

Récapitulatif des notions essentielles

Rabais et remises (ou ristournes, ou marges avant et arrière)

Le rabais est une offre de réduction fixe sur le produit, proposée au consommateur. Les termes ristourne, remise ou marge sont réservés aux relations entre fabricants et distributeurs. Elles sont proportionnelles (en général aux quantités vendues) et payées postérieurement au paiement du prix initial, qu'elles abaissent donc de façon rétroactive. La loi Galland, qui interdit la revente à perte, précise que le seuil légal à respecter est le prix d'achat effectif figurant sur les factures, majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques afférentes à la revente et du prix du transport. En conséquence, les remises versées postérieurement à la facture ne peuvent être répercutées pour abaisser le prix de vente au consommateur.

Le rapport Canivet d'octobre 2004 propose de supprimer l'interdiction de revente à perte ou de permettre de réintégrer toutes les marges arrière. Ces propositions ont été très critiquées.

Contrôle du prix et liberté des prix

L'ordonnance de 1986 a supprimé le contrôle des prix. Ils sont établis librement. Seuls les livres sont encadrés car la loi Lang interdit des remises supérieures à 5 % : les livres, en tant que biens culturels, doivent être revendus par tous au même prix.

Soldes et liquidations

Les soldes se déroulent obligatoirement à des dates imposées, deux fois par an. La liquidation est soumise à autorisation préfectorale. Dans les deux cas, les produits peuvent être revendus à perte.

Revente à perte et prix d'achat

La loi Galland fixe le seuil du prix légal de revente comme le prix d'achat effectif, tel qu'il figure sur la facture, majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques afférentes à la revente et du prix de transport.

Ventes liées et ventes jumelées

Dans le cas de lots de produits identiques, on parle de ventes liées, et pour les lots de produits différents, on parle de ventes jumelées. Dans les deux cas, il est interdit de subordonner la vente d'un produit ou d'un service à une quantité minimale imposée ou à un autre achat.

Ventes à la boule de neige et ventes pyramidales

Ces techniques de vente sont interdites car constitutives d'une escroquerie. Elles consistent à proposer à un acheteur potentiel une baisse de prix, s'il présente lui-même plusieurs autres clients.

Offre de rabais et prix d'appel

Lorsqu'une offre de rabais est annoncée, le produit sur lequel elle porte doit être disponible. Une offre annoncée sur un produit détenu en très petite quantité constitue un prix d'appel, sanctionné comme publicité mensongère.

Couponing simple et couponing croisé

Dans les deux cas, le coupon permet de bénéficier d'une réduction de prix, soit sur un produit identique (couponing simple), soit sur un produit d'une autre nature (couponing croisé). Le couponing croisé ne doit pas être constitutif de concurrence déloyale, c'est-à-dire porter sur un produit concurrent sans autorisation.