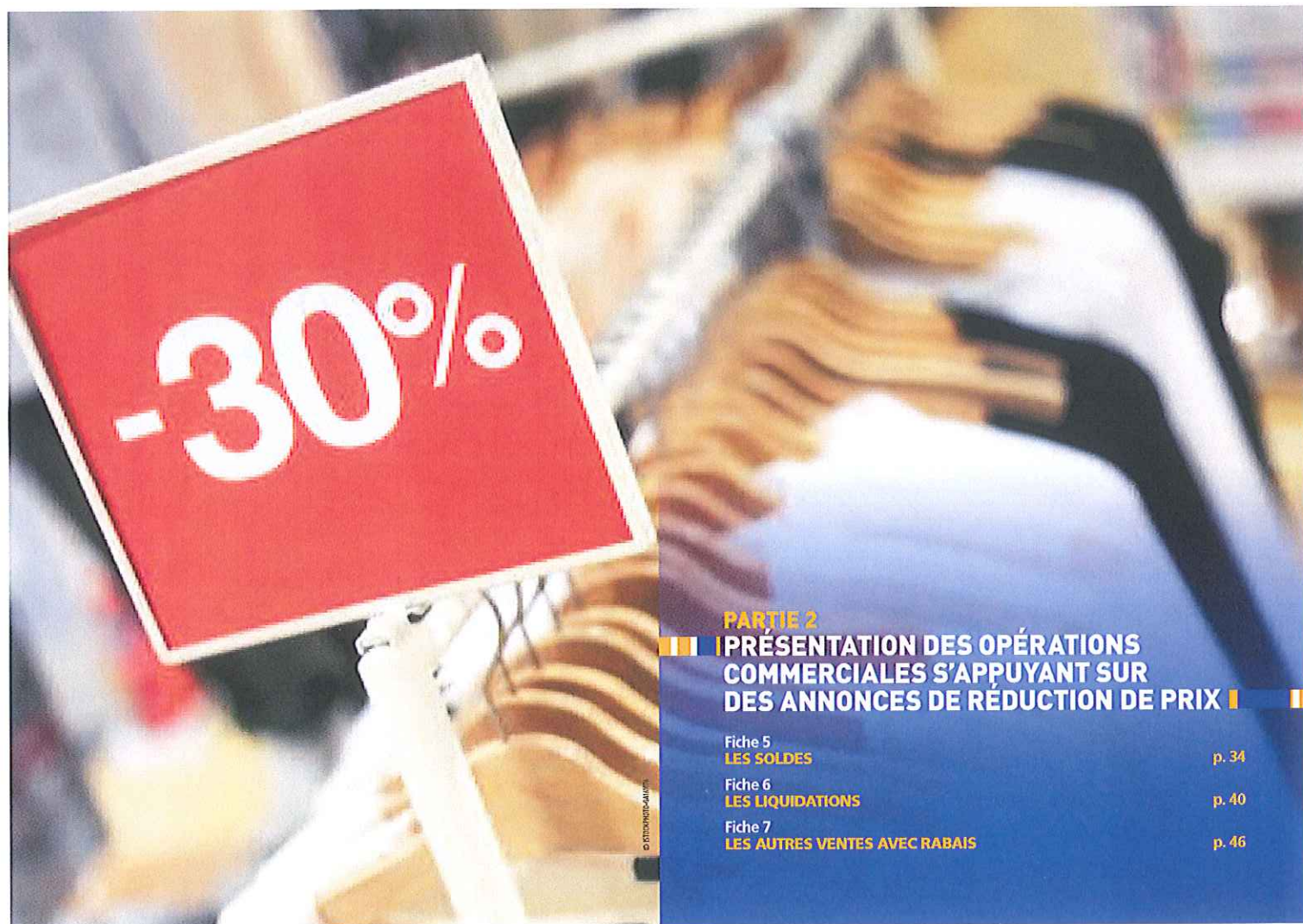




PARTIE 2

PRÉSENTATION DES OPÉRATIONS COMMERCIALES S'APPUYANT SUR DES ANNONCES DE RÉDUCTION DE PRIX

Fiche 5
LES SOLDES

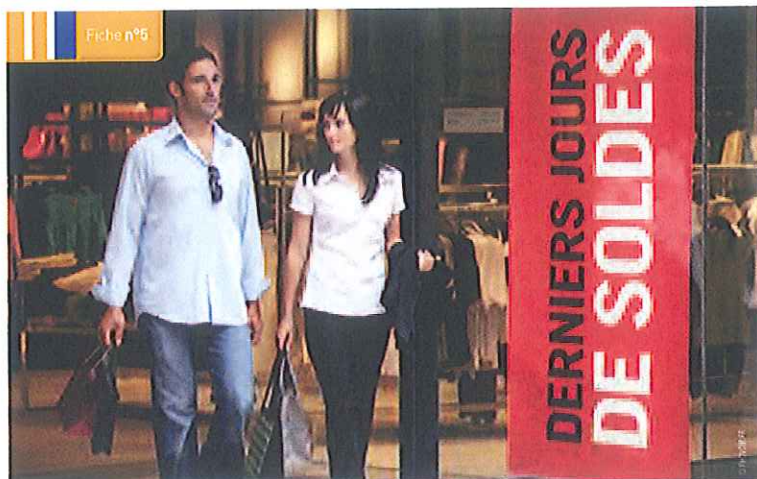
p. 34

Fiche 6
LES LIQUIDATIONS

p. 40

Fiche 7
LES AUTRES VENTES AVEC RABAIS

p. 46



FICHE 5 : LES SOLDES

TEXTES APPLICABLES

Articles [L. 310-3](#) (définition), [L. 310-5](#) (sanctions) et [L. 442-4](#) (revente à perte) du code de commerce

Articles [R. 310-15](#) à [R. 310-17](#) et [R. 310-19](#) (sanctions) du code de commerce et [L. 121-15](#) du code de la consommation (sanctions des pratiques commerciales trompeuses)

Articles [D. 310-15-2](#) et [D. 310-15-3](#) du code de commerce (dates des soldes)

[Arrêté du 31 décembre 2008](#) relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur

[Circulaire du 7 juillet 2009](#) concernant les conditions d'applications de l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur

I • DÉFINITION

Les soldes se caractérisent par **3 conditions cumulatives**. Ce sont des ventes :

- accompagnées ou précédées de publicité annonçant des réductions de prix,
- visant à écouler de manière accélérée des marchandises en stock,
- se déroulant durant l'une des périodes

légalles de soldes.

Si l'une des conditions n'est pas remplie, alors l'opération commerciale ne peut comporter le mot « soldes » dans sa dénomination. À défaut, le commerçant contrevenant est passible d'une **amende de 15 000 €** et de la **peine d'affichage** prévue à l'article 131-35

du Code pénal ([article L. 310-5 4° du code de commerce](#)).

Ainsi, un commerçant ne peut convier une partie de sa clientèle à des « soldes privés » si cette vente se déroule la veille du démarrage des soldes (ou avant). En revanche, il peut faire des « soldes privés » le premier jour des soldes, après 8 heures, avec des remises supplémentaires. Il peut aussi convier ses clients à une « vente privée » la veille des soldes¹².

