

L'affichage du prix minoré dans les centres de marques et les magasins d'usine



Par Marie-Laure FRANCK et

Michel MEYER

Cabinet d'avocats BMS'

Février 2009

L'arrêté du 31 décembre 2008 publié le 13 janvier 2009, abroge l'arrêté n° 77-105/P du 2 septembre 1977 pour adapter les annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur aux évolutions commerciales, telles que « *le commerce en ligne et le développement des magasins d'usine et de destockage* »¹, et autorise la pratique du double étiquetage réclamée de longue date par les centres de marques et les magasins d'usine.

Le paragraphe 3 de l'article 2 de ce texte lève l'ambiguïté de l'ancien arrêté, en précisant le prix de référence à partir duquel le rabais est établi et les modalités d'affichage s'imposant aux acteurs du destockage.

1. La fin de l'interdiction du double étiquetage

a. L'obligation générale du double étiquetage

La publicité de réduction de prix était régie par l'arrêté n°77-105/P du 2 septembre 1977 mettant en œuvre l'obligation d'information du prix à l'égard du consommateur². Tout commerçant, sans distinction, était tenu, selon l'article 2, de faire figurer le prix promotionnel et le prix de référence afin d'informer l'acheteur de la réalité des rabais proposés : « *toute publicité à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction de prix doit obéir aux conditions suivantes : (...) lorsqu'elle est faite sur les lieux de vente, l'étiquetage, le marquage ou l'affichage des prix réalisés conformément aux dispositions en vigueur doivent faire apparaître, outre le prix réduit annoncé, le prix de référence...* ».

Toutefois, malgré le but poursuivi par le texte et l'absence d'interdiction expresse, les centres de marques et les magasins d'usine ont été exclus de cette obligation, en raison des difficultés de détermination d'un prix de référence selon une interprétation contestable de l'article 3.

b. L'interprétation contestable écartant les magasins d'usine et les centres de marques

Le prix de référence était entendu soit comme le prix le plus bas effectivement pratiqué par l'exploitant du magasin pour un article similaire, dans le même établissement de vente au détail au cours des 30 jours précédant le début de l'annonce de la réduction de prix, or ce prix ne pouvait pas concerner des magasins affichant d'emblée des rabais sur des articles sortis du circuit traditionnel; soit comme le prix recommandé par le fabricant ou l'importateur, à condition que l'annonceur puisse justifier « *de la réalité de ces références et du fait que ces prix sont couramment pratiqués par les autres distributeurs du même produit* ».

L'administration a considéré que cette dernière alternative exigeait que l'annonceur puisse justifier de la pratique simultanée du « *prix de référence* » par les autres distributeurs, estimant qu'il ne s'agissait pas du prix « *habituellement* » pratiqué mais du prix « *en cours* ». Cette interprétation écartait donc les magasins d'usine qui, par définition selon l'article L.310-4 du Code de Commerce, vendent « *directement au public la partie de production non écoulee dans le circuit de distribution ou faisant l'objet de retours* », issue de la saison antérieure, et dont les prix n'ont d'évidence plus cours, ainsi que l'ensemble des opérateurs de destockage³.

¹ Communiqué de presse du ministère de l'Economie, de l'industrie et de l'emploi du 13 janvier 2009

² en application de l'article 33 de l'ordonnance n° 45-1483 du 30 juin 1945 auquel s'est substitué l'article 28 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 codifié sous l'article L.113-3 du Code de consommation

³ La préfecture de l'Aube avait refusé le double étiquetage dans les magasins d'usine (cf. Petites affiches Matot Braine n° 7128 du 10/04/06).

Les opposants à cette exclusion invoquaient, quant à eux, l'objectif d'une meilleure information des consommateurs par l'affichage des prix et des rabais de l'arrêté du 2 septembre 1977, pour conclure que le texte se limitait à exiger une cohérence entre le prix de référence mentionné et le prix habituellement pratiqué pour le produit dans le circuit traditionnel.

Le nouvel arrêté du 31 décembre 2008 met fin à ce débat et aux différences de pratiques entre opérateurs de destockage⁴. Il permet désormais aux magasins d'usine et centres de marques de communiquer sur leur rabais par un double étiquetage.

