

Internet : les annonces de réduction de prix mieux encadrées

Un nouvel arrêté du 13 janvier 2009 encadre désormais les annonces de réductions de prix faites aux consommateurs. Il prend en compte le développement du commerce électronique et le phénomène du déstockage,

encouragé par la loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie (LME).

Désormais, toute publicité annonçant une réduction de prix réalisée sur des sites Internet marchands doit préciser le prix avant et après la réduction pour chaque produit ou service; sachant que le prix de référence

(avant la réduction) doit en principe correspondre au prix le plus bas effectivement pratiqué pour l'article concerné (ou une prestation similaire) par le site, au cours des 30 jours précédant le début de la publicité. Par ailleurs, en cas de déstockage, les publicités doivent cesser dès que les stocks sont épuisés et indiquer la date de début de l'opération ainsi que les quantités offertes en début de promotion ou la mention « jusqu'à épuisement des stocks ». L'arrêté impose également l'affichage des conditions tarifaires préférentielles accordées en fonction, par exemple, de l'âge, de la possession d'une carte de fidélité ou de la situation familiale ou professionnelle. En ce qui concerne les publicités réalisées sur des sites non marchands, elles doivent indiquer l'importance de la réduction par rapport au prix de référence, les produits concernés et les modalités de réduction (notamment la période de prix réduit).

*Chaque semaine
M^e Alain
Bensoussan,
avocat à la cour
d'appel de Paris
et spécialiste en droit
de l'informatique,
vous informe
de vos droits.*



MARC MARTIN