



# ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

## Maintien de la « taxe rose »

Question écrite n° 8887

### Texte de la question

Mme Michèle Peyron appelle l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du Premier ministre, chargée de l'égalité entre les femmes et les hommes, sur la « taxe rose ». La « taxe rose » est une technique commerciale utilisée par les distributeurs. En effet, elle vise à exercer, sur les produits dits « mixtes », un tarif plus important lorsqu'ils sont à destination des femmes. On parle communément de « taxe rose », car lorsque ce produit mixte est commercialisé pour les femmes, il sera en réalité de couleur rose, et bien souvent bleu pour les hommes. Cependant, ces produits sont bien souvent des produits du quotidien et peuvent concerner toutes les tranches d'âge. Il s'agit de rasoirs, de gel à raser, de casques de vélo pour enfant ou même les couches pour les enfants. Parfois, il n'y a même pas de différence de couleur, mais dès que le produit se trouve dans le rayon féminin, il coûte plus cher que pour les hommes. L'utilisation de cette « taxe rose » pour des raisons marketing évidentes n'est pas acceptable. Elle est un frein à l'égalité entre les femmes et les hommes, notamment dans leur consommation. Aussi, elle lui demande quelles mesures le Gouvernement compte prendre pour mettre fin à ces méthodes marketing peu convenables.

### Texte de la réponse

Selon une étude effectuée en 2015 à la demande du Gouvernement, (remise au Parlement en décembre 2015), l'existence de cette « taxe rose » en France n'est pas démontrée. Sur la base de relevés de prix de produits et services similaires vendus à des femmes et à des hommes, cette étude a confirmé que les tarifs pouvaient différer en fonction du genre du consommateur. Toutefois, à produit ou service comparable, elle n'a pas pu confirmer l'existence d'un biais systématique au désavantage des femmes (à l'exception du secteur des crèmes hydratantes). Ainsi, selon cette étude, des différences de présentation et de communication peuvent rendre certains produits différents aux yeux des consommateurs, et ainsi expliquer une inégalité de prix, mais l'existence d'une « taxe rose » n'est pas confirmée. En effet, globalement, les prix payés par les femmes ne sont pas plus élevés que les prix payés par les hommes pour des produits identiques sur le plan fonctionnel. Lorsqu'elle existe, la différenciation tarifaire, qui s'opère parfois en fonction du genre mais pas uniquement, est la conséquence de stratégies marketing visant à segmenter les marchés afin d'augmenter les volumes de vente en adaptant les prix aux dispositions à payer des différents consommateurs. Dans certains cas, comme les services des salons de coiffure et les pressings, le prix payé par les femmes est presque systématiquement supérieur à celui payé par les hommes, mais cela s'explique par le fait que la prestation délivrée aux femmes est plus coûteuse pour le professionnel. Là non plus il n'y a donc pas de « taxe rose ». Le conseil national de la consommation (CNC) a rendu sur ce sujet un avis le 13 décembre 2016 dans lequel il formule un certain nombre de recommandations à l'intention des professionnels, des acteurs de la formation professionnelle et des associations de défense des consommateurs. Enfin, concernant les méthodes de marketing (notamment les publicités) qui véhiculent des stéréotypes sexistes et dénigrants pour les femmes (plus rarement pour les hommes), l'autorité de régulation professionnelle de la publicité a le pouvoir d'interdire leur représentation dans les communications quel que soit le support utilisé.

## Données clés

**Auteur** : [Mme Michèle Peyron](#)

**Circonscription** : Seine-et-Marne (9<sup>e</sup> circonscription) - La République en Marche

**Type de question** : Question écrite

**Numéro de la question** : 8887

**Rubrique** : Consommation

**Ministère interrogé** : [Égalité femmes hommes](#)

**Ministère attributaire** : [Économie et finances](#)

## Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le** : [5 juin 2018](#), page 4658

**Réponse publiée au JO le** : [24 septembre 2019](#), page 8302