



PRIX

Les prix sont librement déterminés par les professionnels.

L'information sur le prix d'un produit ou d'un service est donc primordiale pour le consommateur qui doit pouvoir choisir en toute connaissance de cause et faire jouer la concurrence.

L'information sur les prix est obligatoire

Depuis le 1er janvier 1987, tous les prix sont libres, à quelques exceptions près, lorsque la concurrence est inexistante ou insuffisante : certains transports publics, taxis, tarifs réglementés du gaz et de l'électricité, cas particulier des livres, etc.

Le principe

Les prix des produits ou services disponibles à la vente, ainsi que les conditions particulières de la vente et de l'exécution des services, doivent être lisibles et compréhensibles, donc visibles, exprimés en euros et toutes taxes comprises.

L'information sur les prix est obligatoire quelles que soient les formes de vente : en magasin, à distance (correspondance, téléachat, internet), hors établissement commercial (à domicile, dans les lieux inhabituels de vente, etc.).

Le professionnel a l'**obligation d'informer le consommateur avant la conclusion du contrat de vente** : Il doit être en mesure de connaître le prix qu'il aura à payer sans être obligé de le demander. Le professionnel peut procéder par voie de marquage, étiquetage, affichage ou par tout autre procédé approprié. Le prix affiché doit être lisible soit de l'extérieur, soit de l'intérieur, selon le lieu où sont exposés les produits.

Le professionnel doit également informer le consommateur de tous les **frais supplémentaires** au prix principal et connus à l'avance : frais de dossier, frais de transport, frais d'affranchissement, ou tous autres frais contractuels. Si ces frais supplémentaires ne peuvent être calculés à l'avance, le professionnel doit néanmoins informer le consommateur de leur existence et leur exigibilité.

Lorsque le prix annoncé ne comprend pas un élément ou une prestation de services indispensables à l'emploi ou à la finalité du produit ou du service proposés, cette particularité doit également être proposée explicitement.

Lorsque le prix principal ne peut être calculé à l'avance (nature du bien, du service, etc.) le professionnel doit fournir le mode de calcul et les potentiels frais supplémentaires (transport, livraison, affranchissement, etc.). Lorsque ces frais ne peuvent être calculés à l'avance, le consommateur doit être informé de leur potentielle exigibilité.

Pour les contrats à durée indéterminée ou les contrats assortis d'un abonnement, le prix total doit inclure les frais exposés pour chaque période de facturation.

Lorsqu'un tarif fixe est facturé, celui-ci doit comprendre le total des coûts mensuel. S'il ne peut être calculé à l'avance, son mode de calcul est communiqué au consommateur.

Dans le cas de vente à distance ou hors établissement commercial, si le professionnel n'a pas informé le consommateur des frais supplémentaires au prix principal annoncé (frais de livraison, frais de dossiers, taxes, etc., et autres frais), le consommateur n'est pas tenu au paiement de ces frais.

Options supplémentaires : le professionnel doit s'assurer que le consommateur consente expressément au paiement d'options supplémentaires proposées en plus du contrat principal. Le consentement du consommateur ne peut résulter d'une simple acceptation par défaut (acceptation d'une case déjà pré cochée sur internet, par exemple).

Si le consommateur n'a pas expressément consenti au paiement d'options payantes, il peut en obtenir le remboursement.

Pour les produits

Le prix peut être indiqué sur le produit lui-même au moyen d'une étiquette ou sur un écriteau placé à proximité directe du ou des produits de façon qu'il n'existe aucune incertitude quant à celui auquel il se rapporte.

Il n'y a pas de dérogation pour les produits d'occasion.

Affichage d'un double prix : le prix de vente et le prix d'usage

A partir du 1^{er} janvier 2015 et pendant trois ans, il sera possible pour les professionnels d'afficher le prix d'usage, en plus du prix de vente, de certains produits. Le prix d'usage désigne la valeur marchande associée à l'usage du service rendu par un bien meuble, et non à la propriété de ce bien.

Il s'agira d'une faculté et non d'une obligation pour le professionnel. Cette expérimentation aura pour fin d'évaluer les perspectives de l'économie de fonctionnalité.

Les produits préemballés

En plus du prix de vente, le consommateur doit être informé du prix à l'unité de mesure (prix au kilogramme, au litre) accompagné de l'unité de mesure. C'est le cas pour la majorité des produits alimentaires et certains produits d'hygiène et d'entretien.

Toutefois, certains produits préemballés sont, pour des raisons techniques, dispensés de cet affichage, comme des sachets de plantes aromatiques de moins de 30 g, certains sucres, confitures de moins de 50 g, certains fromages vendus à la pièce, etc.

Pour les prestations de services

La liste des prestations proposées et leurs prix doivent être affichés au lieu d'accueil de la clientèle.

Toutes les prestations payantes doivent être mentionnées. Par exemple, si l'établissement d'un devis est payant, le prix doit être affiché ; il en est de même pour les tarifs de livraison.

L'affichage de la liste des prestations doit figurer sur un document unique et indiquer de façon détaillée le prix de chacune des prestations.

Les prix doivent être lisibles de l'endroit où la clientèle est habituellement reçue, mais aussi exposés à la vue du public.

Les manquements aux obligations d'information sur les prix sont passibles d'une amende administrative.

Mais l'utilisation d'allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur le consommateur sur le prix, peut constituer une pratique commerciale trompeuse (voir fiche).

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer à la réglementation applicable.

Textes applicables

- Code de la consommation – articles L.112-1 et L.112-2 à L.112-4
- - articles L.221-5 à L.221-7
- Arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix
- Circulaire ministérielle d'application du 19 juillet 1988

- Arrêté du 16 novembre 1999 relatif à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer à la réglementation applicable.

Pour tout renseignement complémentaire, reportez-vous aux textes applicables ou rapprochez-vous de la direction départementale de la protection des populations (DDPP) ou de la direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations (DDCSPP) de votre département.

Actualisée en décembre 2016