

Destockage

mercredi 1 juin 2022 15:04

Promotion de déstockage

Article L310-5, article L442-2.

Arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur

Des opérations promotionnelles de déstockage peuvent être réalisées **toute l'année sans autorisation, ni déclaration** :

Les promotions de déstockage portent sur des articles pour lesquels les commerçants ne reconstitueront pas de stock.

Le commerçant devra fixer ses prix en tenant compte du **prix de référence**, c'est-à-dire du prix le plus bas effectivement pratiqué pour le même article au cours des 30 derniers jours précédant le début de la publicité pour le déstockage.

Les **prix des articles déstockés doivent être inférieurs à ce prix de référence**. Attention ! Il faut cependant veiller à bien être dans l'un de ces cas, sinon on se trouve en infraction avec l'interdiction de la revente à perte.

Mentions obligatoires :

- la période sur laquelle l'opération se déroule ;
- l'importance de la réduction (en pourcentage ou en valeur absolue),
- les articles concernés ;
- le montant de la réduction les modalités suivant lesquelles sont consenties les réductions;
- la durée.

Par ailleurs, le commerçant ne peut vendre à perte, comme pendant la période des soldes.

Sanctions

Les infractions aux règles de publicité des prix sont punies pour :

une personne physique d'une amende de 1.500 euros (3.000 euros en cas de récidive) ;

une personne morale d'une amende de 7.500 euros (15.000 euros en cas de récidive).

Par ailleurs, si la publicité ou les annonces de prix sont de nature à induire en erreur le consommateur, les infractions peuvent également être sanctionnées au titre du délit de publicité mensongère puni pour :

la personne physique d'une amende de 37.500 euros au plus et/ou d'un emprisonnement de deux ans ;

la personne morale d'une amende de 187.500 euros assortie d'autres peines complémentaires.

Liquidation

mardi 21 juin 2022 16:23

Une vente en liquidation ne peut être autorisée que pour les causes suivantes :

- cessation définitive d'activité,
- suspension saisonnière de l'activité,
- changement d'activité,
- modification des conditions d'exploitation du commerce : travaux de rénovation, déménagement ou changement de la forme juridique de l'entreprise par exemple.

Marchandises

Les marchandises, neuves ou d'occasion, concernées par la liquidation, doivent être vendues à prix réduit, et peuvent même l'être à perte.

Pendant la durée de la liquidation, le commerçant n'est pas autorisé à vendre d'autres marchandises que celles indiquées dans l'inventaire détaillé soumis lors de la déclaration préalable.

Les marchandises liquidées peuvent ne pas constituer la totalité du stock, mais ne doivent provenir que de l'établissement commercial du déclarant. Les marchandises détenues dans les entrepôts situés hors de l'établissement en sont exclues.

La vente par correspondance est aussi concernée.

Publicité

La publicité ne peut porter que sur les articles inscrits dans l'inventaire fourni avec la déclaration préalable et doit indiquer la date du récépissé de déclaration délivré par la mairie et la nature des marchandises liquidées, si la liquidation ne concerne pas la totalité des produits du magasin.

Elle doit notamment indiquer :

- la date du récépissé de déclaration délivré par la mairie,
- la période de réduction de prix (il est possible de ne mentionner que la date de début de la période et l'expression « *jusqu'à épuisement du stock* »),
- la nature des marchandises liquidées, si la liquidation ne concerne pas la totalité des produits du magasin.

Durée

La durée maximale d'une vente en liquidation est de :

- 2 mois,
- 15 jours, s'il s'agit d'une suspension saisonnière d'activité.

Déclaration préalable

Le commerçant qui envisage de procéder à la liquidation de ses stocks est tenu d'en faire la déclaration à la mairie, au moyen d'un formulaire, 2 mois avant la date prévue :

- soit par lettre recommandée avec avis de réception,
- soit par dépôt contre récépissé.

Ce délai peut être réduit à 5 jours, si un événement imprévisible interrompt le fonctionnement du

magasin (incendie, inondation, décès d'une personne indispensable au fonctionnement du magasin par exemple).

En cas modification du motif de la liquidation, le commerçant doit à nouveau en informer le maire de la commune par lettre recommandée avec avis de réception.

Soldes

mercredi 1 juin 2022 15:04

Les soldes se distinguent des ventes en promotion. L'objectif des soldes est de liquider des articles en stock. Ils sont autorisés deux fois par an.

Les soldes sont définis par l'article L. 310-3 du code de commerce comme étant des : "*ventes accompagnées ou précédées de publicité et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock*".

Les dates de début et de fin des 2 périodes annuelles sont fixées par arrêté préfectoral.

Les marchandises en soldes doivent avoir été proposées à la vente et payées au fournisseur depuis au moins un mois à la date de début des soldes.

Le vendeur doit conserver les documents nécessaires pour apporter la preuve que ces deux conditions sont respectées, et les communiquer aux agents habilités en cas de contrôle.

Les publicités pour les soldes comportent :

- la date de début de l'opération ;
- la nature des marchandises soldées, si l'opération ne porte pas sur tout le stock
Et dans ce cas, ajouter la mention : sur articles signalés en magasin.
- l'identification des articles ou familles d'articles selon l'importance de la réduction : en euros ou en pourcentage.

Les taux de réduction annoncés doivent correspondre à la réalité ; ne pas indiquer un taux important si seulement une infime partie des articles sont soldés à ce taux (ou alors indiquer le nombre d'articles concernés).

Les prix de référence sont les prix les plus bas pratiqués pendant le mois précédant le début des soldes.

Si inscription UNIQUEMENT date de début des soldes rajouter :

➡ *Soldes suivant les dates légales en vigueur dans le département.*

Si inscription date de début et date de fin de soldes

➡ *Pas de mention*

Les **réductions** doivent être réelles. Il est donc interdit d'augmenter ses prix à l'approche des soldes sous peines de poursuites pénales. En revanche, les ventes à pertes sont permises dans le cas des soldes.

Emploi du terme "soldes"

Le terme "solde(s)" ou ses dérivés ne peut désigner que les opérations saisonnières visées ci-dessus. Sinon il ne peut être utilisé dans les publicités, les enseignes, les dénominations sociales ou les noms commerciaux.

Les soldes saisonniers (dates fixes) vont durer 4 semaines en hiver et en été

Il n'y a plus de soldes flottants

TVA offerte

mardi 21 juin 2022 19:00

Mentions à indiquer

En fonction du montant de la TVA

- Nous vous remboursons l'équivalent de la TVA, soit l'équivalent de 16,66% de la valeur du produit pour une TVA au taux légal de 20%.
- Nous vous remboursons l'équivalent de la TVA, soit l'équivalent de 9,09% de la valeur du produit pour une TVA au taux légal de 10% »
- Nous vous remboursons l'équivalent de la TVA, soit l'équivalent de 5,22 % de la valeur du produit pour une TVA au taux légal de 5.5 % »

La TVA ne peut pas être offerte mais uniquement la valeur de celle-ci

Prix coûtants

mardi 31 mai 2022 16:33

Principe :

Prix coûtant = prix d'achat + TVA + transport

Exception Produits alimentaires:

l'ordonnance n°2018-1128 du 12 décembre 2018 qui concerne les denrées alimentaires et les produits destinés à l'alimentation des animaux de compagnie revendus en l'état au consommateur prévoit que :

PRIX COÛTANT = prix d'achat effectif **augmenté du coefficient de 1.1** imposé par l'ordonnance du 12 décembre 2018 relative au seuil de revente à perte.

Jeux d'argent

mercredi 6 juillet 2022 17:40

Après la récente adoption et publication de la nouvelle Recommandation ARPP Jeux d'argent V2, un nouveau texte vient d'être publié :

l'arrêté du 29 juillet 2022 relatif au message de mise en garde contre le jeu excessif ou pathologique devant figurer sur les communications commerciales diffusées dans les salles de spectacles cinématographiques par des services de communication audiovisuelle, sur support imprimé, affichage et par voie radiophonique. Ce texte réglementaire, dont les dispositions entreront en vigueur à compter du 2 octobre 2022 et au plus tard le 1er janvier 2023 (article 2) pour les supports imprimés à destination des lieux de vente, précise le nouveau message de mise en garde et prévoit de nouvelles règles de présentation. Son annexe fixe des modalités techniques par support.

Tous les supports sont concernés à l'exception des communications au public en ligne dont les modalités d'affichage du message seront publiées ultérieurement [1].

Au lieu de trois messages de mise en garde devant apparaître en alternance dans le texte réglementaire de 2010, Le message prévu par l'arrêté du 29 juillet 2022 est le suivant :

« Les jeux d'argent et de hasard peuvent être dangereux : pertes d'argent, conflits familiaux, addiction... Retrouvez nos conseils sur joueurs-info-service.fr (09 74 75 13 13 – appel non surtaxé) ».

Un seul message de mise en garde est exigé (tout en majuscules à l'écrit) :

Le message de mise en garde ne peut pas être modifié. Il ne doit en aucune façon être dissimulé, voilé ou séparé par d'autres indications ou images.

