La Kanzlei

Neue Verbraucherinformationen bezüglich "Shrinkflation" in Frankreich

Wettbewerbsrecht

Dr. Christophe Kühl

Ab dem 1. Juli 2024 tritt in Frankreich eine wichtige rechtliche Änderung in Kraft, die Unternehmen des Einzelhandels betrifft. Durch einen am 6. April 2024 veröffentlichten Erlass wird es für diese Unternehmen verpflichtend, Verbraucher speziell über die Praxis der Shrinkflation zu informieren.

> Shrinkflation bezeichnet das Phänomen, dass Produkte bei gleichbleibendem oder nur leicht steigendem Preis in der Menge reduziert werden, was effektiv eine Preiserhöhung pro Einheit darstellt.

1. Rechtlicher Rahmen

Der Erlass vom 16. April 2024 basiert auf Artikel L. 410-2 des französischen Handelsgesetzbuches (Code de commerce), der die Preisfreiheit garantiert, solange sie transparent gehandhabt wird. Die Informationspflicht für Verbraucher wird im Artikel L. 441-4 des Handelsgesetzbuches genauer definiert, welcher sich auf Konsumgüter bezieht, die regelmäßig verbraucht werden und deren Liste per Dekret festgelegt ist.

2. Anwendungsbereich und Ausnahmen

Die Verordnung gilt für mittlere und große Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von über 400 m^2. Kleinere Läden, Online-Handel und Hersteller sind von dieser Regelung ausgenommen. Letztere können nur auf europäischer Ebene durch eine Anpassung der

Verbraucherinformationsverordnung (EU-Verordnung Nr. 1169/2011) reguliert werden.

3. Informationspflicht

Die Unternehmen müssen sichtbar und lesbar auf der Verpackung oder einem nahegelegenen Etikett angeben, wie sich die Menge des Produkts geändert hat und wie sich der Preis pro Maßeinheit entsprechend erhöht hat. Diese Angabe muss in der gleichen Schriftgröße wie der Einheitspreis des Produkts erfolgen.

4. Zeitliche Begrenzung und Sanktionen

Die Informationspflicht ist auf zwei Monate nach Markteinführung des veränderten Produkts begrenzt. Zuwiderhandlungen gegen die Informationspflicht können mit einer Geldbuße von bis zu 15.000 Euro für juristische Personen geahndet werden. Dies ergibt sich aus Artikel L. 131-5 des Verbraucherschutzgesetzes (Code de la consommation).

Praxistipp

Für Unternehmen im Einzelhandel in Frankreich bedeutet diese Reform, dass sie ihre Informationspolitik anpassen müssen, um den neuen rechtlichen Anforderungen gerecht zu werden. Gleichzeitig bietet diese Änderung eine Gelegenheit, das Vertrauen der Verbraucher durch erhöhte Transparenz zu stärken.

2024-05-14

Qivive
Rechtsanwalts GmbH

qivive.com

Köln[D]
Konrad-Adenauer-Ufer 71
D – 50668 Köln
T + 49 (0) 221 139 96 96 - 0
F + 49 (0) 221 139 96 96 - 69
koeln@qivive.com

Paris[F]
50 avenue Marceau
F – 75008 Paris
T + 33 (0) 1 81 51 65 58
F + 33 (0) 1 81 51 65 59
paris@qivive.com

Lyon[F]
10 –12 boulevard Vivier Merle
F – 69003 Lyon
T + 33 (0) 4 27 46 51 50
F + 33 (0) 4 27 46 51 51
lyon@qivive.com