

Ma promotion est-elle légale, ou pas ?

Les règles en matière de promotion des prix sont à la fois diffuses et contraignantes. Les pièges à éviter, avec M^e Gaëlle Toussaint-David, avocate au cabinet Simon Associés.

Points de Vente – Quelle est la règle en matière de promotion sur les prix ?

Gaëlle Toussaint-David – La particularité de la promotion est qu'elle dépend d'une globalité de textes. Le Code de commerce, le Code de la consommation et tout ce qui concerne les pratiques commerciales trompeuses. Tant de textes se croisent qu'il est difficile de voir si une publicité est légale sans faire appel à un conseil juridique. Toutefois, un texte spécifique, qui vient d'être mis à jour, résout de nombreuses questions en donnant des exemples pratiques. Jusqu'ici, l'arrêté applicable pour la promotion des prix datait de 1977. Il a été refondu, notamment pour répondre aux problèmes posés par la vente en ligne. L'arrêté du 31 décembre 2008 "relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur" est complété par la circulaire d'application du 7 juillet 2009, qui explique à qui le texte s'applique, dans quelles conditions et quels types de publicités sont concernés.

Quelles sont les promotions touchées par ce nouvel arrêté ?

Il est plus simple de lister celles qui ne le sont pas ! De façon générale, le texte concerne les annonces chiffrées, par exemple -10% ou -15€, et pas les annonces purement littéraires (de type "offre spéciale"). Dans ce cas, la règle est plus souple mais, en cas de contrôle, il faut prouver que la baisse du prix est réelle. L'arrêté ne concerne pas non plus la publicité orale en magasin non écrite par ailleurs, ni la publicité comparative ou les ventes par lot. Elle exclut encore les pubs qui accordent un avantage tarifaire utilisable ultérieurement (bon d'achat ou crédit sur une carte de fidélité),

S

SIMON ASSOCIÉS

Simon Associés est un cabinet d'avocats d'affaires regroupant une quarantaine d'avocats et juristes à Paris, Lyon et Nantes, dont l'activité est principalement orientée vers les PME/PMI. Le cabinet est organisé autour de neuf pôles de compétences complémentaires (sociétés et finance, fiscal, entreprises en difficulté, franchise réseaux et distribution, pratiques contractuelles, contentieux médiation et arbitrage, immobilier, social, technologies d'information et de communication). simonassocies.com

ainsi que les opérations "+ x % gratuit". Dernière exclusion, la comparaison d'un prix actuel avec un prix futur. Ces cas demeurent couverts par les autres textes cités, notamment ceux relatifs aux pratiques commerciales trompeuses.

A quoi doit-on être attentif ?

En matière de promotion chiffrée, il y a une distinction entre publicité en point de vente et hors point de vente. Une des évolutions tient à la présence de dispositions concernant la vente en ligne. Ainsi, une promo sur le Net sera assimilée à l'une ou l'autre catégorie, selon qu'il s'agit d'un site marchand ou non. En magasins, il est impératif de faire appel au double étiquetage : prix réduit et prix de référence le plus bas effectivement pratiqué durant les 30 jours précédents. Il est donc important de conserver la preuve du prix le plus bas. Le texte permet également de réaliser plusieurs baisses durant un même mois, en gardant le prix de référence de départ.

Qu'en est-il hors point de vente ?

Il y a surtout des mentions obligatoires : l'importance de la réduction, en valeur absolue ou en pourcentage ; les produits concernés ; les modalités de la promo et sa durée. On peut fixer une date de début et une quantité disponible, celle-ci devant être suffisante pour que la promo ne soit pas considérée comme un prix d'appel. On peut mentionner une date et "jusqu'à épuisement du stock", ce qui était auparavant réservé aux soldes. Mais il est obligatoire de cesser toute pub au moment où le stock est épuisé, ce qui, en pratique, peut s'avérer difficile.

Quels sont les risques, en cas de violation de ces règles ?

Les infractions sont sanctionnées par une contravention de 5^e classe, soit une peine maximum de 1500 € pour une personne physique et 7500 € pour une personne morale. Les amendes pouvant être cumulées si plusieurs infractions sont constatées. ● **Propos recueillis par E. C.**