La présentation du message de mise en garde doit strictement respecter les modalités techniques prévues par l'annexe jointe à l'arrêté.

Le message doit être présenté de manière accessible et aisément lisible, respectueuse de sa vocation de santé publique et clairement distinguable du message publicitaire ou promotionnel qui l'accompagne.

Les modalités techniques de présentation du message de mise en garde : des règles spécifiques en fonction du support de diffusion :

1. Pour les messages publicitaires, de parrainage ou promotionnels diffusés dans les salles de spectacles cinématographiques [2] ou par des services de communication audiovisuelle : Deux possibilités :

1.1. Le message de mise en garde est inséré dans un bandeau fixe en bas de l'écran dans les conditions suivantes : Inséré à l'intérieur d'un cartouche de fond jaune (jaune chaud aux valeurs C0, M10, J100 et N0), d'un format minimum de 7 % de l'image considérée.

Lorsque l'image est à dominante jaune, une marie-louise noire (#000000) est apposée en contour du cartouche.

Reproduit en lettres capitales de couleur noire (C0, M0, J0 et N100) au moyen du modèle typographique (Roboto bold) sur deux lignes :

Avec une taille au minimum de 39 % de la hauteur du cartouche pour les mots :

« LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD PEUVENT ÊTRE DANGEREUX : PERTES D'ARGENT, CONFLITS

Avec une taille d'au minimum 37 % de la hauteur du cartouche pour les mots :

« RETROUVEZ NOS CONSEILS SUR JOUEURS-INFO-SERVICE.FR (09 74 75 13 13 – APPEL NON SURTAXÉ) »

La taille de la typographie est adaptée en fonction de la taille du support.

La typographie des messages de mise en garde est alignée à gauche dans le cartouche.

Le logo du Gouvernement est aligné à droite du cartouche à l'intérieur d'un rectangle blanc. Le message apparaît pendant toute la durée du message (Cf. « Le message ne peut pas disparaître lors du déroulé de la communication commerciale » et « Le message est fixe et visible en permanence sans altération de son contenu »).

Les règles de présentation du message de mise en garde : Confidentialité - Conditions Nous utilisons des traceurs à des fins de mesure d'audience uniquement, via la solution Google Analytics. Y consentez-vous ? J'accepte Je refuse 24/08/2022 16:05 05.08.2022 - Jeux d'argent et de hasard : nouvelles modalités de mise en garde - ARPP https://www.arpp.org/actualite/jeux-argent-hasard-nouvelles-modalites-mise-en-garde/?utm_source=Sarbacane&utm_medium=email&utm_campaign=3/4

1.2 Le message de mise en garde est inséré dans un « packshot » immédiatement après la communication : Sur la totalité de la surface du support de communication. En plan fixe durant 3 secondes. Inscrit sur fond jaune (jaune chaud aux valeurs C0, M10, J100 et N0).

Lorsque le format est égal à 1920 × 1080 pixels au format vidéo, les mots :

« LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD PEUVENT ÊTRE DANGEREUX : PERTES D'ARGENT, CONFLITS FAMILIAUX, ADDICTION ... » sont reproduits sur deux lignes en lettres capitales de couleur noire (C0, M0, J0 et N100) d'une taille d'au moins 7 % de la hauteur de l'écran, au moyen du modèle typographique (Roboto black) ; et les mots :

« RETROUVEZ NOS CONSEILS SUR JOUEURS-INFO-SERVICE.FR (09 74 75 13 13 – APPEL NON SURTAXÉ) » sont reproduits sur une ligne, en lettres capitales de couleur noire (C0, M0, J0 et N100), d'une taille d'au moins 5 % de la hauteur de l'écran au moyen du modèle typographique (Roboto black).

La taille de la typographie est adaptée en fonction de la taille du support. Le logo du Gouvernement est centré sous le message à l'intérieur d'un rectangle blanc.

2- Pour les messages publicitaires, de parrainage ou promotionnels diffusés sur support imprimé ou affichage : Le message de mise en garde apparaît au bas du support dans les conditions prévues au 1° du I de l'annexe, donc dans un bandeau fixe en bas de la publicité aux conditions suivantes : Inséré à l'intérieur d'un cartouche de fond jaune (jaune chaud aux valeurs C0, M10, J100 et N0), d'un format minimum de 7 % de la page considérée.

Lorsque la page est à dominante jaune, une marie-louise noire (#000000) est apposée en contour du cartouche. Reproduit en lettres capitales de couleur noire (C0, M0, J0 et N100) au moyen du modèle typographique (Roboto bold) sur deux lignes : Avec une taille au minimum de 39 % de la hauteur du cartouche pour les mots : « LES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD PEUVENT ÊTRE DANGEREUX : PERTES D'ARGENT, CONFLITS FAMILIAUX, ADDICTION... » ; Avec une taille d'au minimum 37 % de la hauteur du cartouche pour les mots :

« RETROUVEZ NOS CONSEILS SUR JOUEURS-INFO-SERVICE.FR (09 74 75 13 13 – APPEL NON SURTAXÉ) ».

La taille de la typographie est adaptée en fonction de la taille du support.

La typographie des messages de mise en garde est alignée à gauche dans le cartouche. Le logo du Gouvernement est aligné à droite du cartouche à l'intérieur d'un rectangle blanc. Sans altération de son contenu. Confidentialité - Conditions Nous utilisons des traceurs à des fins de mesure d'audience uniquement, via la solution Google Analytics. Y consentez-vous ? J'accepte Je

refuse 24/08/2022 16:05 05.08.2022 - Jeux d'argent et de hasard : nouvelles modalités de mise en garde - ARPP https://www.arpp.org/actualite/jeux-argent-hasard-nouvelles-modalites-mise-en-garde/?utm_source=Sarbacane&utm_medium=email&utm_campaign=

4/4 Notons que conformément aux dispositions de l'article D.320-6 du Code de la sécurité intérieure, le message de mise en garde ne peut être apposé qu'une seule fois sur les supports imprimés présentant plusieurs messages publicitaires ou promotionnels en faveur d'un même opérateur de jeu.

Loteries

mercredi 1 juin 2022 14:59

Loteries commerciales

Article L121-20 du Code de la consommation.

Elles concernent les opérations commerciales promotionnelles faisant naître l'espérance d'un gain, peu importe le mode de tirage au sort

Les loteries publicitaires sont licites dès lors qu'elles ne sont pas déloyales. Cela signifie que la loterie ne doit pas être contraire aux exigences de la diligence professionnelle et ni altérer, ou être susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

Les types de loteries

Il existe deux types de loteries :

- celles où tout le monde gagne ;
- celles où le nombre de lots est limité.

Il s'agit dans la plupart des cas de loteries avec pré-tirage. Ceci permet d'annoncer au client :

- qu'il a gagné (dans le premier cas). Outre les lots principaux, un lot de consolation est adressé à chaque participant ;
- qu'il a la possibilité de gagner (dans le second cas).

En tout état de cause, seuls les clients ayant renvoyé leur bon de participation peuvent se voir attribuer un lot.

Très souvent, les messages sont ambigus dans leur rédaction. Une lecture très attentive de la totalité du publipostage (tous les documents, l'enveloppe, etc.) est nécessaire pour apprécier la possibilité pour tout un chacun de gagner un lot principal.

Il faut également se méfier particulièrement des loteries initiées de l'étranger. Les litiges qu'elles peuvent engendrer sont pratiquement toujours insolubles.

Mentions autorisées :

« *Tentez de gagner* »

« *Jeu gratuit ...* » « *Jeu avec obligation d'achat* » suivis des mentions « *voir règlement sur place ou en magasin ou sur le site...* »

Energie

mardi 31 mai 2022 16:41

Energie – Energies fossiles

Energie

Décret du 28 novembre 2006 relatif à la promotion des économies d'énergie dans les messages publicitaires des entreprises du secteur énergétique

Tout message publicitaire concernant l'énergie ou visant à sa consommation effectué par ou pour une entreprise qui vend de l'énergie ou des services afférents à l'utilisation de l'énergie, doit comporter la mention obligatoire :

« L'énergie est notre avenir, économisons-la ! ». Cette mention concerne l'ensemble des médias. Elle doit être lisible, audible ou intelligible.

Ce type de publicité concerne notamment les messages diffusés par voie de presse, par média électronique, par les services de télévision ou de radiodiffusion, sur la correspondance publicitaire destinée aux particuliers et sur les imprimés publicitaires distribués au public.

Elle ne concerne pas la publicité financière et de recrutement. Elle ne concerne pas la publicité pour la vente de poêles, cheminées et insert.

Sanctions :

Sanction pécuniaire, dont le montant est proportionné à la gravité du manquement, à la situation de l'intéressé, à l'ampleur du dommage et aux avantages qui en sont tirés, sans pouvoir excéder 1 500 euros par diffusion sur quelque support que ce soit. Cette somme est portée à 3 000 euros par diffusion en cas de nouveau manquement à la même obligation.