2. Le double étiquetage sous condition

L'arrêté complète le régime antérieur en précisant le prix de référence que doivent indiquer les opérateurs de destockage sur les étiquettes des produits, levant ainsi l'obstacle de l'ancien arrêté.

a. L'obligation générale.....

L'article 1 du nouvel arrêté reprend les termes de l'article 2 de l'ancien arrêté n° 77-105/P qui imposait l'affichage des réductions de prix au côté du prix de référence, en l'étendant aux acteurs du commerce électronique,

« Toute publicité à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction de prix doit obéir aux conditions suivantes :

(...)

*2. Lorsqu'elle est faite sur les lieux de vente ou sur des sites électroniques marchands, l'étiquetage, le marquage ou l'affichage des prix réalisés conformément aux dispositions en vigueur **doivent faire apparaître, outre le prix réduit annoncé, le prix de référence défini à l'article 2 ;...** »*

b...étendue aux magasins d'usine et aux centres de marques

Le paragraphe 3 de l'article 2 vise le *« cas où un article similaire n'a pas été vendu précédemment dans le même établissement de vente au détail ou sur le même site de vente à distance, et où cet article ne fait plus l'objet d'un prix conseillé par le fabricant ou l'importateur »*.

Si les magasins d'usine ou les centres de marques ne sont pas expressément nommés, la rédaction choisie est suffisamment large pour englober l'ensemble des acteurs qui annoncent des réductions permanentes de prix.

c. La détermination du prix de référence

Le **prix de référence** indiqué sur l'étiquette (i) doit être le **dernier prix conseillé** pour le produit proposé (ii) et ne doit **pas être antérieur à trois ans** avant le début de l'annonce du rabais.

Donc, si le prix de référence remonte à plus de trois ans, le double étiquetage n'est pas autorisé et seul le prix net du produit peut figurer, comme sous l'empire de l'ancien arrêté.

d. Les modalités d'affichage

L'annonce doit indiquer à côté du prix de référence, (i) l'année à laquelle il se rapporte et (ii) la mention *« prix conseillé »*, dans un souci de parfaite information du consommateur.

e. L'obligation des opérateurs de centres de marques et de destockage

Les annonceurs sont soumis à l'obligation de justifier auprès des agents visés à l'article 450-1 du Code de Commerce (i) de la réalité du prix de référence indiqué (ii) et du fait qu'il a été pratiqué. Une précaution prise pour faciliter le contrôle de l'information des prix fournie au consommateur et sanctionner toute éventuelle publicité trompeuse⁵ ou comportement déloyal à l'égard des concurrents. Etant rappelé que le non respect du nouvel arrêté, comme le précédent, constitue une contravention de 5^{ème} classe (article R.113 – 1 du Code de la consommation) de 1.500 euros par infraction constatée, et de 3.000 euros en cas de récidive.

⁴ Question publiée au JO le 09/10/2007 et réponse ministérielle publiée au JO le 11/12/2007

⁵ Pour des exemples de condamnation sous l'empire de l'arrêté n° 77-105/P : Crim. 20 mars 2001 pourvoi n° 00-82.179 ; TGI d'Angers, 3è corr. 20 décembre 2007, n° 07/ 2562 décision commentée par Frédéric Willems dans Revue Lamy de la concurrence n° 17 oct. /déc. 2008.

* *
*

L'autorisation du double étiquetage permet d'harmoniser les pratiques de l'ensemble des opérateurs de centres de marques et de destockage y compris ceux qui opèrent sur internet, et devient un outil efficace pour le consommateur désormais en mesure d'apprécier la réalité des écarts de prix. Cette mesure apparaît particulièrement opportune au moment de l'entrée en vigueur de l'article 98 de la loi de modernisation de l'économie modifiant l'article L.310-5, 3° du Code de Commerce, qui permet l'annonce permanente de soldes ou rabais pour le destockage des fins de série.

BMS 

ASSOCIATION D'AVOCATS

49, Champs-Elysées
75008 Paris
Tél +33(0)1 70 38 50 50
Fax +33(0)1 70 38 50 90
www.bms-avocats.com