dénaturation de l'économie) et ne sont plus passibles de sanctions pénales, sous réserve que le commerçant n'utilise pas le mot « soldes » ou l'un de ses dérivés.

II • PÉRIODES LÉGALES

Depuis le 1^{er} janvier 2009, il existe 2 types de périodes de soldes :

➤ **les soldes communs**, qui peuvent se dérouler durant 2 périodes d'une durée de 5 semaines chacune et dont les dates, à quelques exceptions près, sont les mêmes pour tous les commerçants français. Ce sont les soldes d'hiver et d'été.



À SAVOIR

Ne pas utiliser de formules du type « les soldes avant les soldes ! », « soldes privés », « faites les soldes avant les autres »... Sur les invitations et autres formes de publicité à l'intérieur ou à l'extérieur du point de vente pour des opérations commerciales organisées avant les soldes, y compris la veille ou le jour des soldes avant 8h.

En revanche, ne peuvent plus être requalifiées en soldes les ventes réalisées en dehors des périodes de soldes, qui sont accompagnées ou précédées de publicité annonçant des réductions de prix et qui ont pour objectif d'écouler de manière accélérée des marchandises en stock. **Ces opérations de déstockage sont autorisées depuis la LME** ([Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de mo-](#)



À SAVOIR

LES DATES DES SOLDES COMMUNS

Sauf dérogations :

➤ **les soldes d'hiver** débutent le 2^{ème} mercredi du mois de janvier à 8 heures du matin. Si le 2^{ème} mercredi intervient après le 12 janvier, les soldes commencent le 1^{er} mercredi du mois de janvier. Ils se terminent le mardi soir, 5 semaines après la date de début.

