ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

soldes

Question écrite n° 48530

Texte de la question

M. Dino Cinieri appelle l'attention de M. le ministre délégué auprès du ministre de l'économie et des finances, chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, sur la réglementation encadrant les pratiques des commerçants au cours des soldes fixes, et notamment sur l'affichage transparent et sincère des ristournes accordées. En effet, l'UFC-Que choisir vient de publier les résultats d'une enquête portant sur les prix de 120 produits d'équipement de la maison vendus sur 12 sites internet différents. Cette enquête révèle la faible part de produits réellement soldés, mais aussi les pratiques de certains professionnels pour amplifier artificiellement l'intérêt réel de ces promotions. Ainsi, sur les 120 articles étudiés, les rabais restent globalement très modestes (- 15 % en moyenne à l'ouverture des soldes). Mais afin d'attirer les consommateurs, un tiers des sites met en exergue le rabais le plus élevé d'un rayon qui ne comporte que des articles peu chers et en très faible nombre. De plus, la moitié des sites présentent les soldes au milieu d'autres articles non soldés mais affublés d'accroches telles que « vente flash », « instant promo », « bonne affaire »... La loi n'encadrant pas ce type d'offre, il est impossible pour le consommateur de s'assurer de la réalité de la bonne affaire promise. De plus, alors que la loi interdit aux commerçants de se réapprovisionner en cours de soldes pour augmenter le nombre de produits soldés, les e-marchands contournent cette obligation, avec 13 % des produits mis en ligne précisément au début de la période réglementaire. De la même façon, dans 20 % des cas les sites ont augmenté les prix de leurs références un mois avant que ceux-ci ne soient soldés. Ces hausses en décembre ont pour effet d'afficher des rabais en moyenne deux fois et demie plus élevés que la réalité. Dans 8 % des cas, les produits ont même été proposés avant les fêtes à un prix inférieur au prix soldé. Au vu de ces constats, il convient de diligenter une enquête sur la réalité des soldes en ligne, mais aussi dans les magasins physiques. De plus, un renforcement de l'encadrement réglementaire des soldes s'impose afin de mettre fin aux mauvaise pratiques. La suppression des soldes flottants est également nécessaire, dans la mesure où ce dispositif ajoute encore à la confusion et rend impossible toute comparaison entre les prix soldés et les prix de référence. Il lui demande par conséquent de bien vouloir lui indiquer les intentions du Gouvernement sur ce sujet.

Texte de la réponse

Chaque année, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) diligente une enquête nationale pour contrôler les ventes en soldes. Il s'agit notamment de veiller au respect des dispositions de l'article L. 310-3 du code de commerce encadrant les soldes et de l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur. Ces contrôles ont pour objet la protection économique des consommateurs et le maintien d'une concurrence loyale entre les opérateurs. En 2013, 6 979 établissements ont été contrôlés pour vérifier notamment la véracité des rabais annoncés, détecter les publicités irrégulières ou encore sanctionner les pratiques illégales de soldes flottants. Les contrôles sur le caractère véridique des annonces de réduction de prix pendant les périodes de soldes sont une priorité pour la DGCCRF car les infractions en la matière sont les plus pénalisantes pour les consommateurs. La remise indiquée doit se fonder sur un prix de référence qui, comme lors des opérations promotionnelles, doit être conforme aux dispositions de l'arrêté du 31 décembre 2008 sur les annonces de

réduction de prix. Ce prix de référence est le plus souvent le prix le plus bas pratiqué pendant le mois précédant le début de la période des soldes. Des relevés de prix sont ainsi effectués avant les soldes afin de vérifier ultérieurement la véracité des rabais annoncés. Les contrôles effectués par la DGCCRF portent aussi sur le caractère transparent et non trompeur des publicités des soldes, en particulier la nécessité d'affichages et d'étiquetages clairs et sans ambiguïté vis-à-vis des consommateurs notamment pour bien faire la distinction entre les articles soldés et non soldés. La DGCCRF veille également au bon déroulement des soldes flottants et vérifie que ces opérations ont bien été préalablement déclarées comme le prévoit la réglementation. Au même titre que les magasins physiques, les sites internet font l'objet d'une vigilance particulière de la part des enquêteurs de la DGCCRF. Une entité est d'ailleurs spécialisée dans les contrôles sur internet : le centre de surveillance du commerce électronique (CSCE). Ce service est composé de cyber-enquêteurs qui surveillent les sites de commerce électronique et qui contrôlent la régularité des soldes sur internet. Ces enquêteurs disposent d'outils de recherche sur le web qu'ils configurent pour cibler au mieux les opérateurs à contrôler. Ils prennent également en compte le développement des annonces de soldes sur des supports spécifiques, tels les réseaux sociaux et les lettres d'information (« newsletter »). Il ressort des contrôles opérés en 2013 que le taux d'anomalie, c'est-à-dire le taux d'entreprises ayant présenté au moins une anomalie réglementaire, est approximativement le même pour les magasins physiques et les sites internet. Ce taux est d'environ 25 %. L'enquête diligentée en 2013 a donné lieu à 1 949 avertissements, 40 injonctions et 245 dossiers contentieux.

Données clés

Auteur : M. Dino Cinieri
Circonscription : Loire (4e circonscription) - Les Républicains
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 48530
Rubrique : Commerce et artisanat
Ministère interrogé : Économie sociale et solidaire et consommation
Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : 4 février 2014, page 975
Réponse publiée au JO le : 17 juin 2014, page 4940