

« SHRINKFLATION » :

UNE NOUVELLE OBLIGATION D'INFORMATION DES CONSOMMATEURS PESANT SUR LES DISTRIBUTEURS A COMPTER DU 1^{ER} JUILLET 2024

* **Ce qu'il faut retenir :**

A compter du 1^{er} juillet 2024, les grandes et moyennes surfaces devront informer les consommateurs de la diminution de poids ou de volume entraînant une hausse du prix à l'unité de mesure des produits de grande consommation.

Cette information devra figurer à proximité immédiate des produits alimentaires et non alimentaires, qu'il s'agisse de produits de marque nationale ou de marque de distributeur, et pendant les deux mois suivant la commercialisation desdits produits.

* **Pour approfondir :**

- **Rappel sur la notion de « shrinkflation »**

Afin de répondre à la demande des consommateurs souhaitant être mieux informés en cas de « shrinkflation », Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté Industrielle et numérique et Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation ont souhaité rendre obligatoire l'information des consommateurs relative à l'augmentation des prix des produits dont la quantité a diminué.

C'est désormais chose faite depuis l'arrêté du 16 avril 2024 dont la publication devrait prochainement intervenir.

Bruno Le Maire et Olivia Grégoire ont précisé, dans le cadre d'un communiqué de presse en date du 19 avril 2024, le champ d'application de l'arrêté susvisé.

- **Entreprises concernées par cette nouvelle obligation d'affichage**

Cette information sur l'augmentation des prix des produits dont la quantité a diminué devra être apportée par les distributeurs dans les grandes et moyennes surfaces.

Plus précisément, et sous réserve que le champ d'application soit identique à celui précisé dans le cadre du projet d'arrêté soumis pour avis à la Commission européenne, les dispositions de l'arrêté seront applicables aux entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales opérant dans le secteur de la distribution des produits de grande consommation dits « PGC » (définis à l'article L. 441-4 du Code de commerce comme « *des produits non durables à forte fréquence et récurrence de*

consommation ») et exploitant, directement ou indirectement, un magasin dont la surface de vente est supérieure à 400 mètres carrés.

- **Produits concernés par cette nouvelle obligation d'affichage**

Cette obligation d'affichage vise les produits industriels alimentaires ou non alimentaires, de marque nationale ou de marque de distributeur concernés par la « shrinkflation », c'est-à-dire les produits dont la quantité a été réduite, se traduisant ainsi par une hausse du prix ramené à l'unité de mesure.

En revanche, sont exclus du champ d'application de l'arrêté, les denrées alimentaires vendues en vrac et les denrées alimentaires préemballées dont la quantité peut varier à la préparation.

- **Modalités de l'obligation d'affichage**

L'affichage de la hausse du prix à l'unité de mesure devra figurer à proximité immédiate des produits concernés, et ce pendant les deux mois suivant leur commercialisation en quantité réduite.

Plus précisément, et sous réserve que les modalités de l'obligation d'affichage soient identiques à celles prévues dans le cadre du projet d'arrêté soumis pour avis à la Commission européenne, les distributeurs concernés devront faire figurer, directement sur l'emballage ou sur une étiquette attachée ou placée à proximité immédiate du produit, la mention suivante :

« Pour ce produit, la quantité vendue est passée de X à Y et son prix au (préciser l'unité de mesure concernée) a augmenté de ... % ou ... € ».

Cette mention devra apparaître de façon visible, lisible et dans une même taille de caractères que celle utilisée pour l'indication du prix unitaire.

- **Sanctions du non-respect de cette nouvelle obligation d'affichage**

Le communiqué de presse n'a pas précisé les sanctions prévues en cas de non-respect de cette nouvelle obligation d'affichage par les distributeurs concernés.

Toutefois, selon le projet d'arrêté soumis à l'avis de la Commission européenne, il est prévu que :

- les manquements à cette obligation d'affichage seront passibles d'une amende administrative dont le montant pourra atteindre 3.000 euros pour une personne physique et 15.000 euros pour une personne morale ;
- les agents de la DGCCRF pourront utiliser leur pouvoir d'injonction afin de faire cesser tout manquement aux dispositions de l'arrêté ; et
- les décisions de sanctions pourront faire l'objet d'une mesure de publicité aux frais du professionnel.

DROIT DE LA CONSOMMATION ET VENTE ENTRE PROFESSIONNELS

* Ce qu'il faut retenir :

Lorsqu'un professionnel conclut un contrat hors établissement avec un autre professionnel, il lui appartient de s'assurer que :

- l'objet du contrat n'entre pas dans le champ de l'activité principale de son client professionnel ;
- le nombre de salariés employés par le client professionnel est inférieur à cinq.

