

REGLEMENTATION DES SOLDES

Selon la définition légale, constituent des soldes "les ventes accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock" (article L 310-3 du code de commerce).

I. DEFINITION DES SOLDES

Les soldes se caractérisent par trois éléments cumulatifs :

- un écoulement de stock de marchandises
- une publicité
- une réduction de prix

A. Les marchandises : un écoulement de stocks

Les ventes en soldes ne se limitent plus aux marchandises démodées, défraîchies, dépareillées... Toute marchandise, neuve ou d'occasion, peut être vendue en soldes dès lors qu'elle a été proposée à la vente et payée depuis un mois au moins à la date de début des soldes (l'entreprise doit pouvoir justifier cela par des documents en cas de contrôle).

Il est donc interdit de vendre en soldes des marchandises ayant fait l'objet d'un réapprovisionnement pendant la période de soldes.

Il n'y a aucune obligation de déclaration de stock, contrairement à la vente liquidation dans laquelle l'inventaire est obligatoire. Le stock doit néanmoins être préalablement constitué et ne saurait être renouvelé pendant l'opération de soldes (circulaire du 16 janvier 1997).

Cette condition de marchandises en stock exclut des soldes les entreprises nouvellement créées qui peuvent néanmoins proposer des « prix d'ouverture ».

Les soldes peuvent concerner la totalité ou une partie des stocks. En cas de soldes sur une partie seulement des articles, le consommateur doit pouvoir distinguer clairement et facilement les produits soldés dans le magasin.

* Il est prudent d'apposer une affichette « articles non soldés » devant les produits concernés.

B. Une publicité : l'annonce des soldes

Pour être considérée comme des soldes, les ventes doivent impérativement être précédées ou accompagnées de publicité sous toutes ses formes : affiches, tracts, spots télé ou radio.

Avertissement : cette note a pour but de donner une information générale et ne peut remplacer une étude juridique personnalisée.

Droits de reproduction réservés "CCI Alsace Eurométropole"
Les notes d'information des CCI d'Alsace sont régulièrement mises à jour.
Nous vous invitons à vérifier sur le site [www. https://www.alsace-eurometropole.cci.fr/](https://www.alsace-eurometropole.cci.fr/) que vous êtes bien en possession de la dernière version.

Toute publicité relative aux soldes doit obligatoirement mentionner la date de début des soldes (la date de fin de soldes peut ne pas être mentionnée) et si tous les produits de l'entreprise ne sont pas concernés, la nature des marchandises soldées.

* Les affiches « soldes » sans autre indication sont à proscrire si les soldes ne portent pas sur tous les articles en magasin. En effet, dans ce cas, le consommateur peut légitimement croire que l'ensemble des articles disponible dans la boutique est soldé. Or si cela s'avère inexact, le commerçant risque d'être sanctionné pour publicité mensongère.

A l'intérieur du point de vente, il y a lieu de bien distinguer les articles soldés des articles non soldés.

* Il est conseillé de rassembler à un seul endroit tous les articles soldés.

C. Une réduction de prix

La marchandise doit être vendue à prix réellement réduit. Il est par conséquent interdit de pratiquer les prix antérieurs aux soldes ou de les augmenter quelques jours avant. La réduction de prix est à opérer à partir du prix de référence déterminé par l'annonceur. Cela peut être un prix conseillé par le fournisseur ou imposé par une réglementation spécifique.

L'interdiction de revente à perte ne s'applique pas aux opérations de soldes.

Enfin, à ce jour, en matière d'étiquetage, les dispositions de l'arrêté 11 mars 2015 relatif aux réductions de prix à l'égard du consommateur s'appliquent, notamment l'obligation de procéder à un double marquage en indiquant le prix réduit et le prix de référence. L'affichage des prix soldés peut se faire de plusieurs manières :

- double affichage par étiquetage de chaque article (indication du prix de référence barré et du prix soldé)
- annonce d'un taux de réduction appliqué directement en caisse (réduction sur tout le magasin ou pour des rayons clairement identifiés)
- marquage spécifique (par points rouges, points verts, ...) et indication précise des produits et des réductions de prix correspondantes. Exemple : 20 % sur les manteaux marqués d'un point rouge.

Les remises du type « - 20% pour un article acheté, - 30% pour deux articles achetés » sont autorisées (prime auto payante licite).

La deuxième démarque en fin de période de soldes s'applique toujours sur le prix déjà soldé.

Exemple : Prix de référence : 30 euros, prix soldé (1ère démarque à - 20 %) : 24 euros, prix soldé (2ème démarque à - 10 %) : 21,60 euros.

Attention :

Avertissement : cette note a pour but de donner une information générale et ne peut remplacer une étude juridique personnalisée.

Droits de reproduction réservés "CCI Alsace Eurométropole"
Les notes d'information des CCI d'Alsace sont régulièrement mises à jour.
Nous vous invitons à vérifier sur le site [www. https://www.alsace-eurometropole.cci.fr/](https://www.alsace-eurometropole.cci.fr/) que vous êtes bien en possession de la dernière version.

Par suite d'une directive européenne « OMNIBUS » relative à la protection des consommateurs, à compter du 28 mai 2022, les professionnels ne seront plus libres de déterminer le prix de référence de leur choix mais devront, une nouvelle fois, appliquer ce que la directive appelle le prix antérieur, sauf exceptions.

A cet égard, il est inséré un article L. 112-1-1 du Code de la consommation ainsi rédigée :

- I. Toute annonce d'une réduction de prix indique le prix antérieur pratiqué par le professionnel avant l'application de la réduction de prix.