➤ **les soldes d'été** débutent le dernier mercredi de juin, à 8 heures du matin. Si le dernier mercredi intervient le 29 ou le 30 juin, les soldes commencent le mercredi précédent. Ils se terminent le mardi soir, 5 semaines

➤ après la date de début.

Pour la **vente à distance**, les dates des soldes sont alignées sur les dates nationales du commerce physique (article L. 310-3 du code de commerce).

➤ les **soldes complémentaires** – ou **flottants** – d'une durée maximale de 2 semaines, dont les dates sont fixées individuellement par chaque commerçant. Les 2 semaines peuvent être consécutives ou disjointes (2 fois une semaine). En revanche, on ne peut pas faire une période de 10 jours puis une de 5 jours.

Ces soldes complémentaires ne peuvent se dérouler dans le mois qui précède l'une des deux périodes de soldes communs. En revanche, ils peuvent se dérouler immédiatement après l'une des deux périodes de soldes communs. Les soldes flottants doivent faire l'objet d'une déclaration préalable auprès de la préfecture du département.



À SAVOIR LE FORMALISME DES SOLDÉS COMPLÉMENTAIRES

Le commerçant qui souhaite réaliser des soldes complémentaires doit adresser au préfet du département une déclaration préalable selon un modèle déterminé (arrêté du 8 janvier

2009 relatif à la déclaration préalable des périodes complémentaires de soldes).

Cette déclaration doit être envoyée au moins un mois avant la date prévue pour le début de la période de soldes déclarée, même si la période complémentaire succède immédiatement aux soldes communs. Le commerçant doit conserver l'avis de réception de sa déclaration préalable, car celui-ci peut lui être demandé par les services chargés du contrôle des ventes en périodes de soldes.

Il faut faire une déclaration préalable chaque année. En revanche, il est possible de faire une seule déclaration pour les 2 semaines de soldes flottants, même si ces 2 semaines ne sont pas consécutives. Il est possible de faire une télé-déclaration sur le site <http://telesoldes.dgcrf.bercy.gouv.fr/>.

La déclaration préalable est faite par établissement. Une enseigne à succursales peut faire une seule déclaration par préfecture départementale pour tous les établissements situés dans le département concerné dès lors qu'ils ont des dates de soldes communes¹⁴.

Un commerçant n'est pas obligé de faire des soldes. De même, il peut réaliser des soldes sur une période plus

courte, soit en commençant plus tard, soit en terminant plus tôt par rapport à la période légale. En tous cas, il doit retirer toute publicité relative aux soldes lorsque tous les produits soldés ont été vendus.

SANCTIONS

Toute publicité (invitation, prospectus, affiche...) relative aux soldes, même celle présente à l'intérieur du lieu de vente, doit préciser la date de début de l'opération. À défaut, le commerçant est passible d'une amende de 1 500 € (article R. 310-19 du code de commerce).

III • NATURE DES PRODUITS SOLDÉS

Les soldes ont pour objectif de procéder à un déstockage accéléré, ce qui induit un **stock prédéterminé et non renouvelable**.

La loi n'impose pas une localisation précise du stock. La disponibilité des produits s'apprécie au regard des stocks détenus par le commerçant dans l'ensemble de ses locaux, dans des lieux et conditions permettant de les remettre aux clients dans des délais adéquats eu égard à leur nature. Pour les commerçants appartenant à un réseau, le stock peut être présent dans les locaux des autres membres du réseau, l'essentiel

étant d'être capable d'assurer à bref délai, pour chaque magasin, la disponibilité des produits faisant l'objet d'une publicité.

Pour les soldes sur Internet, un « délai raisonnable » est accordé aux commerçants pour retirer des sites marchands les annonces concernant des produits qui ne sont plus disponibles. Pour éviter les faux soldes, la loi précise que **ne peuvent être vendus en soldes que des produits en stock, neufs ou d'occasion, proposés à la vente et payés depuis au moins un mois à la date de début de la période de soldes considérée** (article L. 310-3 du code de commerce).

En conséquence :

- il est interdit de faire fabriquer ou de commander des produits spécialement pour les soldes ;
- le stock des marchandises soldées ne peut être renouvelé pendant les soldes.
- il ne peut y avoir de soldes dans un commerce ouvert depuis moins d'un mois.