Energies fossiles

A partir du 25 août 2022, toute publicité relative à la commercialisation ou faisant la promotion des énergies fossiles est interdite.

**Au 1er juillet 2023, le décret d'application n'est toujours pas signé
Toute communication est donc autorisée**

Cette interdiction ne concerne pas la publicité sur les carburants dont le contenu en énergie renouvelable est réputé supérieur ou égal à 50 %.

Interdiction - encadrement de l'usage de l'expression « neutre en carbone »

La loi interdit d'affirmer dans une publicité qu'un produit ou service est neutre en carbone ou d'employer toute formulation de signification ou de portée équivalente, à moins que l'annonceur rende aisément disponible au public des éléments d'informations, à savoir :

- un bilan des émissions de gaz à effet de serre intégrant les émissions directes et indirectes du produit ou service ;
- la démarche grâce à laquelle les émissions de gaz à effet de serre du produit ou du service sont prioritairement évitées, puis réduites et enfin compensées ; la trajectoire de réduction des émissions est décrite à l'aide d'objectifs de progrès annuels quantifiés ;
- les modalités de compensation des émissions de gaz à effet de serre résiduelles respectant des standards minimums définis par décret.

Revente à perte

mardi 21 juin 2022 11:00

Articles L442-2 et L 420-5 du code de commerce

Article 420-5, code de commerce : « Sont prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation et de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché une entreprise ou l'un de ses produits ».

Article 442-2, code de commerce : « Le fait, pour tout commerçant, de revendre ou d'annoncer la revente d'un produit en l'état à un prix inférieur à son prix d'achat effectif est puni de 75 000 euros d'amende. Cette amende peut être portée à la moitié des dépenses de publicité dans le cas où une annonce publicitaire, quel qu'en soit le support, fait état d'un prix inférieur au prix d'achat effectif. La cessation de l'annonce publicitaire peut être ordonnée dans les conditions prévues à l'article [L. 121-3](#) du code de la consommation.

Le prix d'achat effectif est le prix unitaire net figurant sur la facture d'achat, minoré du montant de l'ensemble des autres avantages financiers consentis par le vendeur exprimé en pourcentage du prix unitaire net du produit et majoré des taxes sur le chiffre d'affaires, des taxes spécifiques afférentes à cette revente et du prix du transport.

Le prix d'achat effectif tel que défini au deuxième alinéa est affecté d'un coefficient de 0,9 pour le grossiste qui distribue des produits ou services exclusivement à des professionnels qui lui sont indépendants et qui exercent une activité de revendeur au détail, de transformateur ou de prestataire de services final. Est indépendante au sens de la phrase précédente toute entreprise libre de déterminer sa politique commerciale et dépourvue de lien capitalistique ou d'affiliation avec le grossiste. »

6 exceptions à cette interdiction :

- fins de saisons ou entre deux saisons de vente,
- obsolescence technique ou produits démodés,
- réapprovisionnement à la baisse,
- alignement sur un prix plus bas légalement pratiqué dans la même zone d'activité par les magasins dont la surface de vente n'excède pas 300 m² pour les produits alimentaires et 1000 m² pour les produits non alimentaires,
- produits périssables menacés d'altération rapide,
- produits soldés mentionnés à l'article L. 310-3.

Taxi - VTC

mardi 21 juin 2022 15:45

Les taxis et les VTC ont accès à la publicité (Print) :

La réglementation applicable aux taxis impose que ces derniers mentionnent dans leurs communications :

- le nom,
- les coordonnées de l'entreprise
- le lieu exact de la commune de rattachement.

Pour les taxis conventionnés par les Caisses Primaires d'Assurance Maladie, seule la mention « transport de malade assis » est autorisée et non : taxi médical, transport médical ou transport médical assis.

Pas de représentation de croix médical dans leurs encarts, quelle que soit la couleur.

Nouveau

Le décret n°2022-1012 du 18 juillet 2022 relatif à la protection des animaux de compagnie et des équidés contre la maltraitance animale impose de nouvelles obligations pour les petites annonces/publicités en ligne.

Le décret concerne les cessions à titre onéreux ou gratuit des carnivores domestiques par toute personne physique ou morale.

Deux nouvelles mentions sont désormais requises dans les petites annonces/ publicités en ligne concernant le contenu des offres de cession en ligne d'animaux de compagnie :

1. Un message de sensibilisation et d'information¹ sur « les moyens, y compris financiers, nécessaires à la satisfaction des besoins des animaux relatifs à la santé, l'alimentation, les conditions d'hébergement, l'identification, la socialisation, le sevrage et l'éducation »

Ces messages doivent être présentés de manière accessible, aisément lisible et doivent être clairement distinguables des offres qui les accompagnent.

→ Un arrêté doit préciser le contenu de ce message de sensibilisation et d'information. En revanche, les dispositions du II de l'article D214-32-1 du Code rural et de la pêche maritime sont applicables à compter du 1^{er} octobre 2022.

2. Ajout de la mention « annonce vérifiée² » après vérification par l'annonceur ou le service de communication au public des éléments suivants :

« 1° La validité de l'enregistrement de l'animal sur le fichier national d'identification des carnivores domestiques

« 2° L'identité du propriétaire de l'animal ;

« 3° La mention des informations prévues à l'article L. 214-8-1 (à savoir l'âge des animaux, l'existence ou l'absence d'inscription de ceux-ci à un livre généalogique reconnu par le ministre chargé de l'agriculture et le cas échéant, le numéro d'identification de chaque animal.

De plus, toute publication d'une offre de cession à titre onéreux de chats ou chiens doit mentionner le numéro d'immatriculation mentionné à l'article L.214-6-2.

Toute publication d'une offre de cession à titre gratuit doit mentionner explicitement le caractère de don ou de gratuité).

→ La date d'entrée en vigueur de l'obligation de la mention « annonce vérifiée » est fixée au 1^{er} juillet 2023³. A défaut de mise en place du système de contrôle (vérification de la validité de l'enregistrement de l'animal et labellisation de chaque annonce), le service de communication au public ou l'annonceur s'expose à une amende de 7500€

4. Pour rappel, conformément à l'article L214-8 du Code rural et de la pêche maritime ;

— La vente en libre-service d'un animal vertébré est interdite ;

— L'expédition par voie postale d'animaux vertébrés vivants est interdite ;

— Seuls les chiens et les chats âgés de plus de huit semaines peuvent faire l'objet d'une cession à titre gratuit ou onéreux ;

— La cession à titre gratuit ou onéreux aux mineurs d'un animal de compagnie est interdite en l'absence de consentement des parents ou des personnes exerçant l'autorité parentale ;

— Ne peuvent être dénommés comme chiens ou chats appartenant à une race que les chiens ou les chats inscrits à un livre généalogique reconnu par le ministre chargé de l'agriculture.

Dans le cas où il ne s'agit pas d'un chien ou chat de race, la mention « n'appartient pas à une race » doit clairement être indiquée.

Et, dans ce dernier cas, la mention « d'apparence » suivie du nom d'une race peut être utilisée lorsque le vendeur peut garantir l'apparence morphologique de cette race à l'âge adulte.

— La mention « satisfait ou remboursé » ou toute technique promotionnelle assimilée est interdite.

Mentions légales :

Type annonceur : Eleveur
Siret / Siren : 317686897
En possession de la mère : oui
Sevré : plus de huit semaines
N° de portée : LOF-2022025223-2022-1
LOF : oui
Vacciné : oui
Tatoué / pucé : oui
N° puce / tatouage : 250268500937809

VENTE DE CHIENS OU DE CHATS

- l'âge de l'animal ;
- le numéro d'identification de l'animal (ou celui de la mère) ;
- l'inscription ou non de l'animal à un livre généalogique ;
- le nombre d'animaux de la portée ;
- le numéro Siren de l'éleveur ou du vendeur (ou le numéro de portée, si l'animal est inscrit au livre généalogique et son propriétaire dispensé d'immatriculation), uniquement en cas de vente.

Si cession gratuite d'un animal, l'annonce doit en plus indiquer la mention « gratuit ».

La personne qui vend un animal sans fournir de certificat vétérinaire peut être condamnée à une contravention de 750 € maximum.

La mention « de race » suivie du nom d'une race est réservée aux animaux inscrits sur un livre généalogique et disposant d'un numéro de portée. Dans le cas contraire, la mention « n'appartient pas à une race » doit clairement être indiquée.

Pour un animal non qualifié de race, la mention « d'apparence » suivie du nom d'une race peut être utilisée lorsque le vendeur peut garantir l'apparence morphologique de cette race à l'âge adulte.

La cession d'animaux à titre gratuits ou d'animaux ayant été achetés préalablement ne tombent pas sous ce régime.

Tous les chiens et chats, préalablement à leur cession, à titre gratuit ou onéreux, sont identifiés par un procédé agréé par le ministre chargé de l'agriculture. Il en est de même, en dehors de toute cession, pour les chiens âgés de plus de quatre mois et nés après le 6 janvier 1999. L'identification est à la charge du cédant.

