

LES SOLDES : vente à perte autorisée, gros rabais potentiels

(Source : service public, Ministère en charge de l'économie)

Réglementation des soldes professionnels

Pour solder leurs produits invendus, les commerçants sont autorisés à pratiquer des soldes deux fois au cours d'une année civile, dont les dates sont fixées par la réglementation (soldes d'hiver et soldes d'été). La pratique des soldes est strictement encadrée et les commerçants doivent respecter de nombreuses contraintes, concernant notamment les périodes autorisées ou les produits soldés.

❖ Périodes de soldes

Chacune des deux périodes légales de soldes doit durer 6 semaines, avec des dérogations pour certaines zones touristiques ou frontalières.

Au niveau national, les soldes d'hiver débutent le 2^{ème} mercredi du mois de janvier à 8 heures du matin (ou le 1^{er} mercredi si le 2^{ème} est daté après le 12).

Les soldes d'été commencent le dernier mercredi du mois de juin à 8 heures du matin (ou l'avant-dernier si le dernier mercredi intervient après le 28).

Des dates dérogatoires sont appliquées aux départements frontaliers (Alpes-Maritimes, Corse, Meurthe-et-Moselle, Meuse, Moselle, Vosges, Pyrénées-Orientales) et les territoires d'outre-mer, sauf à Mayotte où les soldes ont lieu aux mêmes dates qu'en métropole.

Il n'y a pas de démarche particulière à effectuer pour procéder à des soldes dans les périodes réglementaires : ni autorisation, ni déclaration préalable.

À savoir : les dates de soldes du commerce en ligne ou vente à distance (sur les sites de e-commerce) sont alignées sur les dates nationales du commerce traditionnel et doivent débuter le même jour en ce qui concerne les soldes d'été et d'hiver, quel que soit le lieu du siège de l'entreprise.

❖ Conditions concernant les produits soldés

Les produits soldés doivent avoir été proposés à la vente et payés depuis au moins 1 mois avant le début des soldes. Il est interdit de procéder à un approvisionnement spécialement destiné aux soldes quelques jours avant la date de début de l'opération commerciale, sans que les produits aient été proposés à la vente au préalable.

Dans le magasin, la distinction entre les articles soldés et non soldés doit clairement apparaître aux yeux des consommateurs : étiquetage précis, localisation séparée dans le magasin, etc.

Le terme solde(s) reste interdit pour désigner toute activité, dénomination sociale, nom commercial ou enseigne qui ne se rapporte pas à une opération de soldes impliquant une réduction de prix, sous peine d'une amende de 15 000 € pour une personne physique ou de 75 000 € pour une personne morale.

En ce qui concerne les défauts de fabrication non apparents ou le service après-vente, les limitations de garanties sur les articles soldés sont interdites.

La mention « Pendant les soldes, ni repris, ni échangé » est abusive. En cas de vice caché, le vendeur est dans l'obligation de remplacer l'article ou de le rembourser. S'il n'y a pas de vice caché, le commerçant n'est pas tenu juridiquement de procéder à l'échange ou au remboursement, mais il peut le faire à titre commercial.

Le commerçant est tenu d'appliquer toute disposition relative à l'échange ou au remboursement dont il fait la publicité, soit sous forme d'affichage dans le magasin, soit mentionnée sur les tickets de caisse ou sur d'autres supports. Sinon, il est passible du délit de publicité trompeuse.

Attention : le fait de réaliser des soldes sur des marchandises détenues depuis moins d'un mois à la date de début de la période de soldes est passible d'une amende de 15 000 € pour une personne physique ou de 75 000 € pour une personne morale.

❖ Prix de référence

Le vendeur doit clairement signaler les rabais proposés par rapport à un prix de référence réel. Il est ainsi interdit d'augmenter le prix d'un produit avant la période des soldes, dans le but de faire croire à une offre promotionnelle plus importante qu'elle ne l'est réellement.

Le commerçant doit pouvoir justifier des prix de référence des produits soldés : soit le prix le plus bas effectivement pratiqué avant le début de la promotion, soit le prix conseillé par le fournisseur ou la tête de réseau...

Par ailleurs, il est interdit de ne pas pratiquer les réductions de prix affichées en vitrine, pratique qualifiée de publicité mensongère.

❖ Publicité sur les soldes

Sous peine d'une amende de 1 500 €, toute publicité relative à une opération de soldes doit mentionner :

- la date de début de l'opération,
- la nature des marchandises soldées, si la totalité des produits de l'établissement n'est pas concernée par le déstockage.

❖ **Promotions et ventes privées**

En dehors des périodes légales de soldes, les commerçants peuvent proposer tout au long de l'année des opérations promotionnelles avec une réduction de prix, qualifiées de promotions de déstockage ou de ventes privées, sur les marchandises pour lesquelles ils ne reconstituent pas de stocks, dès lors que le terme soldes n'est pas utilisé et qu'ils ne pratiquent pas de vente à perte.

Ces ventes s'adressent à une clientèle par définition restreinte (par exemple clientèle titulaire d'une carte de fidélité) et les promotions qui y sont pratiquées n'ont pas vocation à s'appliquer à l'intégralité de la clientèle.

Le fait de proposer juste avant les soldes une prétendue vente privée qui s'adresse en réalité à une très large clientèle est de nature à constituer une pratique déloyale.

