



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 14ème législature

soldes

Question écrite n° 79273

### Texte de la question

M. Jacques Cresta attire l'attention de Mme la secrétaire d'État, auprès du ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique, chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire sur les vives inquiétudes de nombreux commerçants indépendants à propos des répercussions des soldes flottants. Rendus possibles par la loi de modernisation de l'économie de 2008, ils avaient été remis en question par le rapport du CREDOC et de l'IFM, qui soulignait qu'ils étaient inconciliables avec le principe de concurrence loyale entre commerçants. Puis la loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises est venue modifier le calendrier des soldes pour 2015. La durée des deux périodes fixes a ainsi été portée à 6 semaines et les soldes flottants ont été supprimés. Cependant force est de constater que les ventes privées ou autres initiatives favorables aux grandes chaînes, en particulier dans le prêt-à-porter, sont toujours d'actualité. Il lui demande donc quelles mesures le Gouvernement pourrait envisager pour répondre aux inquiétudes des professionnels.

### Texte de la réponse

Depuis l'entrée en vigueur de la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008, les « promotions de déstockage », c'est-à-dire les ventes, en dehors des périodes légales de soldes, accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock, ne sont plus requalifiables en opérations de soldes illicites. Dès lors, les opérations promotionnelles peuvent se dérouler tout au long de l'année. Les opérations commerciales dénommées « ventes privées » et qui précèdent les soldes sont autorisées dès lors que le mot « soldes » n'est pas utilisé et que la législation sur l'interdiction de revente à perte est respectée. 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 donc pas vocation à s'appliquer à l'intégralité de la clientèle. Les annonces de réduction de prix qui sont proposées lors de ces opérations promotionnelles doivent respecter les exigences de l'arrêté du 11 mars 2015 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur. La véracité des rabais qui y sont consentis s'apprécie au regard des pratiques commerciales trompeuses au sens de l'article L. 121-1 du code de la consommation. De nombreux contrôles sont menés toute l'année par la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) afin de s'assurer du respect de ces réglementations par les commerçants et de la loyauté des offres promotionnelles proposées aux consommateurs.

### Données clés

**Auteur :** [M. Jacques Cresta](#)

**Circonscription :** Pyrénées-Orientales (1<sup>re</sup> circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 79273

**Rubrique :** Commerce et artisanat

**Ministère interrogé :** Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

**Ministère attributaire :** Commerce, artisanat, consommation et économie sociale et solidaire

Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le :** [12 mai 2015](#), page 3514

**Réponse publiée au JO le :** [4 août 2015](#), page 5966