



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Grandes surfaces

Question écrite n° 7712

Texte de la question

M. François Sauvadet appelle l'attention de M. le ministre des entreprises et du développement économique, chargé des petites et moyennes entreprises et du commerce et de l'artisanat, sur les publicités comparatives faites par les grandes surfaces, qui confrontent nominativement les prix de produits de grandes marques avec ceux de produits vendus sous leur propre marque. Il convient de noter que la différence de prix mise en exergue résulte non pas de l'écart de prix d'achat de ces produits par la grande surface, mais du taux de marge appliqué, parfois quatre fois supérieur sur le produit de grande marque. Il lui demande de lui faire connaître les mesures qu'il entend prendre pour faire cesser ce type de procédé et de publicité qui relève du domaine de la concurrence déloyale.

Texte de la réponse

La pratique signalée par l'honorable parlementaire s'analyse comme une publicité comparative, puisqu'il y a comparaison de biens par citation de la marque de commerce ou de fabrique d'autrui. Elle relève donc des dispositions de l'article L. 121-8 du code de la consommation. S'agissant d'une comparaison portant sur les prix, le texte précité dispose que celle-ci « ... doit concerner des produits identiques vendus dans les mêmes conditions... ». Ces dispositions législatives s'inspirent directement de la jurisprudence de la Cour de cassation qui, dès 1986, avait autorisé dans des conditions très strictes les comparaisons de prix entre produits. La Cour de cassation, par un arrêt du 22 décembre 1986, a estimé qu'une comparaison de prix n'est licite que si elle porte sur des produits rigoureusement identiques, c'est-à-dire des produits de mêmes marques, mêmes conditionnements, mêmes contextures, mêmes poids, tailles ou couleurs. C'est ce qu'a repris la loi. Des comparaisons de prix effectuées par une grande surface entre les produits de grandes marques et les produits vendus sous sa propre marque ne respectent donc pas les exigences susvisées. Les services déconcentrés de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, compétents pour constater et poursuivre toute forme de publicité comparative ne respectant pas les dispositions législatives en vigueur, ont reçu pour instruction de rechercher et poursuivre les pratiques signalées.

Données clés

Auteur : [M. Sauvadet François](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 7712

Rubrique : Grande distribution

Ministère interrogé : entreprises et développement économique, chargé des petites et moyennes e

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 8 novembre 1993, page 3881

Réponse publiée le : 7 mars 1994, page 1143