ANIMAUX DANGEREUX

(Articles L211-12 et suivants du code rural de la pêche maritime)

- chiens dangereux: les chiens dits de « 1^{ère} catégorie » sont :

- les chiens assimilables par leurs caractéristiques morphologiques aux chiens de race Staffordshire terrier, même non LOF, communément appelés «pit-bulls».
- les chiens assimilables par leurs caractéristiques morphologiques aux chiens de race American Staffordshire terrier, même non LOF, communément appelés «pit- bulls».
- les chiens assimilables par leurs caractéristiques morphologiques aux chiens de race Mastiff, même non LOF, communément appelés «boer bulls».
- les chiens assimilables par leurs caractéristiques morphologiques aux chiens de race Tosa, même non LOF.

Ils doivent être stérilisés et leurs maîtres doivent faire l'objet d'une déclaration

particulière.

Par conséquent les **annonces concernant la cession de ce type de chiots ou de chiens sont interdites.**

ÉQUIDES

Décret 97-1006 du 30 octobre 1997 concernant la mention obligatoire du numéro de SIRE (identification des Haras Nationaux)

CESSIONS INTERDITES

Certains animaux ne peuvent faire l'objet d'une cession comme le singe, l'écureuil de Madagascar, le lémurien, le lézard...

Agences de voyages

vendredi 10 juin 2022 10:31

Article R211-2 du Code du Tourisme

Les personnes physiques ou morales immatriculées au registre prévu à l'article L. 141-3 du code du tourisme doivent mentionner le nom ou la raison sociale et la forme juridique de l'entreprise ou de l'organisme, leur numéro d'immatriculation, le nom et l'adresse de leur garant et de leur assureur dans leur correspondance et les documents contractuels.

Ces informations doivent aussi figurer, le cas échéant, sur leurs sites internet. Sur les documents non contractuels ou publicitaires doivent figurer le nom et l'adresse de l'entreprise ou de l'organisme et son numéro d'immatriculation

Agences matrimoniales

jeudi 2 juin 2022 15:15

Article L224-93 du Code de la consommation

L'offre de rencontre en vue de la réalisation d'une union stable ou d'un mariage, proposée par un professionnel, doit comporter son nom, son adresse ou celle de son siège social, ainsi que son numéro de téléphone.

Chaque annonce doit préciser le sexe, l'âge, la situation familiale, le secteur d'activité professionnel ou la région de résidence de la personne concernée, ainsi que les qualités de la personne recherchée par elle.

Enfin, le professionnel doit pouvoir justifier de l'existence d'un accord de la personne présentée par l'annonce sur le contenu et la diffusion de celle-ci.

Mentions à faire figurer :

Nom de l'agence matrimoniale

Adresse

N° de téléphone

RCS – Mention « Agence Matrimoniale »

Accroche + photo Infos Carte de visite

Auto école

mardi 21 juin 2022 10:05

Arrêté min. du 19 juin 1987 modifié par l'arrêté min. du 21 décembre 1995

Sur toute publicité (sauf annuaire) doivent être mentionnés :

- nom, adresse, n° d'agrément de l'établissement
- si référence à des prestations à l'unité : dénomination précise, durée, prix TTC
- si référence à des prestations forfaitaires :
- répartition des heures de formation entre l'enseignement de code de la route et la pratique de la conduite automobile. Les mentions relatives aux heures d'enseignement de la pratique automobile précisent le nombre d'heures effectives de conduite au volant par l'élève.
- mention précise des frais administratifs (frais d'inscription, de dossier, de présentation à l'examen...) et fournitures inclus dans le forfait;
- indication du nombre d'heures de formation incluses dans le forfait et prévues en sus des obligations réglementaires;
- mention des frais nécessaires à la formation qui demeurent à la charge du consommateur parce qu'ils ne sont pas inclus dans le forfait.

Remarque : les prix indiqués sont TTC.

Antiquaire

vendredi 1 juillet 2022

11:16

Les antiquaires peuvent communiquer si :

- Ils ont un point de vente avec une adresse physique
- Ils sont immatriculés au RCS

Le RCS de la société doit absolument figurer dans l'annonce.

Le nom qui apparaît dans l'annonce doit correspondre à celui qui figure sur le Siret

Rajout des infos liées au rachat d'or si nécessaire

Soumettre les annonces au journal avant parution pour validation

Armes

mardi 21 juin 2022 10:03

Loi n°85-706 du 12 juillet 1985

Quelle que soit leur nature et leur destination, toute prise de P.A. ou d'annonce relative à une arme à feu est interdite.

- **Les armes à feu et leurs munitions :**

Le contenu de la publicité est limité (nom du fabricant ou du distributeur, caractéristiques techniques de l'arme, prix et conditions de vente, etc.) ainsi que le choix des supports (par exemple, revues spécialisées dans la chasse ou le tir sportif).

- **Le gaz anti-agression :**

Il est **possible de recourir à la publicité en matière de gaz anti-agression**, lorsque le produit répond aux conditions suivantes :

L'article 6 du Décret du 6 mai 1995 classe ce type de bombes aérosols en armes de 6^{ème} catégorie (armes blanches) seulement si :

- la concentration de GAZ CS est supérieure à 2% ou si la contenance est supérieure à 100ml
- si la préparation est à base de poivre.

Si l'aérosol est classé en 6^{ème} catégorie :

- tout vendeur est tenu d'en faire la déclaration
- la vente reste totalement libre aux majeurs de 18 ans (ou aux majeurs de 16 ans avec autorisation du représentant légal) et il n'existe aucune interdiction pour en faire de la publicité.

En l'absence d'Arrêté, et contrairement aux autres armes de 6^{ème} catégorie (couteaux, matraques,...) le port de ce type de matériel reste libre.

Par contre, les publicités **pour les armuriers** sont **autorisées** dans la mesure où l'on ne fait pas apparaître d'arme sur le visuel de la publicité. Ce type de publicité est effectué sous forme de « **carte de visite** ».

Bijoux

mardi 21 juin 2022 10:06

Le prix d'achat appliqué aux opérations d'achat de métaux précieux doit être obligatoirement affiché sur le lieu de réception du public et, le cas échéant, sur toutes les pages du site internet portant sur des offres d'achat de métaux précieux.

La mention « au cours de l'or » ou « au cours en vigueur » n'est pas suffisante. Le professionnel n'est pas obligé d'aligner son prix sur celui du cours de l'or et ne peut pas justifier l'absence d'affichage du prix d'achat par son caractère variable.

Les modalités d'affichage du prix d'achat sont précisées par l'arrêté du 18 août 2015 relatif à l'information du consommateur sur les prix d'achat des métaux précieux.

La qualité de l'or est variable selon son « caratage » : les prix sont donc différents selon qu'il s'agit d'or 18 ou 24 carats.

L'achat de métaux fait l'objet d'une taxe dont le professionnel doit mentionner l'existence.

Toute information sur le prix de produits contenant de l'or dont le titre est 750 millièmes ou 916 millièmes ou de produits contenant du platine, de l'argent ou du palladium doit être accompagnée de l'indication du métal précieux utilisé et de son titre exprimé en millièmes.

Lorsqu'il s'agit de produits contenant de l'or dont le titre est 375 millièmes ou 585 millièmes, l'indication de prix doit être accompagnée de la dénomination « alliage d'or », assortie de son titre exprimé en millièmes.

Lorsqu'il s'agit de produits composés de métal précieux - or, platine et argent - et de métal commun juxtaposés, l'indication de prix doit être accompagnée de la mention du nom des métaux entrant dans la composition de l'ouvrage.

Pompes Funèbres

mardi 21 juin 2022 15:44

Articles L2223-31 et 2223-32 du Code général des collectivités territoriales

Les entreprises ou associations habilitées ne peuvent employer dans leurs enseignes, leurs publicités et leurs imprimés des termes ou mentions qui tendent à créer une confusion avec les régies, les délégataires des communes ou les services municipaux.

Les délégataires des communes peuvent, seuls, utiliser la mention : " Délégué officiel de la ville ".

Les régies communales peuvent, seules, utiliser la mention : " Régisseur officiel de la ville ".

Les régies et les entreprises ou associations habilitées doivent faire mention dans leur publicité et leurs imprimés de:

leur forme juridique,

l'habilitation dont elles sont titulaires, le cas échéant, du montant de leur capital.

Bois

mardi 21 juin 2022 10:06

Vente de bois de chauffage

- pour les professionnels, indiquer le numéro Siren.
- pour les particuliers, les seules ventes occasionnelles sont autorisées.

Dans le cas contraire, le particulier s'expose à une requalification en commerçant et/ou à une accusation de travail dissimulé.

Quand la vente émane d'un particulier, il faut indiquer la raison de la vente. (Exemple : déménagement, reliquat d'un stock,...)

