



16ème législature

Question N° : 1720	De Mme Charlotte Leduc (La France insoumise - Nouvelle Union Populaire écologique et sociale - Moselle)	Question écrite
Ministère interrogé > Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique		Ministère attributaire > Économie, finances, souveraineté industrielle et numérique
Rubrique > consommation	Tête d'analyse >Vigilance et régulation face à la « shrinkflation »	Analyse > Vigilance et régulation face à la « shrinkflation ».
Question publiée au JO le : 04/10/2022 Réponse publiée au JO le : 06/12/2022 page : 6041		

Texte de la question

Mme Charlotte Leduc alerte M. le ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique sur le phénomène d'inflation masquée ou de « shrinkflation ». Dans un contexte de forte inflation comme celui que la France connaît actuellement, la tentation est forte pour les industriels de l'agroalimentaire et les entreprises de la grande distribution de masquer l'augmentation des prix par une diminution des quantités. C'est un moyen commode de profiter de l'inflation actuelle pour augmenter ses marges. Ces changements de formats ne sont que trop rarement indiqués sur le *packaging* des produits ce qui induit les consommatrices et les consommateurs en erreur. Ces pratiques sont contraires aux principes de la concurrence pure et parfaite et entravent donc le bon fonctionnement du marché. En effet, une information de qualité des consommatrices et des consommateurs est nécessaire pour qu'elles et ils puissent faire leurs choix d'achats de manière rationnelle. Des associations comme Foodwatch ont mis en évidence la réalité de ce phénomène sur un certain nombre de produits. En tant que codificateur et régulateur du marché, l'État a un rôle à jouer pour garantir une information de qualité aux consommatrices et aux consommateurs. Mme la députée lui demande donc d'agir pour rappeler aux industriels de l'agroalimentaire et aux principaux groupes de la grande distribution qu'ils ont des obligations en matière de transparence envers les consommatrices et les consommateurs. Pour mettre fin à ces abus et aux profits injustifiés qui en découlent, il est nécessaire que toute variation de quantité soit clairement indiquée avec, par exemple, une forme identique aux informations habituellement mises en avant pour des promotions ou pour des formats spéciaux ou des changements de recette. Il est ainsi nécessaire que l'État assume son rôle de protection des consommatrices et des consommateurs, en rappelant à l'ordre les marques et entreprises fautives et en rappelant à l'ensemble du secteur son devoir de transparence. Elle lui demande quelles initiatives en ce sens il compte prendre dans l'intérêt des Françaises et des Français.

Texte de la réponse

La « shrinkflation », ou « réduflation », est une pratique qui concerne pour l'essentiel les produits agro-alimentaires et qui consiste à réduire le poids ou le volume d'un produit en maintenant son prix, non sans afficher, conformément à la réglementation, le nouveau poids ou volume. Cette pratique peut avoir pour conséquence que le consommateur achète une quantité moindre, sans nécessairement s'en rendre compte et a pu se développer avec la libéralisation des quantités nominales de produits, permise par la directive européenne 2007/45/CE du 5 septembre 2007 et l'abrogation, par voie de conséquence, de nombreuses réglementations fixant les quantités dans

lesquelles ces produits pouvaient être mis sur le marché. En France, un arrêté applicable depuis le 11 avril 2009 a abrogé toutes les règles fixant les quantités nominales sur les préemballages des produits, hormis les alcools et les pâtes alimentaires. Cependant, la réglementation oblige le professionnel à informer les consommateurs du prix ramené à l'unité de mesure (litre, kilogramme, ...), pour les produits dits préemballés (c'est-à-dire conditionnés hors la présence du consommateur). L'indication du prix à l'unité de mesure d'un produit permet au consommateur la comparaison : il doit être de lecture facile afin de lui permettre d'effectuer un achat en toute connaissance de cause, et ce nonobstant une pratique de « réduflation ». Dès lors que le poids ou volume effectif est affiché, et que le prix au kilo ou au litre l'est aussi, la « réduflation » n'est donc pas interdite. Au-delà de cette réglementation primordiale sur l'affichage du prix, il demeure un principe général de loyauté à la charge des professionnels dans leurs relations avec les consommateurs. Ce principe pourrait conduire à qualifier de pratique commerciale trompeuse des abus manifestes de « réduflation ». Dans un contexte économique devenue sensible en raison de certaines hausses de prix, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) fait preuve d'une vigilance accrue sur le respect des règles d'information du consommateur sur les prix et des contrôles réguliers sont effectués par ses services, en particulier dans les grandes surfaces, portant, notamment, sur la vérification des conditions d'indication du prix des produits. Ainsi, à la demande de la Ministre Olivia Grégoire, une enquête a été lancée par la DGCCRF concernant ce phénomène au début du mois de septembre dernier. Cette enquête a pour but de dresser un état de cette pratique au niveau national. Le premier axe de cette enquête consiste en des contrôles métrologiques sur les quantités vendues ciblant les produits et références les plus susceptibles de faire l'objet de la pratique de « réduflation ». L'objectif est de vérifier que la quantité annoncée de denrées préemballées correspond à la quantité réelle du produit sous emballage, ainsi que la bonne information délivrée aux consommateurs sur la quantité de produit vendue et notamment la taille des caractères. Il convient, ainsi de garantir la loyauté des transactions conclues entre professionnels et consommateurs. Cette enquête est ciblée vers les conditionneurs de produits alimentaires et non alimentaires. Elle s'intéresse principalement au respect de règles relatives aux denrées préemballées à quantité nominale variable (QNV) ainsi qu'aux denrées à quantité nominale constante (QNC). Le second axe de cette enquête consiste, pour ces mêmes produits, à vérifier, au stade de la distribution, le respect des règles relatives à l'affichage du prix ramené à l'unité de mesure (prix au kg/l) qui permet aux consommateurs de comparer les prix des produits entre eux même lorsqu'ils ne sont pas vendus dans les mêmes quantités. Une fois consolidés, les résultats de cette enquête feront l'objet d'une communication dans les prochaines semaines.