



**PRÉFET  
DES HAUTS-DE-SEINE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Direction Départementale de la  
Protection des Populations**

## L'INFORMATION SUR LES PRIX

Les prix sont librement déterminés par les professionnels. L'information sur le prix d'un produit ou d'un service est obligatoire et primordiale pour le consommateur qui doit pouvoir choisir en toute connaissance de cause et sans avoir à le demander.



## 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. Les informations sur les prix et conditions de ventes sont définies aux **articles L112-1 à L112-9 du Code de la Consommation** et précisent :

**Article L112-1** : « *Tout vendeur de produit ou tout prestataire de services informe le consommateur, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, sur les prix et les conditions particulières de la vente et de l'exécution des services* »

Les prix doivent donc être visibles et compréhensibles, **exprimés en euros et toutes taxes comprises**.

**Article L112-2** : « *Les dispositions de l'article L. 112-1 s'appliquent à toutes les activités de production, de distribution et de services, y compris celles qui sont le fait de personnes publiques, notamment dans le cadre de conventions de délégation de service public ainsi qu'aux prestations mentionnées au titre IV bis du livre IV du code de commerce.* »

**Article L112-3** : « *Lorsque le prix ne peut être raisonnablement calculé à l'avance du fait de la nature du bien ou du service, le professionnel fournit le mode de calcul du prix et, s'il y a lieu, tous les frais supplémentaires de transport, de livraison ou d'affranchissement et tous les autres frais éventuels.*

*Lorsque les frais supplémentaires ne peuvent raisonnablement être calculés à l'avance, le professionnel mentionne qu'ils peuvent être exigibles.* »

**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 de leur exigibilité.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site de la DGCCRF : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf>

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 indiquée explicitement.

**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.**

## CONCERNANT 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.

### **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 les sachets de plantes aromatiques de moins de 30 g, certains sucres, confitures de moins de 50 g, certains fromages vendus à la pièce, etc.

## CONCERNANT LES PRESTATIONS DE SERVICES

---

La liste des prestations proposées et leur 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 : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Pratiques-commerciales-trompeuses> ).**

**Les éléments ci-dessus sont donnés uniquement à titre d'information et ne sauraient se substituer à la réglementation applicable.**

Les textes cités dans le courrier et dans le rapport sont consultables sur les sites internet :  
<http://www.legifrance.gouv.fr/> <http://eur-lex.europa.eu/fr/index.htm>.