence vidéo. Si l'annonce ne contient que du texte, ils ont la possibilité d'intégrer directement l'information relative à la désactivation dans le texte du message.

Recevoir une annonce sur la désactivation du service après chaque transmission d'informations peut toutefois importuner certains clients. C'est la raison pour laquelle les fournisseurs d'un tel service doivent permettre à leurs clients soit d'accepter l'information, soit d'y renoncer, le tout évidemment gratuitement. Il va de soi que cette possibilité de renoncer s'applique uniquement à un service particulier, et non pas à tous les services auxquels le client est abonné.

cc) L'indication des prix dans la publicité pour les services à valeur ajoutée dans le secteur des télécommunications ([art. 13a OIP](#))

Cette nouvelle disposition a la teneur suivante:

<sup>1</sup>Lorsqu'une publicité mentionne le numéro de téléphone d'une prestation de service payante au sens de l'art. 10, al. 1, let. q, ou d'autres séquences de signes ou de lettres s'y rapportant, elle doit également indiquer au consommateur la taxe de base et le prix à payer par minute.

<sup>2</sup>Si un autre mode de tarification est appliqué, il doit être annoncé clairement.

<sup>3</sup>La publicité pour un numéro 090x doit indiquer clairement que le prix vaut pour les appels à partir du réseau fixe.

<sup>4</sup>L'information sur les prix, au sens du présent art., doit être publiée en caractères d'imprimerie d'une taille au moins égale à ceux utilisés dans la publicité pour indiquer le numéro du service à valeur ajoutée."

Jusqu'au 1<sup>er</sup> juillet 2010, l'indication des prix dans la publicité en général et dans la publicité pour les services à valeur ajoutée dans le secteur des télécommunications était réglementée par l'art. 13 al. 1 et 1<sup>bis</sup>.

Pour plus de clarté, une séparation a été opérée. Dorénavant, l'[art. 13 OIP](#) porte uniquement sur l'indication des prix dans la publicité en général, tandis que le nouvel [art. 13a OIP](#) concerne l'indication des prix dans la publicité pour les services à valeur ajoutée dans le secteur des télécommunications.

L'art. 13a al. 1, 2 et 4 correspond à al. 1<sup>bis</sup> de l'[art. 13 OIP](#) dans sa version *ante* juillet 2010<sup>39</sup>.

Quant au nouvel al. 3, il prévoit que la publicité pour un numéro 090x doit dorénavant préciser que le prix s'applique aux appels effectués depuis le réseau fixe. On cherche ainsi à éviter les "mauvaises surprises"<sup>40</sup> rencontrées fréquemment par les consommateurs qui utilisent leur téléphone mobile pour composer des numéros premium.

## IV. Bilan et perspectives

Suite à l'explosion de litiges mettant aux prises consommateurs et fournisseurs de services à valeur ajoutée au cours de l'année 2009, il est probable que cette problématique va encore occuper l'ombudscom dans le futur. En effet, à la fin de l'année 2009, "218 cas restaient ouverts"<sup>41</sup>. Il ne s'agit pas uniquement d'affaires en relation avec des services à valeur ajoutée, même s'il est vraisemblable que ces derniers constituent une importante part des cas en suspens<sup>42</sup>.

Les dispositions légales renforcées et applicables depuis l'année 2010 devraient toutefois conduire à un apaisement, ou à tout le moins une stabilisation des litiges, enrayant ainsi la folle courbe exponentielle de 2009. En effet, avec notamment l'interdiction de fait<sup>43</sup> de conclure un abonnement à des services à valeur

<sup>39</sup> Voir supra III.3.a)dd).

<sup>40</sup> Voir notamment n. 13.

<sup>41</sup> Rapport annuel de l'ombudscom 2009, 12.

<sup>42</sup> Dans son rapport annuel, l'ombudscom explique d'ailleurs l'augmentation du nombre de cas notamment par la présence de nouveaux fournisseurs de services à valeur ajoutée (Rapport annuel de l'ombudscom 2009, 12).

<sup>43</sup> L'interdiction d'utiliser Internet pour la conclusion d'un contrat n'est en effet pas expressément prévue dans la



ajoutée depuis Internet, il devrait désormais y avoir beaucoup moins de cas où une personne conclut un abonnement par inadvertance, en cliquant de manière précipitée sur le site Internet d'un fournisseur, entraînant du même coup l'acceptation expresse de l'offre.

