

# LA PUBLICITÉ DES VENTES À PRIX RÉDUITS

Les règles de publicité énoncées ci-dessous sont applicables aux annonces chiffrées, quelle que soit la cause de la réduction du prix (liquidation de stock, promotion ou soldes).

Elles viennent s'ajouter aux dispositions mentionnées dans les fiches pratiques relatives à chaque type de vente à prix réduit :

- voir « [Les liquidations de stock](#) » ;
- voir « [Les promotions](#) » ;
- voir « [Les soldes](#) ».

## I. CHAMP D'APPLICATION

Sont exclues de la présente réglementation :

- les annonces purement littéraires, c'est-à-dire non chiffrées (par exemple : « prix chocs », « prix sensationnels », « prix anniversaire », etc.) ;
- les annonces de « prix de lancement » pratiquées pour assurer la promotion de produits nouveaux ;
- les annonces réalisées par rapport aux prix pratiqués par des concurrents ;
- les réductions de prix ne concernant, directement ou indirectement, qu'une partie de la clientèle (par exemple : les remises accordées sur présentation d'une carte de fidélité) ;
- les réductions résultant de l'augmentation de la quantité de produits contenue dans l'unité usuelle de vente (par exemple : pratique du « treize à la douzaine ») ;
- les ventes « flash » réalisées pendant de très courtes durées à l'intérieur du magasin dans la mesure où elles ne font l'objet que d'une publicité orale ;
- les réductions pratiquées sur des produits obéissant à un régime spécial (par exemple : les livres, les ventes promotionnelles de produits alimentaires périssables, etc).

*Attention : le fait que ces annonces ne soient pas soumises à la réglementation objet de la présente fiche ne signifie aucunement qu'elles ne sont soumises à aucune réglementation !*

## II. MENTIONS À INDIQUER DANS LA PUBLICITÉ

### *A. Publicité hors du lieu de vente*

Toute publicité effectuée à l'extérieur du magasin ou visible de l'extérieur du magasin doit préciser :

- l'importance de la réduction soit en valeur absolue, soit en pourcentage par rapport au prix de référence ;
- la période de vente ;
- les produits ou services et les catégories de produits ou de services concernés ;
- les modalités suivant lesquelles sont consentis les avantages annoncés, notamment la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit (dans le cadre des soldes, cette indication peut être remplacée par la mention « jusqu'à épuisement du stock »).

#### **Remarque :**

le prix de référence est généralement le prix le plus bas effectivement pratiqué, à l'égard de la clientèle courante, au cours des trente derniers jours précédant le début de la publicité. Il peut également correspondre soit au prix conseillé par le fabricant, soit au prix maximal résultant d'une disposition de la réglementation économique (mais cela est devenu quasiment sans effet depuis la libération des prix).

### *B. Publicité sur le lieu de vente*

L'étiquetage, le marquage ou l'affichage des prix à l'intérieur du magasin doit faire apparaître à la fois le prix réduit annoncé et le prix de référence.

Toutefois, lorsque l'annonce de réduction de prix est d'un taux uniforme et se rapporte à des produits ou services parfaitement identifiés, elle peut être effectuée par escompte en caisse (exemple d'annonce : 20% sur tous les produits solaires). Cette modalité doit faire l'objet d'une publicité dans laquelle l'indication du prix réduit n'est pas obligatoire, l'avantage annoncé s'entendant par rapport au prix de référence.

## III. SANCTIONS

Les infractions sont punies d'une amende de 1 500 euros ou, en cas de récidive, de 3 000 euros.

Si elles sont de nature à induire en erreur le consommateur, elles peuvent également être sanctionnées au titre du délit de publicité mensongère, puni

d'une amende de 37 500 euros au plus et/ou d'un emprisonnement de deux ans.

En outre, si les infractions sont également constitutives d'actes de concurrence déloyale, elles peuvent donner lieu à l'octroi de dommages et intérêts.

---

**Vous êtes créateur ou chef d'entreprise, pour plus de détails, contactez *inforeg*, service d'information réglementaire aux entreprises au 08 92 705 100 (0,337 €/min), du lundi au jeudi de 9 h à 17 h 30, et le vendredi de 9 à 13 h.**

**L'équipe d'*inforeg* vous propose également deux formules d'abonnement vous permettant d'interroger nos juristes par téléphone et/ou courriel tout au long de l'année (renseignements au 01 55 65 80 70).**