

Les règles d'affichage des prix



© 2014 Les Echos Publishing

Règles générales

Les prix doivent être clairement exprimés, en euros et TTC, et doivent comprendre l'ensemble des frais et marges (sauf exceptions).

Les prix des articles présentés à la vente doivent être clairement exprimés, en euros et toutes taxes comprises, afin que le consommateur sache ce qu'il devra réellement payer sans avoir à le demander.

Ces prix doivent comprendre l'ensemble des marges commerciales et des frais (frais d'emballage, frais de mise à disposition de la marchandise...). Toutefois, des frais ou des rémunérations correspondant à des prestations supplémentaires exceptionnelles réclamées par le consommateur et pour lesquelles il a donné son accord peuvent être ajoutés au prix initialement annoncé.

Lorsque le prix annoncé ne comprend pas un élément ou une prestation de services indispensable à l'emploi ou à la finalité du produit ou du service proposé, le consommateur doit en être informé.

Enfin, les éventuels frais de livraison ou d'envoi doivent

être compris dans le prix de vente, sauf s'ils sont clairement indiqués en plus.

Précision : tous les produits, neufs ou d'occasion, sont soumis à la réglementation sur l'affichage des prix. Il a ainsi été jugé que les articles d'horlogerie, de bijouterie et de joaillerie ne font pas exception à la règle. Certains produits sont toutefois régis par des dispositions spécifiques tels que les œuvres d'art (étiquette discrète ou liste de prix à consulter), les livres (lorsque le prix n'est pas imprimé sur le livre : possibilité de l'inscrire à l'intérieur), ou encore les ensembles de cuisine (obligation d'indiquer le prix élément par élément).

À noter : si l'information délivrée est de nature à induire le consommateur en erreur, le commerçant peut voir sa responsabilité pénale engagée au titre du délit de pratique commerciale trompeuse.

Règles particulières

Les produits préemballés, vendus par lots ou vendus au poids ou à la mesure, ainsi que les annonces de réduction de prix font l'objet de règles particulières en matière d'affichage des prix.

Produits préemballés

Outre leur prix global, certains articles préemballés, listés par un arrêté du 16 novembre 1999 (essentiellement les denrées alimentaires, les produits d'hygiène et de beauté, de lavage et d'entretien) doivent porter le prix de vente à l'unité de mesure (prix au kilo ou au litre...) et la quantité nette vendue.

Produits vendus par lots

Les lots de produits doivent afficher leur prix global, leur composition et le prix de chaque élément de nature différente dont ils sont constitués.

Produits vendus au poids ou à la mesure

Pour les articles vendus en vrac au poids ou à la mesure, l'indication du prix doit être accompagnée de l'unité de poids ou de mesure (kilo, mètre, litre, etc.) à laquelle ce prix correspond.

Annonces de réduction de prix

Pour annoncer une réduction de prix, le prix de référence doit être affiché ainsi que le prix réduit. Il s'agit de la technique du prix barré.

Précision : le prix de référence peut être, au choix du commerçant :

- le prix le plus bas effectivement pratiqué par le commerçant pour un article similaire, dans le même établissement de vente au détail ou site de vente à distance, au cours des 30 derniers jours précédant le début de la publicité ;
- le prix conseillé par le fabricant ou l'importateur du produit ;
- le prix maximal résultant d'une disposition de la réglementation économique ;
- le dernier prix conseillé par le fabricant ou l'importateur, lorsqu'un article similaire n'a pas été vendu précédemment dans le même établissement de vente au détail ou sur le même site de vente à distance, ou lorsque cet article ne fait plus l'objet d'un prix conseillé par le fabricant ou l'importateur.

Pour les produits préemballés soumis aux dispositions de l'arrêté de 1999, l'obligation du double marquage s'applique, au choix du commerçant, au prix à l'unité de mesure (litre ou kg) ou au prix correspondant à la quantité préemballée. Le double marquage peut être effectué sur un écriteau, sous réserve que les étiquettes portent les indications complètes du nouveau prix.

