



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 09 juillet 2025

Prix barrés sur les sites d'e-commerce : Près de 9 sur 10 sont des fausses promotions

Deux ans après sa première alerte, l'UFC-Que Choisir, sur la base d'une nouvelle analyse exclusive d'offres d'e-commerce¹, s'indigne de la persistance des pratiques inadmissibles de nombreux commerçants en ligne² qui, à travers les prix dits « de comparaison », abusent de la confiance des consommateurs en multipliant les fausses promotions. Face à l'inaction des autorités depuis notre première alerte, l'association presse la Commission européenne de mettre un coup d'arrêt à ces stratégies marketing en interdisant toute autre forme de prix de référence que celle prévue par la Directive « Modernisation » / « Omnibus » (réduction de prix).

85 % des prix barrés induisent les consommateurs en erreur

La directive européenne « Modernisation » (dite aussi directive « Omnibus »), en vigueur depuis trois ans, impose que toute réduction de prix affichée se base sur le prix le plus bas pratiqué par le vendeur au cours des 30 jours précédant la promotion. Une règle qui n'est pas toujours respectée, comme l'illustre l'amende de 40 millions d'euros infligée par la DGCCRF à Shein la semaine dernière. Mais surtout, l'UFC-Que Choisir a analysé près de 1 000 annonces comportant un prix barré, issues de six sites majeurs d'e-commerce. Il en ressort que seuls 15 % des prix barrés sont de réelles réductions c'est-à-dire calculées sur le prix le plus bas pratiqué dans les 30 derniers jours. Dans 85 % des cas, les vendeurs ont encore et toujours recours à des prix dits « de comparaison », présentés sous divers intitulés tels que « Prix de vente conseillé », « À l'origine », « Ancien prix », « Prix moyen sur la marketplace » ou encore « Prix renseigné par le vendeur ». Ces dénominations, aussi variées qu'obscur, sèment la confusion et n'éclairent pas du tout le consommateur.

Les prix « de comparaison », la confusion comme outil de vente

En effet, ces prix « de comparaison » sont non seulement omniprésents, mais également difficiles à comprendre et à vérifier. Certains vendeurs ne fournissent tout simplement aucune explication quant à la nature du prix barré affiché. D'autres enfouissent leurs définitions dans leurs conditions générales de vente. Et lorsqu'une explication est accessible, elle repose

¹ L'association a analysé les pratiques des six vendeurs suivants : Amazon, ASOS, Cdiscount, Shein, Temu, Zalando. Les relevés sur 933 annonces ont été effectués entre février et avril 2025.

² Prix de référence trompeurs : Des fausses bonnes idées à tout prix, UFC-Que Choisir, 2023.

Contact presse :

Candice Tchoumjeu
ctchoumjeu@quechoisir.org
07.87.19.05.16

souvent sur des données internes au vendeur, non vérifiables par les consommateurs. Cette opacité est encore renforcée par la pratique courante de présenter ces prix de comparaison dans le même format visuel que de véritables promotions. Ainsi, tous les prix barrés, quel que soit leur type, sont affichés de manière uniformisée (même taille, même couleur, même police), ce qui rend encore plus difficile pour les consommateurs la différenciation avec une véritable réduction de prix.

Plus la remise semble spectaculaire, plus son calcul est manipulé

Cette distinction est pourtant essentielle, car les prix de comparaison sont en réalité nettement moins pertinents pour les consommateurs que les véritables réductions de prix. Alors qu'une réduction de prix souligne que le prix réel a effectivement baissé, un prix « de comparaison » peut être manipulé librement par le vendeur pour afficher une remise supposée aussi élevée que virtuelle. En effet, contrairement aux réductions encadrées par la règle des 30 jours, le mode de calcul des prix de comparaison n'est pas défini par la loi, mais laissé à la discrétion du commerçant. Résultat : plus le prix barré est opaque ou arbitraire, plus la prétendue réduction affichée est importante. L'analyse de l'UFC-Que Choisir démontre que pour les véritables promotions conformes à la réglementation, la réduction moyenne est de 11 %, alors qu'elle atteint le niveau improbable de 31 % pour les prix « de comparaison ». Ce constat met en lumière que ces derniers ne sont qu'un artifice pour pousser les consommateurs à l'achat en leur faisant miroiter de belles affaires.

Déterminée à mettre un terme à ces pratiques trompeuses, dont l'ampleur reste bien trop considérable, l'UFC-Que Choisir saisit la Commission européenne afin de l'alerter sur les dérives persistantes de certains professionnels. L'association lui demande d'agir, dans le cadre du futur règlement sur l'équité en ligne (Digital Fairness Act) que l'exécutif prévoit de présenter en 2026, en interdisant strictement tout système de prix de référence autre que celui prévu par la directive « Modernisation » / « Omnibus ».

Contact presse :

Candice Tchoumjeu
ctchoumjeu@quechoisir.org
07.87.19.05.16

