

MADE IN FRANCE ET PRATIQUES COMMERCIALES TROMPEUSES

* Ce qu'il faut retenir :

Tout professionnel ayant recours à l'allégation « made in France » ou à toute autre mention équivalente, ou encore à tout logo faisant allusion à l'origine française (drapeau français, coq, etc.), doit être en mesure d'attester l'origine française des produits et ne pas induire le consommateur en erreur.

Ainsi, pour que le produit puisse porter la mention « made in France » celui-ci doit être entièrement, ou partiellement, fabriqué en France, étant précisé que dans cette seconde hypothèse, une part significative de la fabrication du produit ainsi que sa dernière transformation substantielle doivent avoir été réalisées en France.

Par ailleurs, lorsque le marquage sur l'origine du produit est facultatif, ce dernier doit être conforme aux règles d'origine non préférentielle du Code des Douanes de l'Union (CDU).

* Pour approfondir :

• Mention sur l'origine des produits

De manière générale, le marquage de l'origine des produits est facultatif à l'exception toutefois de certains produits notamment agricoles et alimentaires pour lesquels la réglementation impose un tel marquage.

En tout état de cause, toute utilisation d'une mention sur l'origine des produits doit nécessairement pouvoir être justifiée et ne pas induire le consommateur en erreur sous peine de constituer une pratique commerciale trompeuse.

• Sanctions en cas d'utilisation trompeuse de la mention « Made in France »

Toute allégation mensongère sur l'origine des produits est considérée comme une pratique commerciale trompeuse.

Toute allégation trompeuse quant à la mention « Made in France » ou toute autre mention équivalente est sanctionnée d'un emprisonnement de 2 ans et d'une amende de 1.500.000 euros pouvant être portée, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10% du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit conformément à l'article L. 132-2 du Code de la consommation.

• Contrôle de la DGCCRF relatif aux allégations mensongères sur l'origine des produits

Le 2 août dernier, la DGCCRF a enjoint à une société ayant pour activité la vente en ligne d'articles de literie de cesser ses pratiques commerciales trompeuses en particulier celles consistant à apposer une allégation mensongère sur l'origine française ou européenne de certains produits proposés à la vente.

Enfin, le non-respect de la réglementation relative aux soldes peut être sanctionné sur le fondement de la concurrence déloyale.

FOIRES ET SALONS : AFFICHAGE OBLIGATOIRE DES PRIX

* Ce qu'il faut retenir :

En toutes circonstances, en ce compris dans le cadre de foires et salons, le professionnel est tenu d'afficher de manière visible et lisible les prix des produits en euros toutes taxes comprises.

* Pour approfondir :

• Notion de foires et salons

Les foires et salons sont des manifestations commerciales durant lesquelles un ensemble de personnes physiques ou morales (relevant d'une branche professionnelle pour les salons) expose d'une façon collective et temporaire des biens ou offre des services qui peuvent faire l'objet d'une vente directe avec enlèvement de la marchandise ou exécution du contrat de prestation de services.

• Obligation d'information sur les prix

Ainsi que le précise la Circulaire du 19 juillet 1988 portant application des dispositions de l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix, les ventes au détail de produits exposés, réalisées dans les foires et salons – peu importe que la livraison des produits soit immédiate, intervienne à l'extérieur de ces expositions, ou ait lieu après leur clôture - n'échappent pas à l'obligation d'information sur les prix des produits.

En conséquence, toute société qui participe à une foire ou à un salon doit respecter les exigences en matière d'affichage sur les prix prévues par les articles L.112-1 et suivants du Code de la consommation et par l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix. Cela signifie qu'un affichage lisible et compréhensible du prix exprimé en euros toutes taxes comprises est obligatoire. Cette information doit être délivrée par voie de marquage, par un écriteau ou par un étiquetage (pour plus d'informations sur les obligations d'affichage, retrouvez notre article « Affichage des prix : les règles à respecter » en cliquant [ici](#)).

• Sanctions en cas de manquement aux règles d'affichage sur les prix dans les foires et salons

Tout manquement en matière d'affichage sur les prix est puni d'une amende d'un montant de 3.000 € pour les personnes physiques et de 15.000 € pour les personnes morales (art. L.131-5 du C. consom.).