Lorsque le taux de réduction pratiqué est uniforme et se rapporte à des produits ou services parfaitement identifiés (par exemple « moins 20 % sur les pantalons »), cette réduction peut être faite par escompte de caisse. Dans ce cas, le client doit en être informé par tout moyen. L'indication du prix réduit n'est ici pas obligatoire.

Écríteau ou étiquette

Les modalités d'affichage (écriteau ou étiquette, lisibilité...) des prix sont également encadrées.

Produits exposés à la vue du public

En vitrine ou en magasin, les prix, parfaitement lisibles, peuvent être affichés au moyen d'une étiquette ou d'un écriteau (pancarte, écran digital, etc.) placé sur ou à proximité du produit concerné.

En pratique : l'étiquette et l'écriteau doivent être de dimension suffisante pour être déchiffrables et ne susciter aucune incertitude sur le prix ou la dénomination d'un produit. Autrement dit, le client doit pouvoir connaître le prix d'un article sans avoir à entrer dans le magasin si le produit est visible de l'extérieur, et sans avoir à interroger le vendeur si le produit est visible à l'intérieur.

Pour les articles vendus au poids ou à la mesure, l'écriteau

s'impose afin de pouvoir y indiquer le prix et l'unité de poids ou de mesure associée.

Les produits préemballés, quant à eux, doivent être munis d'une étiquette. Toutefois, lorsque des produits préemballés identiques sont présentés en poids ou en volume égaux et exposés ensemble à la vue du public, le prix (ainsi que le prix de vente à l'unité de mesure et la quantité nette vendue) peut être affiché sur un seul écriteau figurant à proximité des produits (par exemple, produits identiques présentés en rayon et désignés par un écriteau commun placé sous le premier produit).

Produits non exposés à la vue du public

Les produits, présents dans le magasin ou dans des locaux attenants, qui ne sont pas exposés à la vue des clients mais qui sont néanmoins disponibles immédiatement à la vente au détail, doivent être étiquetés. Il s'agit notamment d'articles rangés dans des boîtes, dans des tiroirs ou stockés en réserve.

Certains de ces produits n'ont toutefois pas à être étiquetés :

- les produits qui ne sont pas effectivement disponibles à la vente (par exemple non encore sortis de leur emballage) ;
- les produits alimentaires périssables ;
- les produits dont le prix est indiqué par un écriteau sur un spécimen exposé à la vue du public ;
- les produits non périssables vendus en vrac sauf si un échantillon est exposé à la vue du public ;
- les produits vendus sur catalogue.

À noter : l'étiquette doit être lisible et indiquer le prix de l'article toutes taxes comprises. Elle doit être placée ou attachée sur le produit ou sur son emballage. Le commerçant

peut toutefois valablement inscrire le prix directement sur le produit ou son emballage.

Et l'erreur d'étiquetage ?

L'erreur d'étiquetage de prix sans rapport avec la valeur du produit ne contraint pas le commerçant à vendre au prix affiché dès lors que son caractère dérisoire est manifeste.

Par ailleurs, lorsqu'un produit est marqué ou étiqueté à des prix différents, le fait de faire payer au client le prix le plus élevé constituerait une infraction de publicité mensongère. Il est donc d'usage de lui demander le prix le plus faible à condition que celui-ci soit en rapport avec la valeur de l'article.

L'affichage des prix des prestations de services

Le prix de toute prestation de services doit être affiché dans les lieux où la prestation est proposée au public.

En pratique, le professionnel doit afficher, à l'endroit où se tient normalement la clientèle ou à celui où elle est habituellement reçue, la liste des prestations proposées à la vente et leur prix, toutes taxes comprises. Aucun doute ne devant exister sur la nature de la prestation fournie pour le prix indiqué.

L'affiche doit également comporter les suppléments ou majorations correspondant éventuellement à des opérations complémentaires ou spéciales.

Précision : un catalogue recensant les prestations peut valablement remplacer l'obligation d'affichage lorsque leur nombre est très important ou lorsque les conditions dans lesquelles elles peuvent être fournies ne peuvent pas être contenues dans une simple affiche.

