

SHRINKFLATION

Publication de la FAQ de la DGCCRF



ON VOUS EXPLIQUE

**ENSEMBLE FAISONS DU DROIT
UNE OPPORTUNITÉ**

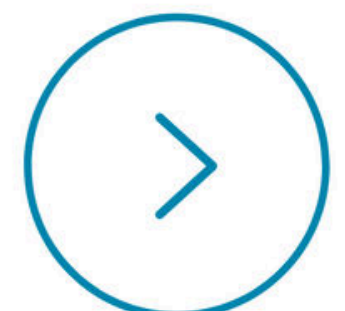
SUR LES PRODUITS CONCERNÉS



L'obligation d'information des consommateurs par les distributeurs ne concerne que les produits de grande consommation listés à l'article D.441-9 du Code de commerce, dès lors qu'ils remplissent la double condition :

 > **Réduction de la quantité vendue et**

 > **Augmentation du prix ramené à l'unité de mesure ou à l'unité**



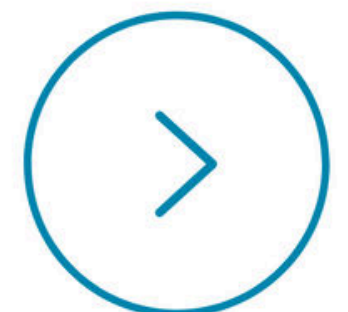
SUR LES PRODUITS CONCERNÉS



Sont concernés :



- > Les produits de grande consommation préemballés, alimentaires ou non alimentaires,
- > Les produits de marques nationales (MN) et de marques de distributeurs (MDD),
- > Les produits permanents comme les produits saisonniers. Cette précision de l'administration nous semble contestable dès lors qu'entre deux saisons, le prix des produits a de forts risques d'augmenter ce qui réduirait à néant la possibilité de simplement réduire le volume ou la masse.



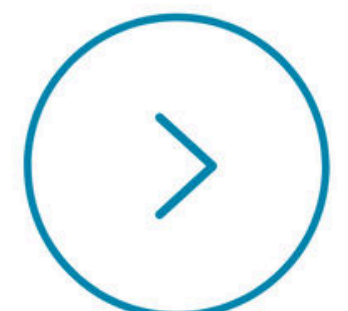
SUR LES PRODUITS CONCERNÉS



En lien avec les produits saisonniers, l'administration se prononce à propos des produits qui seraient modifiés alors qu'ils ont cessé de le vendre depuis plusieurs mois.



> L'administration considère que cela dépend des fréquences d'achat de ce type de produits : « si le produit s'achète régulièrement, en l'absence du produit habituel, les consommateurs se sont nécessairement tournés vers des produits concurrents, donc le (nouveau) référencement peut être assimilé à un nouveau produit. A contrario, si ce type de produit se vend peu ou pas pendant la période, le (nouveau) référencement ne peut pas être synonyme de nouveau produit et il faut avertir le consommateur, dès lors que les conditions posées par le texte sont réunies ».



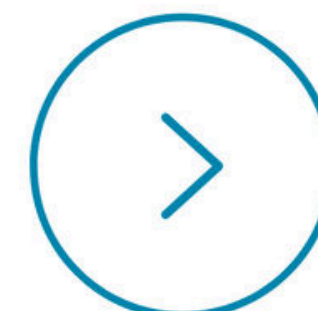
SUR LES PRODUITS CONCERNÉS



- > **La réponse est séduisante mais elle ne nous semble pas forcément conforme à la raison d'être du texte qui vise à l'évidence les produits à forte fréquence d'achat. On aurait pu souhaiter une règle plus simple en retenant un même écart de temps pour tous les produits.**



**ENSEMBLE FAISONS DU DROIT
UNE OPPORTUNITÉ**

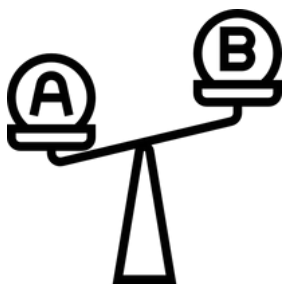




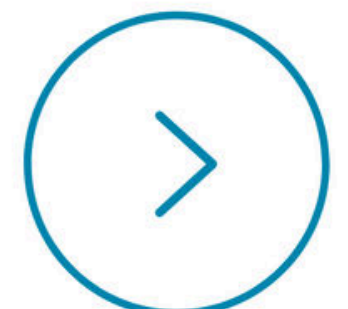
A FAQ VIENT PRÉCISER PLUSIEURS EXCEPTIONS:



Premièrement, les nouveaux produits ne sont pas concernés s'ils ne peuvent pas être comparés avec un produit antérieur. L'administration précise à juste titre que c'est le fournisseur qui est le plus à même de déterminer si le produit est différent de l'ancien ou non.



