

## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>48531</b>	De <b>Mme Marianne Dubois</b> ( Union pour un Mouvement Populaire - Loiret )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Économie sociale et solidaire et consommation		<b>Ministère attributaire</b> > Commerce, artisanat, consommation et économie sociale
<b>Rubrique</b> >commerce et artisanat	<b>Tête d'analyse</b> >soldes	<b>Analyse</b> > pratiques abusives. contrôles.
Question publiée au JO le : <b>04/02/2014</b> Réponse publiée au JO le : <b>17/06/2014</b> page : <b>4940</b> Date de changement d'attribution : <b>04/06/2014</b>		

### Texte de la question

Mme Marianne Dubois attire 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 question de la réglementation encadrant les pratiques de sites commerçants au cours des soldes fixes, et notamment sur l'affichage transparent et sincère des ristournes accordées. En effet, une enquête portant sur les prix de 120 produits d'équipement de la maison vendus sur 12 sites internet différents vient d'être publiée, celle-ci révélant nombre de disparités. Cette enquête démontre notamment la faible part de produits réellement soldés, mais aussi les pratiques de certains professionnels de la vente en ligne pour amplifier artificiellement l'intérêt réel de ces promotions. Aussi, il est à craindre une certaine distorsion de concurrence entre les sites internet et les commerces traditionnels. Elle lui demande donc 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.