



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## petites annonces

Question écrite n° 9070

### Texte de la question

M. Christian Estrosi attire l'attention de M. le ministre de l'équipement, des transports, du logement, du tourisme et de la mer sur les pratiques des organes de presse diffusant des annonces immobilières et qui facturent différemment les encarts selon que ceux-ci sont commandés par un particulier ou par un professionnel. Les prix demandés aux agents immobiliers sont largement supérieurs à ceux exigés des particuliers. Les frais d'insertion pour les professionnels représentent donc une charge importante de leur budget. Cette différence de tarification est assez discriminante, et en outre elle peut constituer une entrave à la réalisation de ventes, et par conséquent priver l'Etat des recettes fiscales afférentes. De plus, cette discrimination opérant des prix plus élevés pour les agents immobiliers que pour les particuliers n'est pas habituelle puisque, dans d'autres secteurs d'activité, les prix pratiqués pour les professionnels sont en principe moins élevés que les prix grand public. En conséquence, il le remercie de bien vouloir lui indiquer s'il s'agit là d'une pratique licite, et si une réforme d'encadrement réglementaire est envisageable sur ce point. - Question transmise à M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie.

### Texte de la réponse

Les tarifs d'insertion des annonces immobilières dans la presse ne relèvent que du libre jeu de la concurrence. Les organes de presse peuvent les fixer librement dès lors qu'ils ne se rendent pas coupables d'une discrimination abusive au sens de l'article L. 442-6 du code de commerce car susceptible de désavantager un annonceur vis-à-vis de ses concurrents. Les avantages tarifaires accordés aux particuliers ne relèvent pas de cette disposition dans la mesure où ces particuliers ne rentrent pas en concurrence avec les agents immobiliers. Cette différence de prix n'entrave en rien l'activité des agents immobiliers, dont les mérites reposent sur leur connaissance du marché immobilier et leur savoir-faire. Par ailleurs, dans un régime de liberté de prix, il revient à l'agent immobilier de négocier le prix de l'insertion de ces annonces, en demandant par exemple au support de tenir compte du nombre d'insertions et de leur régularité et de faire jouer la concurrence en usant de l'article L. 441-6 du code de commerce qui fait obligation à tout prestataire de service de communiquer son barème de prix et ses conditions de vente à tout professionnel ou particulier qui en fait la demande. Toute difficulté rencontrée par les annonceurs pour ce faire peut être signalée aux autorités de concurrence qui pourront vérifier si elle ne résulte pas de comportements collusifs adoptés par les organes de presse, comportements auxquels il serait apporté sanction. Un encadrement réglementaire des tarifs d'insertion des annonces commerciales du secteur immobilier ne paraît donc pas utile.

### Données clés

**Auteur :** [M. Christian Estrosi](#)

**Circonscription :** Alpes-Maritimes (5<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 9070

**Rubrique :** Presse et livres

**Ministère interrogé** : équipement, transports et logement

**Ministère attributaire** : économie

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 23 décembre 2002, page 5090

**Réponse publiée le** : 21 avril 2003, page 3172