Le commerçant doit tenir à la disposition de tout agent habilité à opérer des contrôles, les documents justifiant que les marchandises soldées ont été proposées à la vente et payées depuis au moins un mois à la date de début des soldes.

➤ SANCTIONS

Le fait de vendre en soldes des produits détenus depuis moins d'un mois à la date de début des soldes est puni d'une amende de 15 000 € ([article L. 310-5-3° du code de commerce](#)).

Les soldes peuvent porter sur tout le magasin ou seulement une partie des marchandises. Dans ce cas, celles-ci doivent clairement être distinguées des marchandises non soldées. ➤ **Exemple :** les produits de la nouvelle collection sont disposés dans un espace réservé. Le fait d'annoncer dans les publicités « tout doit disparaître » alors que seule une partie des produits est soldée constitue une pratique commerciale trompeuse.



À SAVOIR LA GARANTIE DES PRODUITS SOLDÉS

➤ **Les limitations de garanties (vices cachés, défaut de conformité) sur les soldes sont illégales.** En effet, un article soldé bénéficie des mêmes garanties en matière de vices cachés et de service après-vente que tout autre article. Ainsi, si le produit présente un défaut, qui n'était pas visible lors de l'achat, le commerçant doit procéder à son échange, sa réparation, son remboursement ou alors proposer une réduction de prix.

S'il n'y a pas de vice caché, le commerçant est tenu d'appliquer toute disposition relative à l'échange ou au remboursement dont il fait la publicité (sous forme d'affichage dans le magasin ou sur les tickets de caisse ou sur tout autre support). À défaut, il peut être sanctionné au titre des pratiques commerciales déloyales.

➤ La pratique du « **ni repris ni échangé** » pendant les soldes est possible, dès lors que le consommateur en est clairement informé, via, par exemple, une affichette apposée à proximité de la caisse. Cette information ne fait pas obstacle à la mise en œuvre de la garantie légale contre les vices cachés et le défaut de conformité.

Pour les achats sur les sites électroniques marchands, le délai de rétractation de 7 jours dont bénéficie le consommateur s'applique pendant les soldes. Dès lors, le commerçant ne peut pas indiquer sur son site de commerce électronique que les produits soldés ne sont ni repris ni échangés.

Sauf si le professionnel l'accorde au consommateur, le droit de rétractation ne peut pas être exercé pour les contrats de fourniture :

- de services dont l'exécution a commencé, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de rétractation,
- de biens ou de services dont le prix



dépend des taux du marché financier, ➤ de biens confectionnés à la demande du consommateur ou nettement personnalisés (par exemple, ameublement sur mesure),

- de biens qui, par leur nature, ne peuvent être réexpédiés ou peuvent se détériorer ou se périmer rapidement (par exemple, produits alimentaires),
- de cassettes vidéo, CD, DVD ou de logiciels informatiques s'ils ont été ouverts par le consommateur,
- de journaux, de périodiques ou de magazines,
- de services de paris ou de loteries autorisés.

Par ailleurs, le droit de rétractation n'existe

pas pour les contrats qui portent sur :

- la fourniture de biens de consommation courante, au domicile ou sur le lieu de travail du consommateur par un vendeur faisant des tournées fréquentes et régulières (épicerie par exemple),
- des prestations de services d'hébergement, de transport, de restauration, de loisirs fournies à une date ou selon une périodicité déterminée (billet de train, de spectacle, voyage à forfait, location d'hôtel...).

Durant les soldes, le commerçant peut **revendre les produits soldés à un prix inférieur au seuil de revente à perte**, c'est-à-dire en dessous du prix d'achat effectif ([Cf. fiche 3 sur l'interdiction de la revente à perte](#)).



À RETENIR

- Les périodes de soldes sont encadrées par la loi.
- Les marchandises soldées doivent avoir été proposées à la vente depuis au moins un mois à la date de début des soldes.
- Les produits soldés peuvent être vendus à perte.

¹²³ Cf. [page de la DGCCRF sur les ventes privées et les soldes privés](#), janvier 2011. ¹²⁴ Cf. l'annexe de l'article D. 310-15-3 du code de commerce. ¹²⁵ Cf. <http://relesoldes.dgcr.fr/voir/couleur/anonyme/AideEtablissementsMulticlics.aspx>. ¹²⁶ Cette obligation ne s'applique pas en dehors des soldes. ¹²⁷ Les contrôleurs peuvent consulter tous les documents comptables, les factures, les bordereaux de livraison, les tickets de caisse, les moyens de paiement...



