



# ARTICLE

## GARE AUX FAUSSES RÉDUCTIONS DE PRIX SUR INTERNET ET EN MAGASIN



IT et données personnelles ANNULE - Concurrence, régulation européenne et FDI Contrats commerciaux et internationaux | 01/03/17 | Alexandra Berg-Moussa

**Le 23 février 2017, la DGCCRF a présenté les résultats de ses contrôles menés en 2016. L'examen de plusieurs milliers de sites internet a notamment porté sur le respect de la réglementation sur les annonces de réduction de prix et donné lieu à un certain nombre de procès-verbaux. Les enquêtes menées par ailleurs sur le même sujet en 2015 (contrôles du respect de la réglementation sur les annonces de réduction de prix lors des soldes et des campagnes promotionnelles dans le secteur de la grande distribution) ont elles aussi donné lieu à de nombreux avertissements et injonctions.**

En ciblant le contrôle de la loyauté des pratiques promotionnelles sur Internet et en magasin, la DGCCRF entend d'une part, contrôler la loyauté de la concurrence entre les commerçants et, d'autre part, assurer la protection des intérêts économiques des consommateurs.

Lorsque les professionnels annoncent une baisse de prix (que l'on soit hors ou en période de soldes, en magasin ou sur un site internet), ils doivent respecter des règles précises qui visent notamment à protéger le consommateur de pratiques commerciales consistant à lui faire croire indûment que le prix d'un article a baissé.

Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service. Dans le cas d'une pratique commerciale trompeuse, le consommateur est incité à prendre une décision d'achat qu'il n'aurait pas prise en d'autres circonstances.

Si une opération promotionnelle repose par exemple sur des indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur sur le prix, le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix, cette opération est susceptible d'être sanctionnée sur le terrain des pratiques commerciales trompeuses (article L. 121-2 du code de la consommation).

Les enquêtes et contrôles menés par la DGCCRF en 2015 et 2016 relèvent des pratiques de prix de référence illusoires, entraînant l'affichage de réductions de prix factices et une perception de l'offre erronée pour le consommateur.

On rappelle que le prix de référence, à partir duquel est calculée l'annonce de réduction de prix, est certes librement déterminé par l'annonceur, mais que ce dernier doit pouvoir justifier de la réalité et de la loyauté du prix de référence servant de base à la réduction de prix annoncée.

Or, les enquêtes menées par les agents de la DGCCRF révèlent que certains commerçants n'ont pas été en mesure de démontrer la réalité des rabais proposés, qu'il s'agisse d'annonces de gratuité, de rabais ou de taux de réduction (un prix de référence surévalué pouvant permettre d'afficher un pourcentage de promotion plus important qu'il n'est en réalité).

Les pratiques consistant à communiquer massivement sur des articles en promotion alors même qu'une quantité infime des articles vendus était concernée ont également été sanctionnées.

Les pratiques commerciales trompeuses sont notamment punies d'un emprisonnement de 2 ans et d'une amende de 300.000 euros pour les personnes physiques et 1.500.000 euros pour les personnes morales, pouvant être portée à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique litigieuse. Le tribunal peut ordonner l'affichage ou la diffusion de la décision de condamnation, ainsi que la diffusion d'annonces rectificatives.

La DGCCRF indique que les faux rabais ou les annonces de gratuité illusoires révélés lors des contrôles de 2015 ont fait l'objet de poursuites pénales. Des transactions d'un montant global supérieur à deux millions d'euros ont été conclues avec les sites internet concernés et des engagements ont été pris par ces derniers pour plus de transparence pour les consommateurs et plus de loyauté dans les pratiques.

La DGCCRF annonce également qu'elle maintiendra sa vigilance pour sanctionner sévèrement les entreprises qui trompent délibérément leurs clients sur le caractère promotionnel de leurs offres.

Les professionnels se garderont donc d'afficher un prix de référence surévalué ou illusoire, qu'ils ne pourraient légitimement justifier, permettant d'afficher un pourcentage de promotion plus important qu'il n'est en réalité, ou d'augmenter leurs prix juste avant les soldes afin de faire apparaître une promotion plus avantageuse.

