



Directives

Interprétation des effets juridiques de l'autocollant «Stop à la publicité»

1. L'autocollant «Stop à la publicité» interdit l'envoi de communication commerciale non adressée.
2. L'autocollant «Stop à la publicité» n'empêche pas que soient expédiés
 - des envois provenant des autorités, de l'administration et d'entreprises publiques fédérales, cantonales ou communales dans la mesure où ces expéditeurs, avec leurs envois non adressés, ne poursuivent aucun objectif à but principalement commercial;
 - des feuilles d'avis officiels et autres organes de publications officielles;
 - des envois de partis politiques;
 - des envois de comités interpartis qui sont en relation directe avec des élections et votations imminentes;
 - des envois de nature non commerciale qui répondent aux besoins en information d'un large public (par exemple: appels au don du sang / informations sur des projets de construction / sur des projets liés au bruit ou au trafic automobile / interruption de conduites d'approvisionnement telles que conduites d'électricité, d'eau, de gaz ou de téléphone / tests de sirènes d'alarme);
 - des envois d'entreprises d'évacuation des déchets/de recyclage (sacs de vêtements et chaussures, sacs de piles et batteries, etc.);
 - des envois d'organisations d'utilité publique exonérées d'impôts qui sont certifiées par la Fondation ZEW (Service suisse de certification pour les organisations d'utilité publique collectant des dons; www.zewo.ch); ou dont le caractère d'utilité publique est incontesté pour d'autres raisons; mais pas des prospectus commerciaux présentant des articles de magasins.
3. En outre, l'autocollant «Stop à la publicité» n'empêche pas l'envoi de publications qui remplissent cumulativement les conditions préalables suivantes:
 - elles ne contiennent aucune recommandation sur des produits ou prestations de services de l'expéditeur ou du mandant de l'expéditeur de cette publication (pas de publicité pour son propre compte); et
 - leurs contenus ont été rédigés sous la responsabilité d'une rédaction séparée, sur le plan du personnel et de l'organisation, de la maison d'édition ou de l'éditeur de la publication.
4. Tout acteur qui invoque le fait qu'il est autorisé à ne pas respecter l'autocollant «Stop à la publicité» est tenu d'apporter la preuve qu'il remplit les conditions préalables requises à cet effet.

Zurich, le 14 novembre 2018