Nous sommes donc d'avis que les réformes engagées par le législateur sont aptes à atteindre l'objectif visé, à savoir la limitation des abus en matière de services à valeur ajoutée. Dans la mesure en effet où les consommateurs seront désormais informés, sur leur téléphone mobile, des coûts exacts des services auxquels ils souscrivent, il devrait y avoir beaucoup moins de mauvaises surprises ces prochaines années. Nous l'appelons en tous les cas de nos vœux.

## Résumé

*Les services à valeur ajoutée peuvent s'avérer fort dangereux pour le consommateur, eu égard notamment aux factures parfois exorbitantes qui en découlent. Il suffit pour s'en convaincre de se référer à divers articles de journaux récents qui relatent les mésaventures de plusieurs consommateurs grugés par des fournisseurs de services à valeur ajoutée. Pour le législateur, il ne fait nul doute que le consommateur doit impérativement être protégé, si l'on en juge par les nombreuses règles adoptées depuis la fin des années 90 dans ce domaine.*

*Il s'agit toutefois de rester vigilant: le législateur ne peut en effet en aucun cas "se reposer sur ses lauriers" et se détourner de cette problématique, tant l'avancée technologique et la "détermination" des prestataires de services peuvent évoluer au fil des ans. Ainsi, ces dernières années, les litiges opposant les*

### **sic! 2010 S. 756, 763**

*consommateurs aux prestataires de services à valeur ajoutée ont véritablement explosé. Cette embellie s'explique notamment par l'augmentation de l'offre ainsi que par des facilités de conclure de tels services, en priorité au moyen d'Internet.*

*Fort de ce constat, les autorités n'ont eu d'autres choix que de remettre l'ouvrage sur le métier et de légiférer à nouveau, en mettant principalement l'accent sur l'obligation de la part du prestataire de service d'informer de manière complète et gratuite le consommateur.*

*Ces réformes sont entrées en vigueur en deux temps, le premier "paquet" étant applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010 alors que le second est intervenu le 1<sup>er</sup> juillet 2010. S'il est évidemment prématuré de tirer un bilan de cette récente réforme, on peut néanmoins d'ores et déjà oser un pronostique favorable quant à l'impact de ses mesures.*

## Zusammenfassung

*Mehrwertdienste können sich für den Konsumenten als höchst gefährlich erweisen, insbesondere wenn man die teilweise exorbitanten Rechnungen bedenkt, welche daraus hervorgehen können. Um sich davon zu überzeugen, reicht es aus, verschiedene jüngere Zeitungsberichte zu lesen, die über die Missgeschicke zahlreicher Verbraucher berichten, welche von Anbietern von Mehrwertdiensten ausgebeutet wurden. Für den Gesetzgeber bestand kein Zweifel, dass die Verbraucher dringend zu schützen waren, zumindest wenn man dies aufgrund der zahlreichen, seit Ende der Neunzigerjahre in diesem Bereich erlassenen Regeln beurteilen will.*

*Es heisst aber wachsam zu bleiben: Der Gesetzgeber kann sich nicht "auf seinen Lorbeeren ausruhen" und sich von dieser Problematik abwenden, da die Technologie und die Unverfrorenheit der Leistungserbringer sich über die Zeit weiterentwickeln können. In den letzten Jahren sind denn auch die Rechtsstreitigkeiten zwischen Verbrauchern und den Erbringern von Mehrwertdiensten geradezu explodiert. Dies erklärt sich in erster Linie mit der Zunahme des Angebots und den Möglichkeiten, Dienstleistungsverträge übers Internet abzuschliessen.*

*Ausgehend von diesem Befund hatte der Gesetzgeber keine andere Wahl, als die Baustelle wieder anzupacken und erneut zu legiferieren und dabei den Schwerpunkt auf die Pflicht der Anbieter zu legen, die Verbraucher vollständig und kostenlos zu informieren.*

---

législation. On admet toutefois que la confirmation expresse de l'acceptation de l'offre doit obligatoirement intervenir depuis le téléphone mobile, si bien que le recours à Internet pour la confirmation de l'offre est - de fait - interdite. Voir également supra III.3.a)cc).



*Die betreffenden Gesetzesänderungen sind an zwei Daten in Kraft getreten. Das erste "Paket" gilt seit dem 1. Januar 2010, während das zweite am 1. Juli 2010 in Kraft trat. Auch wenn es noch zu früh ist, eine Bilanz über die jüngsten Reformen zu ziehen, kann doch heute eine günstige Prognose hinsichtlich der Wirkungen dieser Massnahmen gewagt werden.*