Concessions funéraires

mardi 21 juin 2022 10:09

Concessions funéraires (vente)

Article 1128 du code civil

Une concession funéraire est « **hors commerce** » et **ne peut donc faire l'objet d'une publicité**.

En effet, le titulaire d'une concession a un simple droit d'usage sur l'emplacement et non un droit de propriété. Le droit d'usage permet cependant de la céder à titre gratuit ou de l'échanger contre un autre emplacement.

La donation ou l'échange doit faire l'objet d'un acte notarié suivi d'un acte de substitution entre le donateur, le bénéficiaire et le maire.

Deux roues

mardi 21 juin 2022 10:12

Deux-roues à moteur

Recommandation de l'ARPP

1. La publicité ne doit pas argumenter sur la vitesse, ni exploiter l'attrait que celle-ci pourrait représenter, tant dans l'expression visuelle, sonore, qu'écrite de leurs messages.
2. Ne faire aucune publicité en faveur des " kits " et/ou sur les moyens susceptibles de modifier les caractéristiques techniques des produits que la publicité commercialise.
3. Ne pas donner à penser dans leur message que la qualité des deux-roues à moteur en matière de sécurité active et passive permettent de transgresser les règles élémentaires de prudence qui s'imposent à tout conducteur.
4. Ne pas mettre en scène des deux-roues à moteur en contravention avec les règles du code de la route, ou les impératifs de sécurité (notamment, les utilisateurs de deux-roues à moteur porteront toujours un casque homologué).
5. Ne pas susciter chez les conducteurs un comportement agressif, violent, ou portant atteinte aux autres usagers de la route (notamment les produits ne seront jamais présentés roulant sur un trottoir, etc...).
6. Ne pas faire de publicité directe ou indirecte présentant une machine tout terrain en conflit avec le respect de l'environnement.

Jouets

mardi 21 juin 2022 10:23

Recommandation de l'ARPP

- La publicité ne doit **pas argumenter sur la conformité des jouets aux normes**, ces dernières étant obligatoires et s'appliquant par conséquent à tous les jouets.
- Lorsqu'un **prix est annoncé**, il est obligatoire **d'indiquer à quel jouet précis il se réfère**, surtout lorsque le jouet est représenté dans un ensemble.
- La publicité ne doit **pas minimiser le degré d'habileté qu'exige l'utilisation des jouets**. Elle ne doit montrer comme résultat à obtenir (ex : dessin, peinture, construction...) que ce qui peut être réalisé par un enfant moyen dans la tranche d'âge recommandée ou suggérée par la publicité.
- La description écrite, sonore ou visuelle des jouets ne doit pas être susceptible d'induire en **erreur quant à leurs caractéristiques** (exemples : performance, vitesse, durabilité, solidité, dimensions).
- La publicité doit clairement **préciser quand des éléments** (exemples : batteries, peintures, accessoires supplémentaires) **doivent être achetés séparément**.
- La publicité doit préciser **"fonctionne avec des piles"** lorsque le jouet ne fonctionne pas seulement de façon mécanique.
Dans cette hypothèse, et si le prix est indiqué, il faut préciser si les piles sont ou non fournies.
- La **taille réelle des jouets** ou leur échelle doit être **aisément identifiable**, de préférence en les montrant accompagnés d'un objet quelconque dont la taille ou l'échelle peut être aisément connue.
- Dans toute démonstration, il doit être clairement montré si le mouvement est mécanique, électrique ou assuré par une simple opération manuelle.

Livres

mardi 21 juin 2022 10:24

Articles 1 et 7 de la loi n° 81-766 du 10 août 1981

Article 1 : Toute personne physique ou morale qui édite ou importe des livres est tenue de fixer, pour les livres qu'elle édite ou importe, un prix de vente au public.

Ce prix est porté à la connaissance du public. Un décret précisera, notamment, les conditions dans lesquelles il sera indiqué sur le livre et déterminera également les obligations de l'éditeur ou de l'importateur en ce qui concerne les mentions permettant l'identification du livre et le calcul des délais prévus par la présente loi.

Tout détaillant doit offrir le service gratuit de commande à l'unité. Toutefois, et dans ce seul cas, le détaillant peut ajouter au prix effectif de vente au public qu'il pratique les frais ou rémunérations correspondant à des prestations supplémentaires exceptionnelles expressément réclamées par l'acheteur et dont le coût a fait l'objet d'un accord préalable.

Les détaillants doivent pratiquer un prix effectif de vente au public compris entre 95 % et 100 % du prix fixé par l'éditeur ou l'importateur. Lorsque le livre est expédié à l'acheteur et n'est pas retiré dans un commerce de vente au détail de livres, le prix de vente est celui fixé par l'éditeur ou l'importateur. Le détaillant peut pratiquer une décote à hauteur de 5 % de ce prix sur le tarif du service de livraison qu'il établit, sans pouvoir offrir ce service à titre gratuit.

Dans le cas où l'importation concerne des livres édités en France, le prix de vente au public fixé par l'importateur est au moins égal à celui qui a été fixé par l'éditeur.

Article 7 : Toute publicité annonçant des prix inférieurs au prix de vente au public mentionné à l'article 1er (alinéa 1er) est interdite hors des lieux de vente

Objets de collection

mardi 21 juin 2022 10:51

Recommandation de l'ARPP

Par objets de collection on entend certains véhicules de collection, certaines collections de monnaies et de médailles, certains dessins, tableaux et peintures, certaines sculptures et statues, certaines lithographies et gravures...

- La qualité de "**rareté**" appliquée à des objets non produits directement par ou pour l'annonceur doit pouvoir être justifiée par le témoignage d'experts qualifiés.
- Les termes "**édition limitée**" ou "**offre limitée**" (ou toute expression équivalente) ne peuvent être utilisés qu'accompagnés de l'indication du nombre total d'objets produits ou qui pourront être produits, tant dans le pays considéré qu'à l'étranger.
- Toute allusion à une production "**artisanale**" ne peut être utilisée que pour des objets fabriqués en petite quantité par des artisans.
- S'il est indiqué que la valeur d'un objet est en rapport avec la quantité de **métal précieux** qu'il contient, le poids de métal précieux qui entre dans sa composition doit être précisé.

Produits destinés à l'agriculture

mardi 21 juin 2022 16:54

Article L253-5 du code rural:

Toute publicité commerciale est interdite pour les produits mentionnés à [l'article L. 253-1](#) (produits phytopharmaceutiques), à l'exception des produits de biocontrôle figurant sur une liste établie par l'autorité administrative.

Par dérogation, la publicité destinée aux utilisateurs professionnels des produits mentionnés à l'article L. 253-1 est autorisée dans les points de distribution de produits à ces utilisateurs et dans les publications qui leur sont destinées.

Un décret définit les conditions dans lesquelles les insertions publicitaires sont présentées. Ces insertions publicitaires mettent en avant les principes de la lutte intégrée, les bonnes pratiques dans l'usage et l'application des produits pour la protection de la santé humaine et animale et pour l'environnement, et les dangers potentiels pour la santé humaine et animale et pour l'environnement.

Produits jardinage

mardi 21 juin 2022 10:20

Recommandation de l'ARPP

Règles générales :

- les mentions obligatoires devront apparaître sur la publicité, de façon lisible. La taille et le corps des caractères seront choisis en fonction du support et perceptibles dans des conditions normales de lecture.
- un effort particulier devra être fait pour toutes les mentions touchant à la manipulation des dits produits et pouvant mettre en cause la sécurité même du consommateur. On veillera à ne pas donner, ou paraître donner, une garantie complète de sécurité.
- les mentions à caractère négatif relatif à la sécurité pour l'homme et l'environnement sont interdites, notamment les mentions suivantes : sans danger, sans risque, naturel donc sans danger, non toxique, sans danger pour les abeilles, non polluant, biodégradable, respecte l'environnement.
- par contre la mention spécifique pour le maintien de l'environnement "Préserve la couche d'ozone" peut être ajoutée si le produit rentre dans cette catégorie.

Produits phytosanitaires : les mentions suivantes en caractères lisibles :

- le nom homologué
- les substances contenues
- Si produit classé : mention "dangereux" et "respecter les précautions d'emploi",
- Le nom ou la raison sociale de l'entreprise responsable.
- Les mentions à caractère négatif relatives à la sécurité pour l'homme et l'environnement (exemple " non classé ", " non nocif ", " non dangereux pour les abeilles ") sont interdites.

- **Matières fertilisantes :** amendements organiques, Engrais, Amendements organiques avec Engrais, support de culture...

La réglementation générale des Fraudes leur est applicable (exemple : affirmation mensongère, tromperie sur la marchandise, concurrence déloyale.)

- **Naturel (le)/ substance :** issue de gisement naturel et n'ayant subi, après leur extraction, de traitement autre que traitement mécanique (tri, broyage), traitement thermique, de décantation, lavage ou mise en solution dans l'eau.