FICHE 6 : LES LIQUIDATIONS

TEXTES APPLICABLES

Article L. 310-1 (définition), L. 310-5 (sanctions) et L. 442-4 (revente à perte) du code de commerce
Articles R. 310-1 à R. 310-7 et R. 310-19 (sanctions) du code de commerce et L. 121-15 du code de la consommation (sanctions des pratiques commerciales trompeuses)

Arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réductions de prix à l'égard du consommateur
Circulaire du 7 juillet 2009 concernant les conditions d'applications de l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réductions de prix à l'égard du consommateur

Circulaire du 20 décembre 2005 sur les liquidations saisonnières collectives

I • DÉFINITION

Les liquidations se caractérisent par **3 conditions cumulatives**. Ce sont des ventes :

- accompagnées ou précédées de publicité annonçant des réductions de prix,
- visant à écouler de manière accélérée la totalité ou une partie des marchan-

disés d'un établissement commercial,
➤ justifiées par la décision du commerçant, quelle qu'en soit la cause, soit de cesser, suspendre (fin de saison) ou changer d'activité, soit de modifier substantiellement les conditions d'exploitation de son établissement.
Si l'une des conditions n'est pas remplie,

le régime des liquidations ne s'applique pas. ➤ **Exemple** : l'écoulement accéléré du stock avant cession du point de vente à un repreneur ne constitue pas une vente en liquidation si elle est ni précédée, ni accompagnée d'une publicité annonçant des réductions de prix et faisant référence à cette cession ou au changement de propriétaire.

Dans le cadre d'une liquidation, le commerçant peut revendre les produits inscrits à l'inventaire à un prix inférieur au seuil de revente à perte, c'est-à-dire en dessous du prix d'achat effectif (Cf. fiche 3 sur l'interdiction de la revente à perte).

II • QUELS SONT LES MOTIFS D'UNE LIQUIDATION ?

Pour être autorisée, la liquidation doit être motivée par l'une des quatre raisons suivantes :

➤ **la cessation d'activité** : il peut s'agir d'une fermeture définitive du point de vente ou d'un changement de propriétaire de l'établissement, celui-ci poursuivant l'activité du fonds de commerce qu'il a acquis.

Si le changement de propriétaire n'est que d'ordre juridique (ex. : transfert du fonds à une personne morale gérée ou administrée par le commerçant), ce changement ne peut suffire à motiver

une liquidation.

➤ **la suspension saisonnière** : le commerçant qui suspend son activité pendant au moins 5 mois peut organiser une liquidation. Pour les zones touristiques de montagne, la période de suspension d'activité permettant le recours à la liquidation peut être plus courte.

À SAVOIR LES LIQUIDATIONS COLLECTIVES SAISONNIÈRES

Dans un but de simplification, les commerçants exerçant leur activité dans les communes touristiques de montagne érigées en stations classées conformément à l'article L. 133-11 du code du tourisme pourront, avant la suspension d'activité de la station de sports d'hiver, organiser de manière collective leur vente en liquidation pour suspension saisonnière d'activité.

La date de début de l'opération devra être comprise entre le 15 mars et le 30 avril et la liquidation ne pourra excéder 15 jours.

La déclaration de liquidation saisonnière collective peut être faite par un organisme professionnel représentatif, une association de commerçants ou, à défaut, l'un d'entre eux. Elle est transmise au préfet du département, deux mois au moins

avant la date prévue de l'opération, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, ou remise. Elle précise les dates communes de début et de fin de l'opération. Elle doit aussi mentionner l'identité des vendeurs, leur nom commercial et l'adresse des établissements concernés par la demande. La déclaration comporte pour chaque établissement participant **un inventaire des marchandises à liquider définies seulement par leur dénomination**.

Pendant toute la durée de l'opération de liquidation, chaque établissement doit afficher sur son lieu de vente une copie du récépissé délivré par le préfet, accompagnée de la liste des établissements concernés. Tout commerçant situé dans une station classée peut participer à cette opération commerciale.

Cette opération collective ne peut être cumulée à une liquidation individuelle pendant la même saison.

► **le changement d'activité** : pour justifier une liquidation, il doit s'agir d'un changement conséquent, c'est-à-dire la suppression d'une activité significative entraînant des modifications de fonctionnement du point de vente.

