



MANDAT

Groupe de travail

« Information du consommateur sur les produits de grande consommation dans un contexte inflationniste »

Adopté le 18 octobre 2023

Contexte

Afin de préserver le pouvoir d'achat des consommateurs dans le contexte actuel de tensions inflationnistes, le Gouvernement a mis en place un ensemble de mesures, législatives, réglementaires, ou reposant sur des dispositifs volontaires mis en œuvre par les opérateurs économiques¹.

Concernant plus particulièrement *les produits de grande consommation*, il a œuvré à la mise en place par les acteurs de la grande distribution du dispositif du « trimestre anti inflation », et a, par ailleurs, courant 2023, suscité un engagement des principaux grands industriels de révision infra-annuelle à la baisse de leurs prix.

Toutefois, ce contexte inflationniste a pu faire naître un certain nombre de préoccupations chez plusieurs représentants de la société civile au sujet de l'éventualité de pratiques commerciales critiquables, dont la caractéristique commune serait de chercher à masquer, au moyen de différents procédés, la réalité de l'augmentation ou du niveau des prix.

L'émergence de ces préoccupations a notamment conduit dans un premier temps Olivia GRÉGOIRE, ministre déléguée chargée des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et du tourisme, à demander, dès le mois de septembre 2022, à la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) de réaliser une enquête au sujet des pratiques dites de *shrinkflation*, pouvant consister à dissimuler de façon déloyale une augmentation de prix se matérialisant par une réduction du volume unitaire des produits, rendue invisible ou peu visible par les professionnels par différents moyens.

Les préoccupations qui sont exprimées paraissent toutefois aller au-delà de la seule question de la *shrinkflation* et interroger plus largement le caractère loyal et satisfaisant des pratiques commerciales des opérateurs pour tout ce qui concerne la perception, par le consommateur, du caractère plus ou moins avantageux des produits proposés à la vente en lien avec leur emballage et leur formatage (taille de l'emballage, présence d'air dans l'emballage, rapport prix/quantité des différents formats, comme par exemple le format dit *familial*, intérêt économique de l'achat de recharges, etc.), ainsi que sur la correspondance entre le prix annoncé et le prix effectivement facturé, et l'information du consommateur en cas de changement dans la recette d'un produit.

¹ Voir notamment : <https://www.economie.gouv.fr/mesures-soutien-pouvoir.achat>

CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

La qualité de l'information du consommateur étant un facteur-clé d'un développement harmonieux de la consommation, il paraît nécessaire que des réponses adéquates soient apportées à ces préoccupations, sur la base d'un diagnostic objectif et partagé portant à la fois sur le cadre légal en vigueur, les pratiques constatées sur le marché, leur conformité à la réglementation, leur impact sur les consommateurs et leur pouvoir d'achat, ce diagnostic étant susceptible de déboucher sur des propositions telles que l'identification de mauvaises pratiques, la préconisation de bonnes pratiques, voire des évolutions du cadre national ou européen, etc.

Le Conseil national de la consommation, lieu privilégié de dialogue entre le monde économique et celui des associations de défense des consommateurs qui sont porteuses de ses préoccupations, a tout spécialement vocation à apporter une contribution essentielle sur ce sujet.

Mission

Le groupe de travail constitué dans le cadre du présent mandat aura pour mission, en premier lieu, d'analyser les enjeux économiques et juridiques et les impacts potentiels, qu'ils soient positifs ou négatifs, des nouvelles pratiques commerciales concernant le prix, la quantité, le format et le changement de recettes des produits de grande consommation, notamment dans un contexte inflationniste.

Il examinera ces impacts, sous l'angle de la protection des consommateurs.

Son diagnostic juridique le conduira à procéder au recensement le plus exhaustif possible des règles touchant à l'information du consommateur sur les prix et les quantités vendues, qui sont pertinentes en l'occurrence, et à l'examen de leur contenu et de leur portée.

Sur la base de ce diagnostic, il lui est demandé de formuler un avis sur les pratiques commerciales qui doivent être recommandées, ainsi que sur les conseils pédagogiques qu'il conviendrait de donner aux consommateurs et les modalités par lesquelles ces derniers pourraient être mieux sensibilisés à ce type d'enjeux dans leurs actes de consommation.

Le groupe de travail est, par ailleurs, invité à formuler toutes les recommandations qui lui paraîtront utiles au sujet de la régulation des pratiques des opérateurs économiques à l'égard des consommateurs, en termes de point d'attention des contrôles et de pistes de réflexion pour améliorer le cadre juridique applicable à ces pratiques.

La présidence sera assurée par le sous-directeur de la communication, de la programmation, de l'analyse économique et du mouvement consommériste (SD1) de la DGCCRF.

Calendrier

Les travaux du groupe de travail devront être achevés au plus tard le 31 mars 2024.