> **Attention : pour l'administration, la modification de l'emballage ne compte pas. En effet, selon elle pour que le produit soit considéré comme nouveau, il doit avoir subi une modification intrinsèque. Nous pouvons regretter que l'administration ne prenne pas en compte le contenant du produit (exemple remplacement d'un emballage plastique par un emballage carton) d'autant plus que cet enjeu est devenu crucial. A notre sens, le contenant comme le contenu auraient dû être pris en compte dans la définition des « nouveaux produits ».**

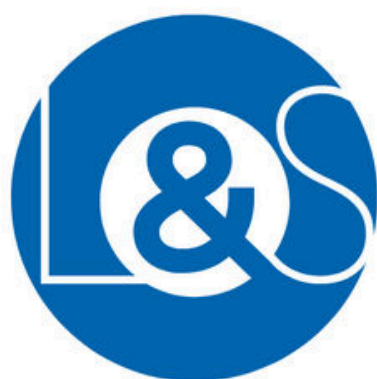


LA FAQ VIENT PRÉCISER PLUSIEURS EXCEPTIONS :

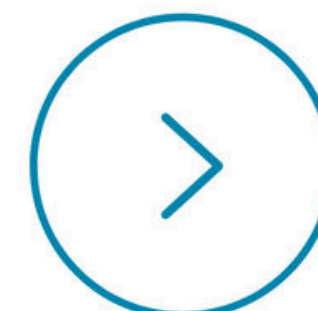


Deuxièmement, si le consommateur n'est pas susceptible d'être trompé (si le nouveau format est suffisamment différent du précédent pour exclure toute confusion) ou s'il n'existe aucune comparaison possible avec un produit antérieur, le produit est exclu.

> **Par exemple : une bouteille d'eau d'un litre remplacée par une bouteille de 50 centilitres.**



ENSEMBLE FAISONS DU DROIT
UNE OPPORTUNITÉ

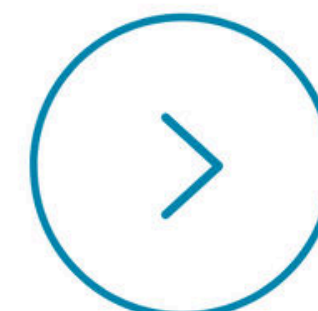


LA FAQ VIENT PRÉCISER PLUSIEURS EXCEPTIONS :



Troisièmement, le e-commerce. La FAQ ne fait que rappeler cette exclusion liée, selon les auteurs de cette réglementation, à l'impossibilité de comprendre le e-commerce faute d'être contraire au droit communautaire.

- > **Cette exception aurait dû conduire selon nous à ne pas adopter une telle réglementation et à continuer à appliquer la réglementation générale sur les pratiques commerciales déloyales qui s'applique aussi bien au commerce physique qu'à l'e-commerce.**

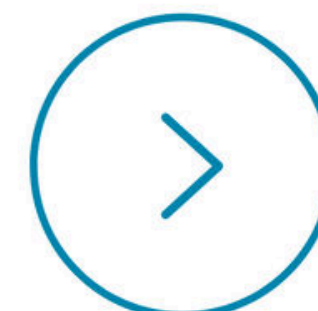




L'équipe Distribution-Consommation de Loi & Stratégies est à votre disposition pour vous accompagner sur les questions relatives à ces nouvelles dispositions !



**ENSEMBLE FAISONS DU DROIT
UNE OPPORTUNITÉ**



M E R C I P O U R V O T R E A T T E N T I O N !



Loi & Stratégies
NICOLAS GENTY - AVOCATS

15, rue du Louvre - 75 001 Paris
31, rue Faidherbe - 59 000 Lille
E-mail : welcome@loietstrategies.com
www.loietstrategies.com