En outre, le professionnel peut voir sa responsabilité pénale engagée si l'information délivrée est de nature à induire en erreur le client.

Enfin, le fait d'abuser de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour obtenir des engagements dans le cadre de foires ou de salons est puni d'un emprisonnement de trois ans et d'une amende de 375.000 euros pour une personne physique (le quintuple pour une personne morale) pouvant être portée, de manière proportionnée, aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires connus à la date des faits (art. L.121-9 et L.132-14 du C. consom.).

• Contrôle de la DGCCRF relatif à l'obligation d'information sur les prix

Le 30 juillet dernier, la DGCCRF a infligé une amende administrative à une société ayant commis plusieurs manquements relatifs à l'affichage des prix sur un stand lors de la foire européenne de Strasbourg. La DGCCRF a rappelé dans son communiqué que l'affichage des prix de manière visible et lisible était l'un des principes fondamentaux de la concurrence permettant aux consommateurs de pouvoir utilement comparer les prix des produits proposés et ainsi exercer son choix en faveur de ceux qui, à qualité égale, lui paraissent plus avantageux.

VENTE EN LIQUIDATION : PERIMETRE DE LA DECLARATION PREALABLE

* Ce qu'il faut retenir :

Afin de pouvoir procéder à une vente en liquidation, le professionnel doit notamment :

- effectuer une déclaration préalable (par lettre recommandée avec avis de réception) auprès de la commune dont relève le lieu de la liquidation au moins 2 mois avant la date prévue pour le début de la vente, en justifiant la vente en liquidation par un motif précis (cessation, suspension, changement d'activité ou modification substantielle des conditions d'exploitation) ;
- obtenir et afficher le récépissé de déclaration de vente en liquidation délivré par le maire de la commune sur le lieu de vente pendant toute la durée de la liquidation. Cet affichage doit être lisible sur la voie publique.

Par ailleurs, le professionnel doit informer le maire de la commune concernée :

- de toute modification de l'évènement motivant la liquidation par lettre recommandée avec avis de réception ;
- et, le cas échéant, de la non-réalisation de l'évènement motivant la liquidation à l'expiration d'un délai de 6 mois à compter de la date de la déclaration préalable.

* Pour approfondir :

• Notion de vente en liquidation

Conformément à l'article L. 310-1 du Code de commerce, la vente en liquidation s'entend comme une opération commerciale de réduction de prix permettant au commerçant d'écouler son stock de manière accélérée à la suite d'une décision de cessation, de suspension saisonnière, de changement d'activité ou de modification substantielle des conditions d'exploitation telle que des travaux.

• Contenu de la déclaration préalable

La vente en liquidation est soumise à une déclaration préalable auprès du maire de la commune dont relève le lieu de la liquidation. Cette déclaration doit préciser l'identité ou la dénomination sociale du vendeur, le nom, l'adresse et le numéro unique d'identification de l'établissement commercial concerné, ainsi que le motif, la date de début et la durée de la liquidation (art. A.310-1 du C. com.).

Par ailleurs, la déclaration préalable doit être accompagnée de toute pièce justifiant le motif de la liquidation, ainsi que de l'inventaire détaillé des marchandises concernées par l'opération en liquidation comprenant *a minima* les informations suivantes : la nature et la dénomination des articles, les quantités, les prix de vente, le prix d'achat moyen hors taxes (étant précisé que les produits dont le prix de vente unitaire est inférieur à 5 euros peuvent être décrits par lots homogènes (art. A.310-2 du C. com.)).

• Sanctions en cas de défaut de déclaration préalable à la vente en liquidation

Le fait de ne pas respecter la réglementation relative à la déclaration préalable est puni d'une amende d'un montant de 15.000 euros pour une personne physique et de 75.000 euros pour une personne morale (art. L. 310-5 du C. com.).

• Contrôle de la DGCCRF dans le cadre de la vente en liquidation

Le 30 juillet 2024, une société a été sanctionnée par la DDPP de Paris, avec laquelle elle a finalement transigé, pour ne pas avoir informé les autorités municipales de l'inexécution de l'évènement ayant motivé la déclaration de liquidation.