► **une modification substantielle des conditions d'exploitation de l'établissement** : ces modifications



ne doivent pas permettre un usage normal du point de vente pendant quelques jours pour pouvoir justifier une liquidation. Un changement d'enseigne peut constituer une modification des conditions d'exploitation d'un magasin en raison de la notoriété attachée à l'enseigne du premier groupement. En cas de travaux, il est nécessaire de joindre à la déclaration préalable tous les devis afférents aux travaux projetés (ex. : devis d'architecte).

Si le motif à l'origine de la déclaration change au cours de l'opération de liquidation, le commerçant doit prévenir la préfecture.

Afin de justifier la réalisation de la

vente en liquidation, le commerçant doit impérativement joindre à la déclaration les pièces attestant de la perspective d'une cession du fonds de commerce, d'une suspension saisonnière, d'un changement d'activité ou d'une modification substantielle des conditions d'exploitation.

III • FORMALISME DES LIQUIDATIONS

1. UNE DÉCLARATION PRÉALABLE

Toute vente en liquidation est soumise à déclaration préalable au moyen du formulaire [Cerfa n°14809*01](#)¹⁷. Celle-ci doit être adressée par lettre recommandée avec accusé de réception ou par remise, au préfet du département où les opérations de vente sont prévues, **2 mois au moins avant** la date souhaitée pour le début de la vente.

Ce délai est réduit à 5 jours lorsque le motif invoqué à l'appui de la déclaration est consécutif à un **fait imprévisible** de nature à interrompre le fonctionnement de l'établissement (ex. : un incendie, une inondation). Attention : la vente du fonds de commerce n'est pas considérée comme un fait imprévisible.

La déclaration doit être **signée par le vendeur** lui-même ou par une personne ayant qualité pour le représenter. Le préfet délivre un **récépissé de**

déclaration de la vente en liquidation dans un **délai maximum de 15 jours** à compter de la réception du dossier complet de ladite déclaration. Si le dossier est incomplet, le préfet informe le déclarant dans les 7 jours, lequel disposera également de 7 jours pour apporter les pièces manquantes. Le préfet informe la chambre de commerce et d'industrie (CCI) de la vente ainsi déclarée.



À SAVOIR

La publicité doit préciser la date du récépissé de déclaration. Une copie du récépissé de déclaration doit par ailleurs être affichée sur les lieux de la vente pendant toute la durée de la liquidation et être lisible de la voie publique.

Pour la vente par correspondance, les informations mentionnées sur le récépissé de déclaration (identité du déclarant, nom, adresse, numéro unique d'identification de l'établissement commercial, motif, date de début et durée) doivent être portées à la connaissance des consommateurs.

Tant que le récépissé de déclaration n'est pas délivré par le préfet, le commerçant ne peut pas procéder à la vente en liquidation.

⁽¹⁷⁾ Téléchargeable au lien suivant : <http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/R22278.xhtml>

SANCTIONS

➤ Toute liquidation réalisée sans déclaration préalable est punie d'une amende de 15 000 € pour les personnes physiques et 75 000 € pour les personnes morales (article L. 310-5 du code de commerce).

➤ Toute liquidation réalisée sans affichage du récépissé de déclaration est punie d'une amende de 1 500 € (article R. 310-19 du code de commerce).

➤ De même, toute publicité portant sur une liquidation qui n'aurait pas fait l'objet d'une déclaration préalable auprès du préfet est interdite. Elle constitue une pratique commerciale trompeuse passible d'une amende de 37 500 € (article L. 121-15 du code de la consommation). Le

maximum de l'amende peut être porté à 50 % du montant des dépenses consacrées à la publicité illégale. De plus, le tribunal peut ordonner la cessation de la publicité interdite aux frais des personnes reconnues coupables des infractions définies aux alinéas qui précèdent.

Si la liquidation n'est pas intervenue dans les six mois qui suivent la déclaration, le déclarant est tenu d'en informer le préfet.

À SAVOIR

Penser à conserver tous les justificatifs des travaux réalisés, qui peuvent être demandés par l'administration en cas de contrôle *a posteriori*.



24

2. UN STOCK DE MARCHANDISES DÉLIMITÉ ET DISPONIBLE IMMÉDIATEMENT

La liquidation peut concerner la **totalité ou une partie des marchandises de l'établissement commercial**. Les marchandises concernées ne doivent **provenir que de l'établissement commercial du déclarant**. Les marchandises détenues dans les entrepôts situés hors de l'établissement en sont exclues.

Les marchandises peuvent être neuves ou d'occasion.