En effet, dans le cas contraire, les dispositions du Code de la consommation relatives à l'obligation d'information précontractuelle, aux contrats hors établissement et au droit de rétractation seront opposables au professionnel qui effectue la vente ou la prestation.

* Pour approfondir :

• Rappel sur le champ d'application du droit de la consommation

Le droit de la consommation a vocation à protéger les personnes dont les intérêts se trouvent menacés en raison de la situation d'infériorité dans laquelle elles se trouvent.

Le droit de la consommation s'applique ainsi aux consommateurs se définissant comme « *tout personne physique qui agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, libérale ou agricole* », et aux non-professionnels, à savoir « *toute personne qui n'agit pas à des fins professionnelles* ».

Pour autant, le professionnel définit comme « *toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel* », ne se trouve pas totalement exclu du champ d'application du droit de la consommation.

En effet, l'article L. 221-3 du Code de la consommation prévoit que certaines dispositions du code sont applicables entre deux professionnels en présence d'un contrat conclu hors établissement lorsque l'objet du contrat n'entre pas dans le champ de l'activité principale du professionnel sollicité et que le nombre de salariés employés par celui-ci est inférieur ou égal à cinq.

Dans l'hypothèse où les deux conditions susvisées seraient remplies, un professionnel peut bénéficier des dispositions protectrices du Code de la consommation relatives à l'obligation d'information précontractuelle (articles L. 221-5 à L. 221-7 du Code de la consommation), des dispositions particulières applicables aux contrats conclus hors établissement (articles L. 221-8 à L. 221-10-1 du Code de la consommation) et des dispositions relatives au droit de rétractation applicables aux contrats conclus à distance et hors établissement (articles L. 221-18 à L. 221-28 du Code de la consommation).

- **Focus sur l'appréciation souveraine des juges du fond de la condition tenant à l'activité principale du professionnel**

Cette condition est particulièrement délicate dans la mesure où la notion « *d'activité principale* » à laquelle fait référence l'article L. 221-3 du Code de consommation est soumise à l'appréciation souveraine des juges du fond.

Sur ce point, la jurisprudence a pu estimer que le contrat ayant pour objet l'achat d'un chariot élévateur, constituant pourtant une machine nécessaire à l'activité professionnelle d'un grossiste en vins, apéritifs et spiritueux, n'entrait pas dans le champ de son activité principale, à savoir, l'achat et la vente en gros de ces produits (**CA Versailles, 28 octobre 2021, n°20/02145**). Dans cette décision, les juges du fond ont considéré qu'il importait peu que le contrat conclu soit « *nécessaire* » à l'activité du professionnel. Il convenait en revanche de savoir si le contrat « *entr[ait] dans le champ d'application de l'activité principale* » du professionnel, ce qui excluait, dans l'affirmative, l'application des dispositions du Code de la consommation.

Dans le même sens, la jurisprudence a considéré que la communication commerciale et la publicité via un site internet, ou encore un contrat d'insertion publicitaire, n'entraient respectivement pas dans le champ de l'activité principale d'un architecte et d'un chauffagiste (**Cass. civ. 1^{ère}, 12 septembre 2018 n°17-17.319 ; Cass. civ. 1^{ère}, 27 novembre 2019, n°18-22.525**).

En revanche, le contrat de location d'un défibrillateur automatique externe entrerait dans le champ de l'activité principale d'une infirmière, cette dernière ne pouvant, en conséquence, prétendre au bénéfice de l'extension des dispositions consuméristes à son profit (**CA Lyon, 9 avril 2024, n°22/05412, à noter que cette décision n'est pas encore définitive**).

Par ailleurs, peu importe que le professionnel ayant conclu un contrat hors établissement soit exploité sous la forme d'une société commerciale. En effet, la Cour de cassation a censuré une décision de juges du fond qui avait écarté l'application des dispositions relatives au droit de rétractation à un contrat de téléphonie conclu entre deux sociétés commerciales pour les besoins de l'activité professionnelle d'une officine de pharmacie. En l'espèce, il s'agissait de la souscription d'un contrat de téléphonie à la suite d'un démarchage d'un commercial réalisé au siège de l'officine de pharmacie. Dans sa décision, la Cour de cassation a considéré que les juges du fond auraient dû vérifier si le contrat de téléphonie entrait dans le champ de l'activité principale de l'officine de pharmacie, peu important que celle-ci ait été exploitée sous la forme de société commerciale (**Cass. civ. 1^{ère}, 13 avril 2023, n°21-23.312**).

