

LES PROMOTIONS

Les commerçants qui organisent ou participent aux manifestations commerciales organisées par leurs Associations proposent généralement, à cette occasion, à leur clientèle, des promotions sous forme de rabais, remises ou ristournes.

- L'ANNONCE DE REDUCTION DE PRIX -

Elle doit, dans tous les cas, répondre aux exigences suivantes :

- **La vente promotionnelle est licite sous réserve qu'elle ne revête pas un caractère déloyal, à savoir trompeur ou agressif :**

Article L121-1 du Code de la Consommation

Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

Le caractère déloyal d'une pratique commerciale visant une catégorie particulière de consommateurs ou un groupe de consommateurs vulnérables en raison d'une infirmité mentale ou physique, de leur âge ou de leur crédulité s'apprécie au regard de la capacité moyenne de discernement de la catégorie ou du groupe.

Constituent, en particulier, des pratiques commerciales déloyales les pratiques commerciales trompeuses définies aux articles L. 121-2 à L. 121-4 et les pratiques commerciales agressives définies aux articles L. 121-6 et L. 121-7.

⇒ Depuis la Loi n°2020-105 du 11 février 2020, relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, il est désormais interdit, au titre des pratiques commerciales trompeuses, qu'une publicité donne l'impression à un consommateur, par des opérations de promotion coordonnées à l'échelle nationale, de bénéficier d'une réduction de prix identique aux ventes en soldes, et ceci, en dehors de la période légale des soldes.

- **Les produits ou les services concernés sont disponibles à la vente durant toute la période de rabais**

Le commerçant doit satisfaire toutes les demandes exprimées pendant la période d'offre, même s'il doit, pour cela, procéder à des réapprovisionnements.

- **Le professionnel ne peut réaliser une annonce de réduction de prix que sur un bien qu'il a précédemment proposé à la vente.**

- **Le prix antérieur (remplace la notion de prix de référence) est indiqué par le commerçant qui doit en justifier la réalité et la loyauté en cas de contrôle.**

Depuis le 28 mai 2022, toute annonce de réduction de prix, quel que soit le canal de diffusion, doit faire apparaître, outre le prix réduit, le « prix antérieur ». Il s'agit du prix le plus bas pratiqué par le professionnel, à l'égard de la clientèle courante, au cours des derniers 30 jours précédant l'application de la réduction de prix.

Le décompte des 30 jours comprend tous les jours y compris les week-ends et les jours fériés.

Toutefois, en cas de réductions de prix successives pendant une période déterminée, le prix « antérieur » est celui pratiqué avant l'application de la première réduction de prix.

- ***Toute réduction de prix portant sur des articles promus ne doit pas entraîner une revente à perte, c'est-à-dire une revente à un prix inférieur à leurs prix d'achat.***

- PUBLICITES DE LA REDUCTION DE PRIX –

Sont concernées les offres commerciales au consommateur réalisées en magasin, sur un site internet, dans un catalogue ou sur une plateforme en ligne.

- ***La période d'offre de réduction de prix doit être mentionnée :***

L'annonceur peut toutefois substituer à l'indication de la période la date de début de l'opération, accompagnée des quantités offertes en début de promotion, ou de la mention « jusqu'à épuisement des stocks ». Dans ce cas, la publicité doit cesser lorsque les stocks sont épuisés.

- ***Les produits ou les services concernés doivent être clairement définis :***

Exemple : rabais de 20 % sur les jupes.

- ***L'importance du rabais, soit en valeur absolue, soit en pourcentage, doit être clairement indiquée :***

Exemple : rabais de 10 % sur les chaussures ; réduction de 15,24 € sur les manteaux.

- ***La publicité des prix réduits sur le lieu de vente, ou sur le site marchand doit répondre aux conditions ci-après :***

- ***Soit un double marquage obligatoire :***

Il consiste à barrer le prix antérieur (précédemment défini) et indiquer à côté le prix net à la baisse.

- ***Soit un escompte de caisse :***

Lorsque la réduction porte sur des produits très identifiés, le commerçant peut se contenter de l'accorder, sous forme d'escompte de caisse. Les produits portant, seuls, le prix initial, l'escompte doit alors être annoncé clairement par des affiches très visibles.

- ***Les indications générales telles qu'indiquées ci-dessous sont généralement illicites :***

Elles ne seront régulières que s'il est démontré que les consommateurs ne sont pas induits en erreur par l'annonce d'avantages illusoire, ou beaucoup plus faibles, que ce que laissent entendre ces publicités chiffrées :

- *Annnonce de rabais général, sauf exception*, du type « 30 % sur tout le magasin, ou sur l'ensemble d'un rayon, sauf articles marqués d'un point rouge » :

Une telle publicité est à considérer comme régulière si l'enquête fait apparaître que les articles ne bénéficiant pas de réduction ont bien le caractère d'exception auquel s'attend légitimement le consommateur.

- PROMOTIONS SUR LES PRODUITS ALIMENTAIRES PERISSABLES -

L'article L 443-1 I alinéa 1er du Code de Commerce les règlemente.

Toute publicité à l'égard du consommateur, diffusée sur tout support ou visible à l'extérieur du lieu de vente, mentionnant une réduction de prix ou un prix promotionnel sur les produits alimentaires périssables, doit préciser la **nature** et l'**origine** (inscrite en caractère de taille égale à celle de l'indication du prix) des produits offerts et la **période** pendant laquelle est maintenue l'offre proposée par l'annonceur.

Depuis le 2 novembre 2018, les opérateurs de vente d'un produit alimentaire ne peuvent plus utiliser le terme « gratuit » comme outil marketing et promotionnel dans le cadre d'une relation commerciale.

D'autre part, lorsque de telles opérations sont susceptibles, par leur ampleur ou leur fréquence, de désorganiser les marchés, un arrêté interministériel, ou à défaut, préfectoral, peut fixer, pour les produits concernés, la périodicité et la durée de telles opérations.

Pour toutes précisions complémentaires :

Service Financement Prévention Transmission Juridique

☎ 05.61.33.65.00

Chambre de Commerce et d'Industrie Toulouse Haute-Garonne

2, rue d'Alsace-Lorraine – BP 10202

31002 TOULOUSE CEDEX 6