Constituée de produits d'origine animale et/ou végétale. Elle doit être exempte de tout additif chimique de synthèse et de boues, de gadoues, ou composts urbains. Les conditions d'utilisation de ce terme sont les suivantes :

- constituer l'accroche publicitaire du message.
- induire une relation avec un caractère non dangereux du produit.
- conduire une opposition avec les autres produits ayant la même destination.

- **dénigrement :** toute mention induisant une supériorité technique par rapport au produit concurrent est déconseillée ainsi que les mentions excessives d'efficacité dont quelques exemples suivent ci-après : l'arme absolue, la solution, protection absolue, la seule méthode, destruction garantie, haut de gamme, tout, toutes, le procédé le plus économique, le plus simple, le premier, le meilleur...

Tabac / Cigarette électronique

mercredi 1 juin 2022 15:04

Tabac

Articles L 3511-1 du code de la santé publique

Toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac, des produits du tabac ou des ingrédients définis à l'article L 3511-1, al. 2 du Code de la santé publique (par exemple, le papier à cigarettes ou le filtre) est interdite (article L 3511- 3, al. 1 du code de la santé publique).

Est considérée comme publicité directe ou indirecte : la publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que le tabac, lorsque, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou un autre signe distinctif, elle rappelle le tabac.

Ex : est interdite la publicité :

- pour les vêtements et accessoires Marlboro ou Camel
- pour des voyages parrainés par des marques de tabac (Raid Gauloises)

Cigarettes électroniques

La cigarette électronique est assimilée à la législation sur le tabac prévu à l'article L3511-3 du Code de la Santé publique :

« Toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac, des produits du tabac ou des ingrédients définis à l'article L 3511-1, al. 2 du Code de la santé publique (par exemple, le papier à cigarettes ou le filtre) est interdite (article L 3511-3, al. 1 du code de la santé publique). »

Toute publicité est donc interdite.

Mention RCS obligatoire

mardi 21 juin 2022 19:05

RCS

Obligatoire dans la publicité :

- aucune adresse,
- pas de site internet...

Si seulement un téléphone et une adresse mail. Rajouter obligatoirement le RCS

TOUTES LES MENTIONS LÉGALES DOIVENT ÊTRE EN CORPS 6 (MINIMUM) ET À L'HORIZONTALE

Exemple : RCS Vannes B 302 519 368

Rachat d'or

mardi 21 juin 2022 15:41

Cette fiche de doctrine a pour objet de fixer les règles que les professionnels de la publicité (annonceurs, agences, supports publicitaires et membres correspondants, comme les organisations professionnelles) ont choisi de se donner pour que la publicité portant sur l'activité de rachat d'or et à destination du consommateur, qui aura le statut de vendeur lors de l'opération commerciale, intègre la préoccupation de responsabilité sociale.

Il est rappelé que l'activité de rachat d'or est strictement encadrée et réglementée.

En effet, le Code Général des Impôts prévoit, une déclaration d'activité au bureau de garantie territorialement compétent, la tenue d'un livre de police permettant aux autorités un contrôle indispensable pour assurer la traçabilité des ouvrages en métaux précieux et limiter le risque de recel.

Le Code Monétaire et Financier prévoit, notamment, la vérification de l'identification des clients lorsqu'il n'y a pas de représentation physique, ainsi que la déclaration auprès de Tracfin, le service du traitement du renseignement et action contre les services financiers clandestins, afin de signaler les opérations atypiques.

Enfin, toute transaction est soumise pour le vendeur à une déclaration auprès de l'administration fiscale et au paiement d'une taxe.

Par ailleurs, dans le cadre d'une opération de rachat d'or à distance, le professionnel proposant le rachat d'or rend accessible, auprès du public, par tous moyens, une information relative à la valeur maximum assurée pour l'envoi.

1- Champ d'application

Sont visées, par la présente fiche de doctrine, les publicités portant sur l'activité de rachat d'or, quels que soient leurs formes et formats, et quels que soient leurs supports de diffusion.

2- Précautions en matière de publicité

Les professionnels s'engagent à communiquer sur ce sujet de manière responsable, en élaborant et diffusant des publicités conciliant la libre expression publicitaire et la protection des publics, notamment les publics vulnérables ou en manque d'information face à ce type d'activité.

Outre les textes en vigueur applicables aux publicités en faveur de l'activité de rachat d'or et l'ensemble des Recommandations de l'ARPP, en particulier les Recommandations Publicité de Prix, s'il y a lieu, et Mentions et Renvois, les professionnels concernés s'engagent à respecter les règles déontologiques suivantes :

1. Transparence et identification de l'annonceur

L'annonceur à l'origine de la publicité doit être clairement identifié ou identifiable. Cette identification doit être lisible et/ou audible et facile d'accès pour tout consommateur.

Le consommateur doit pouvoir identifier directement l'annonceur dans la publicité et vérifier son

identité par le biais des mentions légales.

La publicité mentionne, par tous moyens, que la transaction liée au rachat d'or est soumise à une obligation fiscale pour le vendeur (reçu, information...).

2. Clarté, loyauté et véracité de la publicité

Toute référence au positionnement, aux revendications ou aux témoignages doit reposer sur des éléments objectifs, proportionnés, véridiques et vérifiables. Elle ne doit pas être présentée de manière trompeuse ou abusive.

Le contenu de la publicité et les promesses alléguées doivent être véridiques et répondre au principe de loyauté.

3. Responsabilité sociale et protection des mineurs

La publicité portant sur l'activité de rachat d'or ne doit pas, de quelque manière que ce soit, laisser croire qu'un paiement en espèces est possible. Afin d'éviter toute situation litigieuse, toute présentation visuelle ou orale d'espèces doit, dès lors, être accompagnée de l'information selon laquelle le paiement en espèces n'est pas autorisé.

La publicité pour l'activité de rachat d'or ne doit pas, de quelque manière que ce soit, s'adresser aux mineurs, compte tenu de leur incapacité légale à y accéder ou à y souscrire. Une information parfaitement lisible et/ou audible précisant que l'activité de rachat d'or est interdite aux mineurs doit également être indiquée dans les publicités.

Exemple non conforme avec le retour ARPP

La publicité pour GoldUnion, située à Lorient, présente une femme blonde en robe rouge tenant des billets de 50 euros. Le texte principal annonce : **100€ OFFERTS*** et **NOUS VOUS DONNONS DE L'ARGENT EN RACHETANT VOTRE OR**. Les services proposés incluent : Bijoux cassés, neufs, anciens ; Pièces or et argent ; Argenterie ; Lingots or et argent, **AU MEILLEUR PRIX DU MARCHÉ**. Des logos indiquent une expertise gratuite sans rendez-vous et une affiliation à l'ARPP. Les coordonnées sont : 7 rue de l'Assemblée Nationale, LORIENT, 02 90 98 15 17 - goldunion.fr. Une note en bas précise : * Pour toute transaction supérieure ou égale à 50g d'or. Seul un paiement par virement ou par chèque est réglementairement autorisé. L'activité de rachat d'or est interdite aux mineurs. La transaction liée au rachat d'or est soumise à une obligation fiscale (reçu, information...). RCS 799250873

Objet : CONSEIL

Identifiant de dossier : CSEIL_GOLDU_2023_04_0232

Annonceur : GOLD UNION

Produit (s) : **GOLD UNION**

Nature(s) : 23010101 Corporate d'entreprise y compris sites institutionnels

Titres : 100 euros offerts

Monsieur,

Nous avons examiné avec attention votre demande de conseil concernant le projet de publicité cité en référence.

Au regard des dispositions déontologiques et juridiques en vigueur, celui-ci appelle les observations suivantes :

- En premier lieu nous attirons votre attention sur le fait que l'annonceur « acheteur » devra s'être déclaré auprès du bureau de garantie territorialement compétent, et tenir un livre de police assurance la traçabilité de ses transactions conformément aux dispositions du **Code général des impôts**.
- Conformément à la **fiche de doctrine ARPP « Publicité en faveur de l'activité de rachat d'or »** :
 - la dénomination sociale exacte de l'annonceur, si différente de l'intitulé mis en avant, devra être ajoutée de façon lisible.
 - concernant la mention « seul un paiement par virement ou par chèque est réglementairement autorisé », du fait de la mise en image de billets, nous postulons pour l'intégration d'une mention plus explicite sur l'impossibilité d'une transaction en espèces.
Nous déconseillons la formulation « Nous vous donnons de l'argent » associée à la dite-représentation de billets, susceptible d'occulter l'interdiction évoquée ci-dessus.
- Les éventuelles autres conditions essentielles de l'offre « 100€ offerts » devront être ajoutées en mentions de façon lisible conformément aux dispositions **des articles 4 et 5 du Code ICC** (dates de validité...).
- Comment l'annonceur justifie t'il du bien-fondé de l'allégation « au meilleur prix du marché » ? de la formulation « la référence achat et vente d'or » ?
- L'annonceur veillera à avoir obtenu l'intégralité des autorisations nécessaires à la reprise des éléments protégés par des droits de propriété intellectuelle (logo Monnaie de Paris...).
- Dans l'hypothèse où la silhouette du mannequin a été retouchée, une mention de type « Photographie retouchée » devra être insérée de façon lisible, conformément aux dispositions de **l'article L.2133-2 du Code de la santé publique**.

