



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Paris, le 16 décembre 2015

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Rabais promotionnels mirifiques sur Internet

L'UFC-Que Choisir révèle l'ampleur des promesses non tenues

Alors que près d'un Français sur deux réalisera une partie de ses achats de Noël sur Internet¹, l'UFC-Que Choisir publie aujourd'hui une étude accablante sur les rabais promotionnels en ligne démontrant que les promesses de baisses ne sont généralement pas tenues. Sur la base de ces résultats, l'Association recommande aux consommateurs de ne pas tenir compte de ces rabais lors de leurs achats, mais seulement du prix final par rapport aux concurrents et demande pour rétablir la loyauté de l'information un affichage obligatoire de la justification des prix de référence.

Neuf mois après l'abrogation de la réglementation française encadrant les rabais promotionnels, l'UFC-Que Choisir a analysé pas moins de 966 promotions, soit la totalité des rabais promotionnels de 10 sites de commerce sur Internet (Auchan, Boulanger, But, Carrefour, Conforama, Connexion, Fnac, Mistergooddeal, Topachat et Webdistr), pour trois familles du gros électroménager : lave-linge, réfrigérateurs et téléviseurs.

- **0 % des sites étudiés indique la justification des prix barrés sur les pages des promotions !**
Le nouveau vide réglementaire laisse désormais aux commerçants une totale liberté dans le calcul des rabais qu'ils affichent et de ce fait justifierait que ce mode de calcul soit indiqué directement en relation avec chaque produit en promotion. Or, sur les pages des promotions que nous avons analysées, aucun des sites ne donne d'indication sur la justification du prix de référence (généralement affiché sous la forme d'un prix barré) alors même que cette information est essentielle, puisque c'est le prix qui est utilisé pour séduire le consommateur avec un montant alléchant de remise.
- **Calcul des rabais : le grand bazar des prix de référence.** Face à cette opacité des professionnels, nous avons cherché à établir les justifications possibles de ces prix barrés. Sur la base de nos calculs, il apparaît que les prix de références choisis par les professionnels ne sont réellement justifiés² que dans moins d'un cas sur 5 ! Pour plus d'un tiers des promotions, les professionnels n'ont pas hésité à prendre le prix le plus élevé observé chez les concurrents au cours des 6 derniers mois, ce qui a évidemment pour effet de gonfler artificiellement le montant du rabais. Enfin, dans 41 % des cas, aucune justification logique ne semble pouvoir être attribuée aux prix barrés !
- **Les rabais affichés surestiment d'au moins 14 points les baisses réellement consenties !**
Alors que les sites affichent des rabais très substantiels (- 18,6 % en moyenne pour les téléviseurs, - 25 % pour les réfrigérateurs et - 23,3 % pour les lave-linges), les baisses que nous avons calculées sur la base des prix pratiqués sur les 4 mois précédents sont en fait bien plus modestes : - 4,8 % en moyenne pour les téléviseurs, - 2,4 % pour les réfrigérateurs et seulement - 0,9 % pour les

¹ Source : Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance, novembre 2015.

² Selon le cas : moyenne des prix relevés sur le site au cours des 4 derniers mois ou moyenne des prix des sites concurrents.



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Paris, le 16 décembre 2015

lave-linges, ce qui représente selon les familles de produits, entre 14 et 22 points de moins que les rabais affichés !

- **Les rabais les plus élevés ne garantissent pas forcément les prix les plus bas !** Au regard des rabais annoncés, bon nombre de consommateurs croient pouvoir attendre des promotions un niveau de prix réel très avantageux, significativement plus bas que les prix pratiqués par les concurrents. Mais les gains potentiels par rapport aux sites concurrents restent en fait très mesurés : -8 % en moyenne pour les lave-linges, - 7 % pour les réfrigérateurs et seulement -4 % sur les téléviseurs !

Au vu de la généralisation de ces pratiques inacceptables mais malheureusement légales, l'UFC-Que Choisir :

- **Demande aux autorités françaises de rendre obligatoire l'affichage de la justification du prix de référence à proximité immédiate de celui-ci.**
- **Recommande aux consommateurs de ne pas se laisser influencer au moment de leurs achats par ces rabais mirifiques trop souvent sans lien avec la réalité, mais au contraire de réaliser leur choix en comparant les sites sur la base du prix de vente intégrant tous les frais (transports, livraison ...), ainsi que la qualité des services du commerçant.**