Ce prix antérieur correspond au prix le plus bas pratiqué par le professionnel à l'égard de tous les consommateurs au cours des trente derniers jours précédant l'application de la réduction de prix.

Par exception au deuxième alinéa, 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.

Le présent I ne s'applique pas aux annonces de réduction de prix portant sur des produits périssables menacés d'une altération rapide.

II.- Les présentes dispositions ne s'appliquent pas aux opérations par lesquelles un professionnel compare les prix qu'il affiche avec ceux d'autres professionnels.

Le fait de ne pas indiquer le prix antérieur constituera le délit de pratique commerciale trompeuse.

II. PERIODES DES SOLDES

L'article 16 de la loi n° 2019-486 du 22 mai 2019 relative à la croissance et la transformation des entreprises (Pacte) a modifié la détermination des périodes de soldes.

Les soldes ont lieu, pour l'année civile, durant deux périodes d'une durée minimale de trois semaines et d'une durée maximale de six semaines chacune, dont les dates et les heures de début et de fin sont fixées par un arrêté du ministre chargé de l'économie. Cet arrêté peut prévoir, pour ces deux périodes, et pour les ventes autres que celles mentionnées à l'article L. 221-1 du code de la consommation, des dates différentes dans certains départements pour tenir compte d'une forte saisonnalité des ventes ou d'opérations commerciales menées dans des régions frontalières.

Retrouvez leur liste sur le site de la DGCCRF à l'adresse suivante :

<http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/consommation/Pratiques-commerciales/Soldes>

Avant la date de début des soldes, il est interdit de réaliser une opération promotionnelle qui corresponde à la définition légale des soldes, c'est à dire une vente accompagnée de publicité et annoncée comme des "soldes".

Avertissement : cette note a pour but de donner une information générale et ne peut remplacer une étude juridique personnalisée.

Droits de reproduction réservés "CCI Alsace Eurométropole"
Les notes d'information des CCI d'Alsace sont régulièrement mises à jour.
Nous vous invitons à vérifier sur le site [www. https://www.alsace-eurometropole.cci.fr](https://www.alsace-eurometropole.cci.fr) que vous êtes bien en possession de la dernière version.

En effet, quand les opérations promotionnelles visent la totalité d'un ou plusieurs rayons d'un magasin et qu'elles sont effectuées dans la quinzaine précédant la date légale de début des soldes, elles apparaissent comme réunissant les critères permettant de les requalifier en soldes anticipés donc illégaux.

Si elle ne vise pas à la réalisation de soldes non déclarés, une opération promotionnelle réalisée avant la période des soldes est licite.
Les pré-soldes privées ne peuvent se dérouler que pendant la période légale des soldes.

Le carton d'invitation lui-même constitue l'infraction de soldes illégales, sans qu'il y ait besoin de vérifier si la vente a réellement eu lieu en-dehors de la période de soldes ou non.

Après la période des soldes, il est possible de continuer la vente des derniers articles au prix soldé. Toute publicité relative aux soldes doit être immédiatement éliminée. Le ré-étiquetage sur la base des prix nets (prix soldés) est admis par les textes réglementaires. Mais il est néanmoins conseillé, dans un souci de loyauté, d'afficher un prix légèrement supérieur au prix soldé.

Les fins de série ont leur place au fond du magasin, même après la période des soldes. Leur prix de vente doit être au minimum le prix soldé (pas de prix barrés, un seul prix sur l'étiquette, aucune mention de réduction de prix chiffrée). Aucune publicité extérieure, y compris dans les vitrines, n'est autorisée sous peine d'être considérée comme soldes illicites.

III. UTILISATION DU MOT "SOLDES" ET DE SES DERIVES

Dans toute publicité, enseigne ou raison sociale, l'emploi du mot "solde (s)" ou de ses dérivés est interdit pour désigner toute activité, raison sociale, enseigne ou qualité ne se rapportant pas à des soldes.

Par dérivés du mot "solde", on entend des termes tels que "solderie", "soldissime", "soldeur".

IV. SANCTIONS

En vertu de l'article L310-5 du code de commerce, le fait de réaliser des soldes portant sur des marchandises détenues depuis moins d'un mois à la date de début des soldes est puni d'une amende de 15 000 euros pour les personnes physiques et 75 000 euros pour les personnes morales. La même peine s'applique en cas d'utilisation interdite du mot "soldes" et de ses dérivés.

Une peine complémentaire d'affichage ou de diffusion de la décision pourra être prononcée.

Par ailleurs le fait de ne pas mentionner dans la publicité les indications requises est puni de l'amende prévue pour les contraventions de 5ème classe (1500 euros pour les personnes physiques et 7500 euros pour les personnes morales).

Avertissement : cette note a pour but de donner une information générale et ne peut remplacer une étude juridique personnalisée.

Droits de reproduction réservés "CCI Alsace Eurométropole"
Les notes d'information des CCI d'Alsace sont régulièrement mises à jour.
Nous vous invitons à vérifier sur le site [www. https://www.alsace-eurometropole.cci.fr/](https://www.alsace-eurometropole.cci.fr) que vous êtes bien en possession de la dernière version.

V. PRECISIONS

Les limitations de garanties sur les soldes sont illégales. Un article soldé bénéficie des mêmes garanties en matière de défauts de fabrication non apparents ou de service après-vente que tout autre article. En cas de vice caché, le commerçant est tenu juridiquement de remplacer l'article ou de le rembourser. S'il n'y a pas de vice caché, le commerçant n'est pas tenu de le faire, mais il peut le faire à titre commercial.

En tout état de cause, 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.

Les entreprises de vente à distance, notamment sur internet, sont soumises à la même réglementation que les magasins physiques en matière de soldes.