



Domaines de Compétence

Droit Commercial et des affaires

Droit du commerce international

Réglementation économique en Nouvelle-Calédonie

Droit des contrats

Droit maritime et des transports

Droit de la construction

Droit de l'Hygiène Santé, sécurité au travail

Domaines d'intervention

Juridique, sociétés et vie sociale de l'entreprise

Pratique Contractuelle

Assistance aux entreprises étrangères et encadrement juridiques aux investissements étrangers

La stratégie juridique au service de l'entreprise



Soldes, une opération réglementée

Les soldes d'hiver se dérouleront du 27 juillet au 31 août. Afin d'aider les professionnels à mieux s'y préparer, quelques rappels concernant cette pratique réglementée depuis plusieurs années maintenant.

Quels critères ?

Pour pouvoir parler de soldes, trois critères sont nécessaires : la publicité pour annoncer la vente, des prix réduits et l'utilisation de termes décrivant un écoulement accéléré des stocks. En revanche, les professionnels sont libres de participer à l'opération ou pas.

Quels sont les produits visés ?

Les articles peuvent être soldés lorsqu'ils ont été proposés à la vente depuis au moins un mois avant l'opération. Le commerçant aura conservé tous les justificatifs qu'il devra les présenter en cas de contrôle par les agents de la Direction des affaires économiques. Par ailleurs, la mention « soldes » doit être clairement affichée sur les marchandises pour que le consommateur puisse faire la distinction entre ce qui est soldé ou non.

Soldes = promotions ?

La réponse est non. Dans une opération de soldes, le but est de liquider des articles en stock sans réapprovisionnement. Les promotions, quant à elles, servent à développer les ventes de produits sélectionnés au cours d'une opération commerciale. Elles sont autorisées toute l'année avec des règles à respecter : disponibilité des stocks, un avantage en termes de prix ou encore l'interdiction de revendre à perte.

Quid de la publicité ?

Les annonces, sur quel que support que ce soit, un journal, une vitrine, une annonce, doivent mentionner la date de début de l'opération ainsi que la nature des marchandises soldées, si l'opération ne porte que sur une partie du stock. Les expressions « jusqu'à épuisement des stocks », « tout doit disparaître » ou encore « coup de balai » sont autorisées durant les soldes.

Comment afficher les prix ?

En magasin, il faudra mentionner le prix réduit, le prix de référence (prix le plus bas pratiqué) sans la réduction et les modalités de la remise (à la caisse ou prix barré). Hors du lieu de vente, sur les supports publicitaires, annonces, dépliants ou en vitrines, le professionnel doit indiquer la période d'offre, les produits visés et le montant de la réduction en valeur absolue ou en pourcentage.

FOCUS JURIDIQUE N° 2 - JUILLET 2013

Les textes

Délibération modifiée n°14 du 6.10.2004 (article 63) JONC du 26/10/2004. Textes modificatifs et d'application consultables sur www.juridoc.gouv.nc.

Les autres obligations

Le professionnel doit pouvoir justifier de la réalité du prix de référence, à la demande des services de contrôle « par notes, bordereaux, bons de commandes, tickets de caisse ou tout autre document ». La réduction annoncée est applicable jusqu'au dernier jour de l'opération. Tout arrêt prématuré de l'opération est interdit. En outre, la réduction s'applique à toute commande réalisée pendant la période même si la livraison a lieu à une date ultérieure.

Les contrôles

Ils sont effectués par le service de la concurrence et de la répression des fraudes de la DAE, Direction des affaires économiques. Les infractions sont punies d'amendes.