Nous vous remercions de votre démarche qui traduit votre intérêt pour l'autodiscipline publicitaire.

Serrurerie et alarmes

mardi 21 juin 2022 12:14

Article 15 du code de la Chambre de commerce internationale

« La publicité ne doit comporter aucune référence à une garantie qui n'accorde pas à l'acheteur des droits autres que ceux établis par la loi. La publicité ne peut comporter les mots « garantie », « garanti » ou des mots ayant le même sens, à moins que les messages publicitaires ne précisent clairement toutes les conditions de la garantie et le recours ouvert à l'acheteur ou que celui-ci puisse obtenir ces précisions par écrit au point de vente ou les trouver jointes au produit ».

L'annonce ne doit pas faire, directement ou indirectement, référence à une garantie de résultat.

- **agrément, homologation et qualification** : aucun service public ne délivrant d'agrément, aucune annonce ne doit en faire état.

Concernant les alarmes : en matière d'assurance, l'Assemblée plénière des sociétés d'assurance est seule habilitée pour donner l'agrément à un installateur. La date de l'agrément doit figurer clairement dans l'annonce.

Concernant les serrures : aucune assurance ne délivre d'agrément.

- **prix** : toute indication de prix doit préciser si la pose, la garantie et la maintenance sont comprises ou non.

PUBLICITE POUR LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS A BASE DE CBD

Un arrêté, du 30 décembre 2021 portant application de l'article R 5132-86 du code de la santé publique est venu modifier les règles publicitaires relatives à la vente du CBD.

Voici ce qui est acceptable et interdit en la matière :

CE QUI EST ACCEPTABLE

- Publicité d'image sur le magasin
 - Visuels possibles mais uniquement visuels de la boutique sans distinction de produits
 - Mentions génériques sur les produits vendus : vêtements, cosmétiques et produits d'hygiène
- Indication du site possible
- Promotion de certains produits, uniquement ceux issus de fibres ou de graines avec une teneur en THC < ou = à 0,3 g

CE QUI EST INTERDIT

- Pas de visuel de fleurs ni de feuille car la vente en est interdite
- Pas d'allégations thérapeutiques ni de publicité vantant le cannabis sous peine de sanctions pénales
- La publicité ne doit pas entretenir de confusion entre le cannabidiol et le CBD et faire ainsi la promotion du cannabis.

Cette pratique étant susceptible de constituer l'infraction pénale de provocation à l'usage de stupéfiants. Ainsi, les termes : « bien-être, détente, anti-stress, sérénité, anxiété, stress, nausée, soulagement des douleurs... » par exemple, ne sont pas autorisés.



ZOOM SUR... LE CBD

Représentation en publicité : La situation initiale

Interdiction de la production, mise sur marché, emploi et usage
(Article R.5132-86 du Code de la santé publique) :

- 1°/ Du **cannabis (plante/résine)** et des préparations qui en contiennent ou sont obtenues à partir de ces éléments
- 2°/ du **THC et ses dérivés** (sels, esters, éthers, préparations...).



Par extension, en publicité : Pas de mise en avant de ces produits :

Article L.3421-4 CSP : Incitation au délit évoqué ci-dessus

Article 2 du Code ICC sur la responsabilité sociale des publicités



ZOOM SUR... LE CBD

Représentation en publicité : L'arrêt KANAVAPE

Clarification relative aux produits à base de CBD : S'ils respectent le seuil de 0,2% de THC) leur vente n'entre pas dans le cadre de l'infraction de « détention offre, acquisition de produits stupéfiants »

- si produit légalement dans un autre Etat-membres de l'UE (Libre circulation des marchandises)
- Et même si extrait de la plante dans son intégralité (Donc au-delà seules graines et fibres)

(CJUE 19/11/2020 KANAVAPE repris par Crim 23/06/2021)

SAUF cas où cette interdiction permettrait de réaliser un objectif proportionné de protection de santé publique

La jurisprudence plaide donc pour une autorisation de la commercialisation des produits à base de CBD **issus de la totalité de la plante (plus seulement graines et fibre)**

La vente de fleurs est donc autorisée à la vente si le taux de THC est bien inférieur

ZOOM SUR... LE CBD

La doctrine actuelle (1) : Les éléments visuels

Elargissement des possibles =
MAIS limité par un éventuel faisceau d'indices en faveur d'une utilisation illicite (cannabis récréatif, éléments psychotropes...)

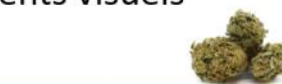
Application de l'article R.5132-86 du Code de la santé publique et de la Loi du 10 janvier 1991 dans sa partie relative à la lutte contre le tabagisme

PAS DE PUBLICITE POSSIBLE POUR LA FLEUR

L'exemple de la feuille :

OK si logo de la marque, sur le conditionnement, si vient illustrer l'ingrédient du produit

NON si participe à un faisceau d'indices global créant une ambiguïté sur l'aspect récréatif de la substance



ZOOM SUR... LE CBD

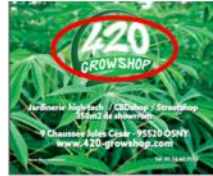
La doctrine ARPP actuelle (2) : Le cas des marques

Certaines dénominations peuvent reprendre des termes participant à créer cette ambiguïté (« weed », « smoke » etc...)

Le rôle de l'ARPP se limitant à l'examen des contenus publicitaires :

1°/ Renvoi au **dépôt de marque** auprès de l'INPI qui réalise dans ce cadre un contrôle de légalité

2°/ Examen plus approfondi de l'ARPP concernant la **déclinaison publicitaire** notamment au regard du faisceau d'indices évoqué



ZOOM SUR... LE CBD

La doctrine ARPP actuelle (3) : Les allégations santé

Possibilité de vendre des produits alimentaires contenant du CBD (toujours si moins 0,2% THC)

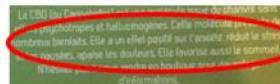
MAIS pas d'allégation santé, à défaut de tout dépôt auprès de l'EFSA au niveau européen visant le CBD pour le moment

Bien-être

Détente

Anti-stress

Sérénité



Distinguer :

1°/ **CBD** (CannaBiDiol) = Molécule présente dans le chanvre sans effet stupéfiant

2°/ **THC** = élément psychotrope et addictif

Sont **autorisés à la vente** les produits contenant des **graines** ou **fibres** issus du chanvre, si moins de 0,2% de THC (Art. 1 Arrêté du 22 août 1990)

Ces produits ont donc accès à la publicité

Interdiction de la production, mise sur marché, emploi et usage (Article R.5132-86 du Code de la santé publique) :

1°/ Du cannabis (plante/résine) et des préparations qui en contiennent ou sont obtenues à partir de ces éléments

2°/ du THC et ses dérivés (sels, esters, éthers, préparations...).

Par extension, en publicité : Pas de mise en avant de ces produits :

Article L.3421-4 CSP : Incitation au délit évoqué ci-dessus

Article 2 du Code ICC sur la responsabilité sociale des publicités

Clarification relative aux produits à base de CBD :

S'ils respectent le seuil de 0,2% de THC) leur vente n'entre pas dans le cadre de l'infraction de « détention offre, acquisition de produits stupéfiants »

- si produit légalement dans un autre Etat-membres de l'UE (Libre circulation des marchandises)
Et même si extrait de la plante dans son intégralité (Donc au-delà seules graines et fibres)

(CJUE 19/11/2020 KANAVAPE repris par Crim 23/06/2021)

SAUF cas où cette interdiction permettrait de réaliser un objectif proportionné de protection de santé publique

La jurisprudence plaide donc pour une autorisation de la commercialisation des produits à base de CBD issus de la totalité de la plante (plus seulement graines et fibre)

La vente de fleurs est donc autorisée à la vente si le taux de THC est bien inférieur

Elargissement des possibles =

MAIS limité par un éventuel faisceau d'indices en faveur d'une utilisation illicite (cannabis récréatif, éléments psychotropes...)

Application de l'article R.5132-86 du Code de la santé publique et de la Loi du 10 janvier 1991 dans sa partie relative à la lutte contre le tabagisme

L'exemple de la feuille :

OK si logo de la marque, sur le conditionnement, si vient illustrer l'ingrédient du produit

NON si participe à un faisceau d'indices global créant une ambiguïté sur l'aspect récréatif de la substance

Certaines dénomination peuvent reprendre des **termes participant créer cette ambiguïté** (« weed », « smoke » etc...)

