

# L'information des consommateurs sur le prix des produits dont la quantité a diminué



© 2024 Les Echos Publishing

La « shrinkflation » est un procédé, utilisé depuis quelque temps, qui consiste pour les fabricants de produits de grande consommation préemballés à réduire les quantités de ces produits sans diminuer leur prix. Autrement dit, dans un contexte d'inflation, elle leur permet de ne pas augmenter leur prix, ou de les augmenter modérément.

Pour que les consommateurs soient informés de cette pratique, légale mais pas forcément visible, la réglementation obligera désormais les magasins de produits de grande consommation à prédominance alimentaire d'une superficie de plus de 400 m<sup>2</sup> à afficher, directement sur l'emballage des produits concernés ou sur une étiquette attachée ou placée à proximité du produit, de façon visible et lisible, une mention indiquant : « pour ce produit, la quantité vendue est passée de xxx à xxx et son prix au (préciser l'unité de mesure concernée) a augmenté de xxx % ou de xxxx € ».

Plus précisément, sont concernés les denrées alimentaires et les produits non alimentaires qui sont commercialisés dans une quantité (poids, volume) constante. Ne sont donc pas concernées les denrées alimentaires préemballées à quantité

variable (rayon traiteur, par exemple) et les denrées alimentaires non préemballées (vendues en vrac).

**Précision** : cette obligation entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet prochain.

Cet affichage devra rester visible pendant un délai de deux mois à compter de la date de la mise en vente du produit dans sa quantité réduite.

**Attention** : le distributeur qui ne respectera pas cette obligation sera passible d'une amende administrative dont le montant pourra atteindre 3 000 € s'il s'agit d'une personne physique et 15 000 € s'il s'agit d'une société.

[Arrêté du 16 avril 2024, JO du 4 mai](#)

© 2024 Les Echos Publishing