Les marchandises destinées à être vendues sont **listées dans l'inventaire**, qui doit être **annexé à la déclaration préalable**. Ce document indique la **dénomination précise** et la **quantité** des marchandises concernées. Il comporte également le **prix de vente** et le **prix d'achat moyen hors taxe**. Les produits dont le prix de vente est inférieur à 5 € peuvent être décrits par lots homogènes.

À SAVOIR

La publicité et la vente en liquidation ne peuvent porter que sur les produits inscrits à l'inventaire. La publicité doit mentionner la nature des marchandises sur lesquelles porte l'opération si celle-ci ne concerne pas la totalité des produits de l'établissement.

3. LE DÉROULEMENT DE LA VENTE

La **durée maximale** de la vente en liquidation est fixée à **2 mois**. Cette durée est réduite à 15 jours en cas de suspension saisonnière d'activité du déclarant.

La **liquidation peut être reportée** par le commerçant à une date ultérieure. Toutefois ce report obéit à des règles particulières :

➤ si le report est **inférieur à 2 mois**, le commerçant doit en **informer le préfet**, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, et afficher copie de cette lettre sur le lieu de vente aux côtés du récépissé de la déclaration.

➤ si le report est **supérieur à 2 mois**, le commerçant doit déposer une **nouvelle déclaration**.

À RETENIR

Les ventes en liquidation :

➤ sont motivées par une cessation d'activité, une suspension saisonnière d'activité, un changement d'activité ou une modification substantielle des conditions d'exploitation.

➤ doivent faire l'objet d'une déclaration préalable.

➤ portent sur des marchandises inventoriées.

Pendant la vente en liquidation, les produits peuvent être vendus à perte.

25

DESTOCKAGE D'HIVER

-20%

sur TOUT le magasin

I • LES PROMOTIONS

Les ventes promotionnelles ont pour objectif de **développer les ventes**. Elles peuvent porter sur tout le magasin ou seulement sur **des produits sélectionnés spécialement pour l'opération commerciale**. Les promotions peuvent être organisées à tout moment de l'année, y compris avant et pendant les soldes.

➤ Si le prix de référence utilisé est le prix le plus bas pratiqué durant les 30 derniers jours, il faut modifier l'étiquetage des produits si la promotion dure au-delà de 30 jours et qu'une nouvelle réduction de prix est consentie.

Il n'y a pas de définition légale des promotions puisque seules les ventes réglementées (soldes et liquidations) sont définies, mais le commerçant qui réalise des promotions doit respecter les obligations liées à l'affichage des réductions de prix, à savoir :

 À SAVOIR

➤ Attention au prix de référence pour les produits en promotion avant les soldes : si le prix de référence utilisé est le prix le plus bas pratiqué durant les 30 derniers jours, alors la réduction prévue pour les soldes devra s'appliquer sur le prix réduit pratiqué pendant la période de promotion. **Exemple** : 15 jours avant le début des soldes, un pantalon étiqueté 100 € est vendu avec une réduction de 15 %. Pendant les soldes, le prix de référence sera 85 € et le niveau de la réduction devra être calculé par référence à ce prix.

➤ Si le prix de référence utilisé est le prix conseillé par le fabricant, l'importateur ou la tête de réseau, il faut préciser dans toute publicité relative à la promotion que les réductions s'appliquent sur les prix conseillés.

➤ indiquer l'importance de la réduction soit en valeur absolue, **Exemple** : moins 30 € sur les poussettes, soit en pourcentage par rapport au prix de référence (le prix de référence n'a pas à être précisé sur la publicité) ;

➤ préciser la durée de l'opération commerciale ;

➤ signaler les produits et services ou catégories de produits ou services concernés ;

➤ veiller à la disponibilité des produits annoncés à prix réduits pendant toute la période de promotions. En cas de rupture de stock, le distributeur doit se réapprovisionner et tout faire pour fournir ultérieurement le produit au client qui le réclame ou alors lui proposer un produit équivalent au même prix. (Voir fiche 2 sur les annonces de réduction de prix).

