Zeitschrift: Domaine public

Herausgeber: Domaine public

Band: - (2015)

Heft: 2085

Artikel: La longue marche contre la pub au téléphone : neuf ans d'efforts pour un premier résultat, et ce qui reste à accomplir

Autor: Tille, Albert

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1017351

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 06.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

La longue marche contre la pub au téléphone

Neuf ans d'efforts pour un premier résultat, et ce qui reste à accomplir

Albert Tille - 23 juin 2015 - URL: http://www.domainepublic.ch/articles/27787

Nous recevons quasiment quotidiennement des appels téléphoniques publicitaires intempestifs. Ils se terminent généralement par un refus courroucé. Mais certains consommateurs, trop polis ou trop crédules, acceptent un achat sous la pression d'un démarcheur tenace.

Pour casser un contrat par téléphone non désiré, le conseiller aux Etats Pierre Bonhôte déposait en 2006 une initiative parlementaire. Le Code des obligations, à son article 40b, permet au consommateur de révoquer pendant sept jours un contrat conclu par un démarcheur à domicile ou dans un lieu public. Cette règle a été introduite en 1990.

L'initiative Bonhôte entendait simplement et logiquement l'appliquer à la nouvelle pratique, le démarchage téléphonique.

Il a pourtant fallu 9 ans pour que le Parlement l'accepte, le 19 juin 2015. Il a même ajouté un bonus. Le délai de résiliation est porté à 14 jours.

Le consommateur abusé pourra désormais se défendre. Mais le harcèlement par démarchage téléphonique subsiste. Des initiatives ont été prises pour l'endiguer.

Depuis 2007, une ordonnance sur les télécoms permet à chaque usager de faire signaler, par un astérisque dans l'annuaire, son refus de recevoir de la publicité par téléphone. Le démarcheur qui n'en tient pas compte peut être poursuivi pour concurrence déloyale. Mesure nettement insuffisante. Un grand nombre d'appels proviennent de l'étranger et ne peuvent être poursuivis.

Tour de vis supplémentaire en 2012. Une modification de la loi sur la concurrence déloyale permet de collaborer avec les autorités de surveillance à l'étranger. Conséquence: le Seco, compétent pour gérer ce dossier, reçoit une avalanche de plaintes désormais recevables: près de 6'000 en 2013 et 11'500 en 2014, nous apprend *La Vie économique*. Mais en bout de course seules 25 condamnations ont sanctionné les démarcheurs abusifs.

En effet, de gros obstacles empêchent de faire respecter l'astérisque. La libéralisation internationale du marché des télécommunications permet de dissimuler à grande échelle l'origine d'un appel par le système de la présélection. Avec le feu vert de l'Ofcom, une entreprise peut faire acheminer ses appels publicitaires en Suisse par l'intermédiaire d'un autre opérateur situé à l'étranger en utilisant le raccordement de Swisscom. Tout cela, en faisant fi des astérisques figurant dans l'annuaire.

Des enquêtes ordonnées par le Seco constatent que d'innombrables appels affichant un indicatif suisse (031, 022, etc.) proviennent de Serbie ou de Bosnie, par l'intermédiaire d'opérateurs de Belgique, des Etats-Unis ou de la Grande-Bretagne. Une chatte n'y reconnaîtrait pas ses petits!

Le Conseil fédéral a-t-il connaissance de cette pratique, demande la conseillère aux Etats Géraldine Savary dans une interpellation rédigée en collaboration avec la Fédération romande des consommateurs qui suit attentivement ce dossier. L'interpellation demande au Conseil fédéral s'il compte intervenir pour que tous les utilisateurs de numéros suisses par le système de présélection soient contraints de révéler clairement leur identité.

L'appel est par avance entendu, mais seulement en partie: *La Vie économique* annonce la révision en cours de la loi sur la surveillance des télécommunications (LSCPT) qui devrait permettre au Seco d'obtenir l'identité d'un démarcheur téléphonique.

Mais le Conseil fédéral recherche encore comment

filtrer la cession de numéros de téléphone suisses à l'étranger.

La longue marche contre le harcèlement par téléphone se poursuit.