



L’approvisionnement et le stock des entreprises en période de soldes

Julie MEYER, avocat

La nouvelle loi relative aux pratiques du marché et à la protection des consommateurs a apporté de nombreuses modifications à la réglementation des ventes en solde. D’une part, tous les biens peuvent désormais être offerts aux consommateurs durant la période des soldes et, d’autre part, les conditions de vente en solde ont fait l’objet d’assouplissements.

Les soldes

Seules peuvent être qualifiées de «*soldes* » les périodes du 3 janvier au 31 janvier et du 1^{er} juillet au 31 juillet. Deux types de biens peuvent aujourd’hui faire l’objet d’une vente en solde. Avant la loi de 2010, seuls les biens offerts à la vente pendant les trente jours qui précèdent la période des soldes et qui étaient toujours en possession de l’entreprise au début des soldes étaient susceptibles d’être soldés. Dorénavant, il est également permis d’écouler d’anciens stocks. Il n’est en effet plus nécessaire que les biens soldés aient été offerts en vente pendant le mois précédant la période des soldes. Ainsi, les biens préalablement offerts par l’entreprise et toujours en sa possession peuvent également être vendus pendant les soldes, pour autant qu’ils soient proposés au prix le plus bas pratiqué pour ces produits par le passé.

Le stock et l’approvisionnement des entreprises en période de soldes

Lorsqu’une entreprise annonce une publicité limitée dans le temps en dehors de son établissement pour un ou plusieurs biens en mentionnant leur prix, elle est tenue, pour tout bien d’un prix supérieur à 25 €, de disposer d’un stock suffisant pour satisfaire les consommateurs souhaitant bénéficier de cette offre.

La nouvelle loi ne prévoit pas d’obligation similaire à l’égard des produits soldés. Seuls les biens préalablement vendus par l’entreprise peuvent faire l’objet d’une offre sous la dénomination «*soldes* ». Une telle limitation empêche qu’une obligation de disposer d’un stock suffisant s’impose aux entreprises.

Quant à l’approvisionnement des entreprises, il est désormais autorisé, durant les périodes de soldes, de déplacer des stocks d’un établissement à un autre où les biens concernés n’auraient pas été offerts à la vente précédemment, ou d’utiliser une autre technique de vente, pour autant que le prix proposé aux consommateurs soit inférieur au prix le plus bas pratiqué par l’entreprise avant la période de soldes.

À quelles autres obligations les entreprises sont-elles soumises en période de soldes ?

S'il n'est désormais plus interdit d'annoncer préalablement une vente en solde, la loi prévoit toutefois qu'avant et pendant les périodes dites « *d'attente* » (du 6 décembre au 2 janvier et du 6 juin au 30 juin), dans les secteurs de l'habillement, des articles de maroquinerie et des chaussures, il est interdit d'annoncer des réductions de prix qui produisent leurs effets durant les soldes.

Cette interdiction est toutefois controversée. La Cour de Justice ainsi que la Commission européenne étudient actuellement la conformité de cette règle au droit européen. Dans l'attente d'une réponse des institutions européennes, il convient de se conformer au texte de loi mais il ne faut pas écarter l'éventualité d'une modification de la législation belge sur ce point.

Par ailleurs, il convient de rappeler les obligations qui s'imposent aux entreprises en matière de prix : quelles limites entourent la fixation des prix en période de soldes et leur mention sur les produits soldés ?

Lorsqu'un produit a été vendu dans un même établissement ou selon la même technique de vente durant le mois précédant la période des soldes, le prix soldé doit être inférieur au prix le plus bas pratiqué par l'entreprise pour ledit produit au cours de ce mois. Dans les autres cas, le prix soldé doit être inférieur au prix le plus bas proposé précédemment par l'entreprise.

Par ailleurs, dès lors qu'un bien est soldé, l'entreprise est tenue d'afficher le prix de référence par rapport auquel la réduction est annoncée ou de permettre au consommateur d'évaluer immédiatement et facilement l'avantage de prix dont il bénéficie. De plus, si l'entreprise applique un pourcentage de réduction uniforme sur les produits soldés, elle peut ne mentionner que le prix de référence.