



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

prix

Question écrite n° 45990

Texte de la question

M. Armand Jung 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 les prix pratiqués par certaines grandes surfaces. Il fait référence à une grande surface strasbourgeoise, qui, semble-t-il, augmente régulièrement les prix de sa marque "distributeur", celle qui est la plus plébiscitée par les consommateurs. Chaque magasin est certes libre de sa politique tarifaire mais il demande de quelle manière le Gouvernement peut agir pour protéger les consommateurs de ces pratiques abusives.

Texte de la réponse

Depuis l'ordonnance du 1er décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence, les prix sont librement fixés par les opérateurs économiques sur le marché français. Une grande surface commerciale peut ainsi à loisir augmenter régulièrement les tarifs de sa marque distributeur sans pour autant se livrer à une pratique abusive. Toutefois, cette liberté des prix n'exclut pas toute surveillance de la part de l'État. A ce titre, la loi confère au ministre de l'économie, en vertu des dispositions du titre IV du livre IV du code de commerce, le pouvoir d'intervenir dans les relations contractuelles entre acteurs privés afin d'assurer le maintien de relations commerciales transparentes et loyales, et de lutter contre les pratiques restrictives de concurrence. Par exemple, la liberté de négociation entre les parties a nécessité la mise en oeuvre de garde-fous permettant de sanctionner des clauses contractuelles ou pratiques commerciales abusives instituant un déséquilibre significatif entre les parties. De plus, le ministre peut engager des actions contentieuses à l'encontre d'entreprises qui perturbent le marché par la mise en oeuvre de pratiques abusives sur les prix, tels que, par exemple, les prix minimum imposés ou les prix abusivement bas dans le secteur agricole. Par ailleurs, le fait pour un fournisseur d'imposer à ses distributeurs, qui l'acceptent, un prix de revente déterminé, peut être appréhendé au titre de l'article L. 420-1 du code de commerce qui prohibe les ententes dans les conditions fixées par la jurisprudence et notamment dans la décision de la Cour de cassation du 11 juin 2013 concernant la parfumerie de luxe. Une attention particulière est également portée à la véracité des prix promotionnels pratiqués régulièrement par les grandes surfaces et autres commerçants. Les pratiques commerciales trompeuses consistant à proposer aux consommateurs des faux rabais sont ainsi recherchées et sanctionnées. De même, l'affichage systématique des prix et la concordance entre le prix indiqué en magasin et le prix pratiqué en caisse font l'objet de contrôles afin de garantir aux consommateurs une transaction en toute loyauté. La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) met annuellement en place un plan de contrôle visant à détecter et à sanctionner ces pratiques sur l'ensemble du territoire.

Données clés

Auteur : [M. Armand Jung](#)

Circonscription : Bas-Rhin (1^{re} circonscription) - Socialiste, républicain et citoyen

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 45990

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Économie sociale et solidaire et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [17 décembre 2013](#), page 13073

Réponse publiée au JO le : [27 mai 2014](#), page 4262