FICHE 7 : LES AUTRES VENTES AVEC RABAIS

TEXTES APPLICABLES

Arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur
Circulaire du 7 juillet 2009 concernant les conditions d'applications de l'arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur

Articles L. 442-2 (définition et sanctions de la revente à perte), L. 442-3 (sanctions pour les personnes morales) et L. 442-4 (exceptions à l'interdiction de la revente à perte) du code de commerce

Articles L. 121-1 à L. 121-7 du code de la consommation (pratiques commerciales trompeuses)

Tout commerçant est libre de fixer les prix des marchandises et d'annoncer des réductions de prix, dès lors qu'il ne revend pas à perte (sauf cas autorisés) et ne pratique pas de prix d'appel (constitutif d'une pratique commerciale trompeuse, pénalement sanctionnée).

En dehors des soldes et des liqui-

dations, le commerçant peut donc annoncer librement des réductions de prix, soit temporairement pour dynamiser ses ventes (promotions) ou déstocker ses marchandises (destockages et fins de séries), soit de façon permanente pour ceux qui ont une activité axée sur le déstockage (magasins d'usine, centre de marques, sites de ventes privées...).

À SAVOIR

LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS EN PROMOTION

► Si la promotion porte sur plusieurs produits et qu'elle a fait l'objet d'une publicité à l'extérieur du point de vente (ex. : diffusion d'un prospectus), le commerçant doit supprimer toute référence aux annonces de réduction de prix relatives aux produits pour lesquels le stock est épuisé. Il faut indiquer à l'entrée du magasin ou en rayon, ou sur la page dédiée au produit pour les sites de vente en ligne, et par tout moyen visible pour les consommateurs, les produits dont le stock est épuisé.

► Les commandes des clients portant sur des produits ayant fait l'objet d'une publicité annonçant des réductions de prix doivent être portées sur un livre dédié.



II • LES DÉSTOCKAGES

Les déstockages sont une forme de promotion mais ils ont pour principal objectif **d'écouler de manière accélérée des marchandises en stock chez le commerçant**.

Jusqu'à la réforme opérée par la LME (Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie), tout commerçant pouvait réaliser des déstockages, et même vendre à perte certains produits, mais il ne pouvait faire aucune publicité annonçant des réductions de prix. En dehors des périodes de soldes, il ne pouvait donc pas faire de double affichage (prix de référence et prix réduit) en point de vente ou sur Internet. À défaut, l'opération de déstockage pouvait être qualifiée de soldes illégaux.

Depuis le 1^{er} janvier 2009, ces ventes peuvent faire l'objet de publicité annonçant des réductions de prix. En effet, du fait de la nouvelle définition des soldes, les ventes réalisées en dehors des périodes de soldes, qui sont accompagnées ou précédées de publicité annonçant des réductions de prix et qui ont pour objectif d'écouler de manière accélérée des marchandises en stock sont autorisées. [Voir fiche 2 sur les annonces de réduction de prix](#)

Les déstockages obéissent aux mêmes règles que les promotions concernant l'affichage des annonces



de réduction de prix. Toutefois, ces ventes ne sont pas soumises au réassortiment puisqu'elles visent à écouler de manière accélérée un stock de marchandises.

À SAVOIR

► Pour ne pas être obligé de garantir la disponibilité des produits pendant l'opération de déstockage, il faut préciser dans toute publicité la date de démarrage de l'opération et ajouter que celle-ci est réalisée dans la limite des stocks disponibles.

► Si le prix de référence utilisé est le prix conseillé par le fabricant, l'importateur ou la tête de réseau, il faut préciser dans toute publicité relative au déstockage que les

réductions s'appliquent sur les prix conseillés.

► Si le prix de référence utilisé est le prix le plus bas pratiqué durant les 30 derniers jours, il faut modifier l'étiquetage des produits si le déstockage dure au-delà de 30 jours et qu'une nouvelle réduction de prix est consentie.

L'opération de déstockage liée à des travaux ou à une cessation d'activité, accompagnée ou précédée d'une publicité annonçant les réductions de prix et faisant référence à ces travaux ou à la fermeture du point de vente constitue une liquidation. Elle doit alors faire l'objet d'une déclaration préalable auprès du préfet. ([Voir fiche 6 sur les liquidations](#))

Depuis la loi du 5 juillet 1996, les appellations « magasin d'usine » et « dépôt d'usine » ne peuvent être utilisées que par les producteurs vendant, directement au public, la partie de leur production non écoulee dans le circuit de distribution ou faisant l'objet de retour. Les produits proposés à la vente doivent exclusivement être issus des productions de la saison antérieure de commercialisation. Dès lors, les commerçants réalisant des déstockages ne répondant pas à ces conditions ne peuvent utiliser la dénomination « magasin d'usine ».