Ainsi, de manière générale, l'analyse de la jurisprudence récente démontre que les juges du fond ont tendance à reconnaître que les contrats conclus hors établissement n'entrent pas dans le champ de l'activité principale du professionnel. Une telle appréciation permet ainsi à certains professionnels de bénéficier des dispositions protectrices du Code de la consommation et, en particulier, celles relatives au droit de rétractation.

DROIT DE RETRACTATION ET OBLIGATION DE REMBOURSEMENT DU CONSOMMATEUR

* **Ce qu'il faut retenir :**

Lorsqu'un consommateur exerce son droit de rétractation en application de l'article L. 221-18 du Code de la consommation, le professionnel doit :

- **procéder au remboursement de la totalité des sommes versées par le consommateur, y compris les frais de livraison, dans un délai de 14 jours maximum à compter de la date où il a eu connaissance de la décision du consommateur de se rétracter. Par exception, ce délai peut être différé à la date de récupération du bien ou de la preuve de l'expédition du bien par le consommateur (la date retenue étant celle du premier de ces faits) ;**
- **procéder au remboursement en utilisant le même moyen de paiement que celui utilisé lors de la transaction initiale par le consommateur. Par exception, l'utilisation d'un autre moyen de paiement sera possible avec l'accord exprès du consommateur et si cela n'entraîne pas de frais supplémentaires pour lui.**

* **Pour approfondir :**

- **Rappel sur l'obligation de remboursement du consommateur à la suite de l'exercice de son droit de rétractation**

Tout d'abord, il convient de rappeler que le consommateur dispose d'un délai de 14 jours pour exercer son droit de rétractation dans le cadre d'un contrat conclu à distance à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement (article L. 221-18 alinéa 1 du Code de la consommation).

Ensuite, dès lors que ce droit de rétractation est exercé par le consommateur, le professionnel doit, en application de l'article L. 221-24 alinéa 1 du Code de la consommation, lui rembourser la totalité des sommes versées, y compris les frais de livraison, sans retard injustifié, et au plus tard dans les 14 jours suivant la date à laquelle le professionnel a été informé de la décision du consommateur de se rétracter.

Par exception, l'article L. 221-24 alinéa 2 du Code de la consommation prévoit que le professionnel pourra - uniquement pour les contrats de vente de biens et pour lesquels il n'a pas proposé de récupérer lui-même ledit bien - différer le remboursement jusqu'à la récupération du bien ou jusqu'à ce que le consommateur ait fourni la preuve de l'expédition de celui-ci, étant précisé que la date retenue sera celle du premier de ces faits.

En application de l'article L. 242-4 du Code de la consommation, en cas de défaut de remboursement du consommateur dans les délais susvisés, les sommes dues par le professionnel seront majorées de la manière suivante :

- 5% si le retard est compris entre 10 et 20 jours ;
- 10% si le retard est compris entre 20 et 30 jours ;
- 20% si le retard est compris entre 30 et 60 jours ;
- 50% si le retard est compris entre 60 et 90 jours ; et

- 5 points supplémentaires par nouveau mois de retard jusqu'à concurrence du prix du produit, puis du taux d'intérêt légal.

Par ailleurs, l'article L. 221-24 alinéa 3 du Code de la consommation impose au professionnel de rembourser le consommateur en utilisant le même moyen de paiement que celui utilisé lors de la transaction initiale. Par exception, l'utilisation d'un autre moyen de paiement est possible lorsque les deux conditions cumulatives suivantes sont remplies, à savoir, d'une part, que le consommateur y ait expressément consenti et, d'autre part, que cela n'entraîne pas pour lui de frais supplémentaires.

Enfin, le professionnel ne sera pas tenu de rembourser les frais supplémentaires si le consommateur a expressément choisi un mode de livraison plus coûteux que le mode de livraison standard proposé par le professionnel (article L. 221-4 alinéa 4 du Code de la consommation).

- **Contrôle du respect de cette obligation de remboursement par les agents de la DGCCRF**

Le 10 avril 2024, une société a été sanctionnée par la DGCCRF, notamment pour ne pas avoir procédé au remboursement dans le délai légal de 14 jours, des sommes versées par des consommateurs ayant exercé leur droit de rétractation.

Le fait pour un professionnel de ne pas respecter les règles susvisées est sanctionné par une amende administrative dont le montant peut atteindre 75.000 euros pour une personne morale et 15.000 euros pour une personne physique (article L. 242-13 du Code de la consommation).
