



ASSEMBLÉE NATIONALE

16ème législature

Carrefour arnaque-t-il ses clients avec de fausses promotions sur le lait ?

Question écrite n° 3079

Texte de la question

M. Antoine Léaument alerte M. le ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique sur les pratiques commerciales du groupe Carrefour. En effet, plusieurs vidéos virales sur les réseaux sociaux montrent qu'un *pack* de 10 bouteilles de lait, vendu par ce groupe « en promotion » à 9 euros serait en fait une arnaque. Car ces mêmes vidéos montrent qu'en retirant une bouteille de lait de ce *pack*, celle-ci est en fait vendue 0,73 euro. Au total, la prétendue « promotion » apparaît donc comme une arnaque, compte tenu du fait que le *pack* de 10 bouteilles de lait devrait alors être vendu à 7,30 euros et non 9 euros. Cette pratique, si elle était avérée, contreviendrait très directement à la directive européenne Omnibus, qui durcit les sanctions applicables en matière de promotions trompeuses. Elle est pourtant entrée en vigueur le 28 mai 2022 et a été transposée dans le droit français dès la loi du 20 décembre 2020 et l'ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021. M. le député souhaite savoir si M. le ministre compte déployer les moyens de l'État et en particulier s'il compte saisir la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes pour faire la lumière sur cette potentielle arnaque. M. le député rappelle qu'une telle arnaque peut être punie de 300 000 euros d'amende et de deux ans d'emprisonnement. En ces temps où l'inflation frappe de plein fouet les concitoyens, de telles pratiques trompeuses, si elles étaient avérées, devraient être punies avec la plus grande sévérité.

Texte de la réponse

L'ordonnance n° 2021-1734 du 22 décembre 2021, portant transposition de la directive n° 2019/2161 du 27 novembre 2019 pour une meilleure application et une modernisation des règles de l'Union en matière de protection des consommateurs, a introduit dans le droit national un dispositif d'encadrement des annonces de réduction de prix qui est entré en vigueur le 28 mai 202. Ainsi, lorsqu'un professionnel annonce une réduction de prix ou réalise une opération promotionnelle qui laisse penser au consommateur qu'il bénéficiera d'une réduction de prix, il doit indiquer le prix antérieurement pratiqué qui correspond au prix le plus bas pratiqué dans les trente derniers jours ayant précédé l'application de la réduction de prix. Cette obligation accroît la transparence et la loyauté des opérations de réduction de prix et permet de mieux lutter contre les faux rabais. Ces dispositions ne s'appliquent toutefois pas à toutes les opérations promotionnelles dont les annonces de réduction de prix ne sont qu'une forme. En effet, les pratiques promotionnelles du type « treize à la douzaine », « 30% de réduction sur le troisième produit acheté » ou encore les ventes par lot n'entrent pas dans leur champ d'application. Néanmoins, la licéité de ces pratiques promotionnelles s'apprécie au regard des dispositions qui définissent et sanctionnent les pratiques commerciales trompeuses, notamment, lorsqu'elles portent sur le caractère promotionnel du prix. A ce titre, la pratique qui consiste à laisser penser au consommateur qu'il bénéficie d'un prix avantageux sur l'achat d'un lot de bouteilles de lait, par l'utilisation de l'allégation « en promotion », alors que, ramenée à l'unité, la bouteille a un prix plus élevé que si elle avait été achetée individuellement, est susceptible de constituer une pratique commerciale trompeuse sur le caractère promotionnel du prix. Dans un contexte économique où l'inflation est à un niveau élevé, les services de la DGCCRF sont pleinement mobilisés dans la lutte contre les pratiques commerciales déloyales, en général, et les pratiques commerciales

trompeuses, en particulier, qui portent préjudice aux intérêts économiques des consommateurs, s'agissant, notamment, des pratiques de faux-rabais. Les services d'enquêtes de la DGCCRF continueront en 2023 à contrôler la loyauté des pratiques commerciales, tout particulièrement, les annonces de réduction de prix et, au-delà, les différentes catégories d'opérations promotionnelles portant sur le prix des produits.

Données clés

Auteur : [M. Antoine Léaument](#)

Circonscription : Essonne (10^e circonscription) - La France insoumise - Nouvelle Union Populaire écologique et sociale

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 3079

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique

Ministère attributaire : Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [15 novembre 2022](#), page 5309

Réponse publiée au JO le : [28 février 2023](#), page 1948