



## 15ème législature

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>Question N° :</b><br><b>38439</b>   | De <b>M. Jean-Marie Fiévet</b> ( La République en Marche - Deux-Sèvres ) | <b>Question écrite</b>  |
| <b>Ministère interrogé</b> > Économie sociale, solidaire et responsable  |  | <b>Ministère attributaire</b> > Économie, finances et relance |
| <b>Rubrique</b> > consommation   | <b>Tête d'analyse</b><br>> Encadrement des prix « black friday »         | <b>Analyse</b> > Encadrement des prix « black friday ».       |
| Question publiée au JO le : <b>27/04/2021</b><br>Réponse publiée au JO le : <b>28/12/2021</b> page : <b>9191</b><br>Date de changement d'attribution : <b>04/05/2021</b> |  |   |

### Texte de la question

M. Jean-Marie Fiévet attire l'attention de Mme la secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie, des finances et de la relance, chargée de l'économie sociale, solidaire et responsable sur le nécessaire encadrement des prix effectués lors des promotions à l'occasion du *Black Friday*. Cette occasion aussi appelée *French Days* permet le rabais du prix de nombreux articles. Il est apparu que de nombreuses enseignes augmentaient le prix de vente de certains articles avant les jours dédiés aux promotions pour les vendre au quasi même prix par la suite, laissant le consommateur croire à une baisse importante. Cette pratique est très dommageable pour le client qui fonde son achat sur une information fautive, et émise volontairement par le magasin ou la plateforme de vente en ligne. Il demande donc au Gouvernement si une disposition par voie d'ordonnance est prévue pour contrer ce méfait.

### Texte de la réponse

Circonscrites auparavant à des opérations commerciales ponctuelles, les opérations promotionnelles ont en effet pris une ampleur inédite avec le développement d'événements particuliers tels que le « Black Friday », « les French Days » ou encore les fêtes de fin d'année, qui font, désormais, partie du quotidien des consommateurs, tant lorsqu'ils se déplacent en magasin que lorsqu'ils naviguent sur internet ou encore lorsqu'ils reçoivent les catalogues publicitaires par voie postale. L'encadrement des opérations commerciales reposant sur des annonces de réduction de prix a évolué lorsque la Cour de justice de l'Union européenne a rendu, en 2014 et 2015, deux décisions qui ont remis en cause l'arrêté du 11 mars 2015 qui définissait, d'une part, le prix de référence à partir duquel la réduction de prix pouvait être pratiquée, ainsi que, d'autre part, les conditions d'affichage de l'annonce. Depuis ces deux décisions, la licéité des annonces de réduction de prix doit être appréciée, par les services d'enquêtes, à la seule lumière des dispositions qui interdisent les pratiques commerciales trompeuses, notamment celles portant sur le caractère promotionnel du prix, énoncées à l'article L. 121-2 du code de la consommation, posant seulement une obligation de « loyauté », sans autre définition un peu plus objective et contrôlable. Le législateur européen a adopté la directive n° 2019/2161 du 27 novembre 2019 pour une meilleure application et une modernisation des règles de protection du consommateur qui prévoit, notamment, d'encadrer les annonces de réduction de prix par un dispositif spécifique. En particulier, sans préjudice de l'application des dispositions qui interdisent les pratiques commerciales trompeuses, les annonces de réduction de prix devront être calculées sur le prix le plus bas pratiqué par le vendeur dans les 30 jours qui auront précédé l'opération commerciale et indiquer ce prix. Ces dispositions seront prochainement transposées en droit interne par voie d'ordonnance, pour une entrée en vigueur à compter du

28 mai 2022.