

## Les promotions ou réductions

### Je veux réaliser des promotions dans mon magasin : comment dois-je faire ?

Les réductions ou promotions sont des offres commerciales qui ne bénéficient pas d'un encadrement spécifique. Le commerçant est libre de les proposer quand il le souhaite et pour les produits qu'il souhaite. En revanche, ces offres commerciales ne doivent pas constituer une pratique commerciale déloyale.

Il peut s'agir d'une réduction sur les prix. Cette réduction peut être valable pour une très courte durée avec des opérations de type «ventes flashes» ou «ventes privées».

Il peut aussi s'agir de promotion sur l'offre de produits de type 1 acheté, 1 offert.

La promotion doit être **limitée, occasionnelle** et ne concerner qu'**une partie du stock**.

Durant cette période, **le réapprovisionnement des articles doit être assuré**, ou le stock doit être suffisant pour répondre à la demande.

Cependant, en cas de promotions de fin de série, annonçant le terme de la commercialisation d'un article ou famille d'articles (ex : tous les articles d'une même marque), le réapprovisionnement du stock est a priori exclu, l'opération tendant justement à l'écoulement de celui-ci.

#### Concernant la publicité :

Les annonces de réduction de prix sont désormais libres.

L'étiquetage, le marquage ou l'affichage des rabais doivent préciser, outre le prix réduit, le prix de référence « qui est déterminé par l'annonceur » et à partir duquel la réduction de prix est annoncée (arrêté du 11 mars 2015).

Attention, le commerçant ne peut pas afficher n'importe quel prix de référence.

#### Reprise des produits :

Le commerçant n'est pas tenu d'accepter l'échange ou le remboursement d'un produit.

Il peut néanmoins procéder à l'échange ou au remboursement à titre commercial, mais il n'en est pas obligé.