

Cette fiche réglementaire a été réalisée en collaboration avec la Direction Départementale de la Protection des Populations.

Prix de référence dans les publicités de réduction de prix CJUE (Cour de Justice de l'Union Européenne), 8 sept. 2015, Aff. C-13/15

Selon la CJUE, la France ne peut pas obliger les commerçants à indiquer le prix de référence à partir duquel sont calculés les prix réduits dont il est fait publicité. La pratique commerciale de promotions sans prix de référence n'est donc pas en soi une pratique déloyale, elle doit être examinée au cas par cas.

Selon la recommandation de la Cour de Justice, la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) no 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil, doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à des dispositions nationales, qui prévoient une interdiction générale **des annonces de réduction de prix qui ne font pas apparaître le prix de référence lors du marquage ou de l'affichage des prix. Par conséquent, les commerçants peuvent ne pas indiquer le prix de référence d'un produit à partir duquel une réduction de prix annoncée est calculée.**

L'arrêté du 11 mars 2015 retient que, **ce qui constitue le prix de référence**, c'est-à-dire le prix barré sur lequel s'effectue la réduction, **n'est plus fixé par la réglementation, mais directement par l'annonceur. La limite du prix le plus bas pratiqué dans les 30 jours précédant l'opération n'existe donc plus, laissant une plus grande liberté aux commerçants quant à la détermination du prix à partir duquel ils déterminent la réduction.**

En pratique, il est donc parfaitement possible d'anticiper qu'un commerçant pourrait être autorisé à annoncer un prix de référence comme le prix de vente initial de son produit, même s'il a récemment procédé à une promotion ponctuelle sur ce dernier.

La détermination du prix de référence annoncé aux consommateurs par les commerçants s'effectue désormais **à leurs « risques et périls »**. Ces derniers supportant la charge de déterminer si le prix de référence ainsi fourni au consommateur sera ou non considéré comme loyal.

Dispositif de la Cour de Justice de l'Union Européenne : « Par ces motifs, la Cour (sixième chambre) dit pour droit :

La directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) no 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (« directive sur les pratiques commerciales déloyales »), doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à des dispositions nationales, telles que celles en cause au principal, qui prévoient

LE PRIX DE REFERENCE



une interdiction générale, sans évaluation au cas par cas permettant d'établir le caractère déloyal, des annonces de réduction de prix qui ne font pas apparaître le prix de référence lors du marquage ou de l'affichage des prix, pour autant que ces dispositions poursuivent des finalités tenant à la protection des consommateurs. Il appartient à la juridiction de renvoi d'apprécier si tel est le cas dans l'affaire au principal ».



Contact

Service Commerce Services Tourisme
commerce@pau.cci.fr
05 59 82 51 03