

Organiser des soldes sur Internet

Aucune dérogation n'ayant été prévue en ce qui concerne l'e-commerce, la réglementation sur les soldes vaut aussi pour la vente sur Internet. À vous de respecter les dispositions du Code de commerce.

Par Maître Isabelle Pottier

Avocate à la Cour d'appel de Paris depuis 1993, Isabelle Pottier dirige au sein du cabinet Alain Bensoussan les publications et la réalisation d'études portant sur l'évaluation et la protection juridique des nouvelles technologies. Chroniqueuse régulière dans différentes publications de droit de l'informatique et des télécommunications, elle est l'auteur du tableau de bord juridique des DSI, guide publié en partenariat avec le Gartner, 6^e édition 2006. Site : www.alain-bensoussan.com



Vous songez à déstocker grâce à Internet ? Mais les éventuelles contraintes juridiques vous font hésiter. Car quel que soit le mode de distribution choisi, les dispositions du Code de commerce (Article L 310-3) vous imposent de respecter les périodes "officielles" de soldes, au nombre de deux par année civile, et d'une durée maximale de six semaines. Comme pour les soldes en magasin physique, ces dates sont fixées par décision préfectorale et peuvent varier en fonction des départements. Pour Internet, celles à prendre en compte sont établies par le département dans lequel se situe l'établissement responsable de l'offre faite à distance.

Les soldes ne peuvent porter que sur des marchandises mises en vente et payées depuis au moins un mois, à la date du début de l'opération. Les commerçants ou artisans proposant des produits sont, alors, exceptionnellement autorisés à vendre à perte, moyennant le respect de certaines conditions (notamment l'information sur les prix).

Il en va de même pour les tarifs pratiqués en ligne : Internet ou pas, ils doivent respecter certaines règles. Ceux de référence (c'est-à-dire pratiqués avant rabais) doivent être les plus bas rencontrés sur votre site marchand pendant les

30 jours précédant le début des soldes. Rappelez-vous aussi que les limitations de garantie ou de service après-vente sur les soldes sont illégales : la mention "ni repris, ni échangé" est donc sans valeur juridique en cas de vice caché d'un produit mis en ligne. Toutefois, l'échange n'est pas obligatoire, car les soldes sont toujours faits dans la limite des stocks disponibles. Rappelons que les magasins n'ont pas le droit de se réapprovisionner en produits destinés à être soldés.

ATTENTION À L'AFFICHAGE DES PRIX

Vous devez également respecter la réglementation sur l'affichage des prix. Or, sur votre site, cette dernière est particulièrement contraignante en matière de soldes puisqu'elle impose d'annoncer clairement les réductions opérées. C'est ainsi qu'un Tribunal de police a condamné, en février 2004, un e-commerçant à 17 amendes de 100 euros chacune, pour n'avoir pas respecté cette loi. C'est la plainte d'une consommatrice auprès de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) qui a été le point de départ de cette affaire. L'enquête a ainsi révélé que des produits présentés sur le site marchand, après les soldes, comme étant de "bonnes affaires", avec la mention de réductions libellées "jusqu'à

À savoir

Respectez les périodes données

Le fait de réaliser des soldes en ligne, en dehors des périodes légales prévues ou portant sur des marchandises détenues depuis moins d'un mois à la date de début des soldes, est puni d'une amende pouvant aller jusqu'à 15 000 euros. Il en va de même de l'utilisation du mot "solde(s)" ou d'un de ses termes dérivés, dans les cas où il ne se rapporte pas à une opération de soldes autorisée et telle que définie par le Code de commerce.

-30 %" ou "de -40 % à -50 %", indiquaient un prix de référence supérieur à celui qui avait été pratiqué pendant les soldes. Il s'agissait là d'une infraction passible de contraventions, pour non-respect des règles d'information du consommateur sur les prix et conditions de vente. Le commerçant aurait dû indiquer un prix de référence égal au tarif le plus bas effectivement pratiqué au cours des 30 derniers jours précédant le début de la publicité, c'est-à-dire, en l'espèce, pendant la période des soldes. ■