Le rôle de l'ARPP se limitant à l'examen des contenus publicitaires :

1°/ Renvoi au **dépôt de marque auprès de l'INPI** qui réalise dans ce cadre un contrôle de légalité

2°/ Examen plus approfondi de l'ARPP concernant **la déclinaison publicitaire** notamment au regard du faisceau d'indices évoqué

Possibilité de vendre des produits alimentaires contenant du CBD (toujours si moins 0,2% THC)

MAIS pas d'allégation santé, à défaut de tout dépôt auprès de l'EFSA au niveau européen visant le CBD pour le moment

Ventes au déballage

mardi 21 juin 2022 15:27

Article L310-2, I al 2 du code de commerce

Sont considérés comme ventes au déballage les ventes et rachats de marchandises effectués dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public ou au rachat de ces marchandises ainsi qu'à partir de véhicules spécialement aménagés à cet effet.

Sont concernées les ventes de marchandises effectuées dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public de ces marchandises, y compris :

- les ventes à partir de véhicules spécialement aménagés,
- les manifestations dites "[foires à tout](#)", "vide greniers", etc.
- dans les centres commerciaux, les surfaces non affectées à la vente (galeries marchandes,...)

Ne sont pas concernées les ventes des professionnels qui justifient d'une permission de voirie ou d'un permis de stationnement sur la voie publique, si la surface de vente ne dépasse pas 300 m².

Ne sont pas concernées non plus par cette réglementation les tournées habituelles de voisinage.

Durée

Les ventes au déballage ne peuvent durer plus de deux mois par année civile dans un même local ou sur un même emplacement. Cette période peut être fractionnée.

Lorsque le maire constate un dépassement des délais d'occupation du lieu où est projetée la vente, il doit en informer le déclarant au moins huit jours avant le début de la vente, et lui préciser les sanctions encourues s'il réalise la vente envisagée.

Les particuliers non-inscrits au registre du commerce et des sociétés ne sont autorisés à participer qu'à deux ventes au déballage par an au maximum. Ils ne peuvent y vendre que des objets personnels et usagés (cas des brocantes et vide-greniers).

Mentions publicitaires

Sur tout document publicitaire relatif à une vente au déballage, l'annonceur doit préciser les mentions obligatoires suivantes :

- la période autorisée
- l'identité et la qualité du bénéficiaire.

Toute vente ouverte au public dans un lieu privé ou public est assimilée à une vente au déballage (ex : foire à la brocante, bourse d'échange, braderie, vide grenier...).

Mais il existe des exceptions telles que la vente associative, les enchères publiques, les professionnels avec permis de voirie...

Pour toutes les manifestations commerciales (foires, salons,...), il n'y aucune obligation, pour l'organisateur, de mentionner le prix d'entrée à la manifestation même si c'est fortement conseillé, à titre d'information.

Ventes aux enchères publiques

mardi 21 juin 2022 15:25

Loi du 20 juillet 2011 de libéralisation des ventes aux enchères

On distingue notamment deux catégories de ventes aux enchères publiques :

- les ventes volontaires de meubles aux enchères publiques
- les autres ventes aux enchères.

- **Les ventes volontaires de meubles aux enchères publiques :**

Ne peuvent porter que sur :

- des biens d'occasion
- des biens neufs issus directement de la production du vendeur si celui-ci n'est ni commerçant ni artisan.

Publicité avant la vente

Les Organismes de Ventes Volontaires doivent organiser avant toute vente « une publicité sous toute forme appropriée ». *Article L321-11 al 1 du Code de commerce* La loi n'impose aucune forme de publicité. Celle-ci se fait, en général, par voie d'affichage sur le lieu de la vente et dans la presse généraliste et spécialisée. Le catalogue ou la plaquette de vente constituent une mesure de publicité.

La publicité doit indiquer au moins :

- la date et le lieu de la vente projetée,
- la dénomination de la société organisatrice,
- le nom du commissaire-priseur habilité* qui dirigera la vente
- et, le cas échéant, le numéro de la déclaration faite en application de l'article L. 321-24 du même code (Article L 321-11 du code de commerce et article 27 du décret n° 2001-650 du 19 juillet 2001).

Ces ventes sont organisées par des sociétés commerciales agréées à ce titre. Elles peuvent également être organisées et réalisées à titre accessoire par les notaires et les huissiers de justice à la demande du propriétaire des biens.

Les annonces pour les ventes volontaires de meubles aux enchères publiques n'ont pas à revêtir le caractère d'annonces légales.

- **Les autres ventes aux enchères :**

- les ventes prescrites par la loi
- les ventes faites par autorité de justice
- les ventes qui ont lieu après décès, liquidation ou cessation de commerce
- dans tous les autres cas de nécessité dont l'appréciation est soumise au tribunal de commerce.
Dans ces cas particuliers, une annonce légale est nécessaire.

Ventes avec prime

mardi 21 juin 2022 15:26

Pour qu'il y ait prime, il faut :

- au préalable l'achat d'un produit ou d'un service : les cadeaux attribués indépendamment de toute vente ne sont donc pas considérés comme prime ;
- qu'elle soit gratuite : les achats permettant d'avoir des remises et tarifs promotionnels ne constituent pas des ventes avec primes.

Un échantillon, un menu objet ou encore un produit identique au produit acheté sont considérés comme des primes s'ils sont remis à titre gratuit.

Dans le cas où ces primes sont constituées d'objets distribués dans le but de satisfaire à des exigences environnementales, ils doivent être entièrement recyclables, qu'il s'agisse de carton recyclable ignifugé ou d'encres alimentaires.

Une pratique est déloyale :

- si elle est contraire à la diligence professionnelle, c'est-à-dire aux attentes légitimes du consommateur vis-à-vis du professionnel ;
- si elle altère ou est de nature à altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé à l'égard du bien ou du service concerné.

Interdictions de primes pour certains produits spécifiques :

- primes applicables aux produits et services proposés pour la gestion d'un compte de dépôt :
- En application de l'article L.3512-4 du Code de la santé publique, est interdite notamment toute distribution gratuite d'un produit du tabac, c'est-à-dire un produit destiné à :
être fumés, même s'ils contiennent partiellement du tabac ; prisés, mâchés ou sucés dès lors qu'ils contiennent du tabac.

Ventes directes d'usine

mardi 21 juin 2022 15:27

Loi n° 96-603 du 5 juillet 1996

Ces ventes directes aux consommateurs ne sont plus soumises à l'obtention d'une autorisation.

En revanche, la loi du 5 juillet 1996 (article L310-4 du code de commerce) a réservé la dénomination de magasin ou de dépôt d'usine aux seuls producteurs qui écoulent à prix réduits, leurs articles de la saison antérieure de commercialisation. Ces producteurs doivent tenir à disposition des agents de contrôle « toutes pièces justifiant de l'origine et de la date de fabrication des produits faisant l'objet de ces vente directes ».

Mais lorsqu'un distributeur utilise une dénomination telle que « entrepôt » ou « fabrique », il peut être aujourd'hui poursuivi au titre de la publicité mensongère. Cf. vente à prix réduits.

Ventes subordonnées

mardi 21 juin 2022 15:26

Article L122-1 du code de la consommation

Il est interdit de refuser, à un consommateur, la vente d'un produit ou la prestation d'un service, sauf motif légitime, et de subordonner la vente d'un produit à l'achat d'une quantité imposée ou à l'achat concomitant d'un autre produit ou d'un autre service ainsi que de subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service ou à l'achat d'un produit. » dès lors que cette subordination constitue une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L 120-1.

L'acheteur doit pouvoir acheter chaque produit séparément.

L'interdiction vise trois pratiques différentes :

- **la vente conditionnelle** : c'est l'obligation pour l'acheteur d'un produit ou un demandeur de services, d'acquérir en même temps un autre produit ou de se faire rendre un service.
- **la vente par lots** : elle n'est autorisée que si l'acheteur a la possibilité d'acquérir séparément ce produit et de recomposer le coût théorique du lot.
- **la vente par quantité imposée** : elle n'est autorisée que s'il y a un conditionnement unique (yaourts...).

Publicité : en cas d'annonce publicitaire, la disponibilité des produits doit être assurée pendant tout le temps de l'opération.

Ouverture du dimanche

mardi 21 juin 2022 10:13

Un commerce sans salarié peut ouvrir le dimanche, sauf si un arrêté préfectoral ordonne la fermeture pour une activité commerciale spécifique.

En revanche, l'ouverture ce jour-là d'un commerce qui emploie des salariés, dont le repos hebdomadaire est en principe fixé le dimanche, n'est possible que s'il existe des dérogations.

Fermeture obligatoire hebdomadaire

Certaines activités commerciales sont réglementées par des arrêtés préfectoraux qui imposent un jour de fermeture obligatoire, que le commerce emploie des salariés ou pas.

Le jour de fermeture hebdomadaire imposé par l'arrêté préfectoral concerné doit être respecté. Aucune dérogation individuelle n'est possible.

Toutefois, certains arrêtés prévoient des périodes de suspension ou des exceptions collectives à la fermeture hebdomadaire, pendant les fêtes de fin d'année ou les périodes de soldes par exemple.

Pour certains commerces, le jour de fermeture obligatoire coïncide avec le dimanche. Pour d'autres commerces, le jour de fermeture peut être un lundi.

Dérogations permanentes de plein droit Contraintes de production et besoins du public

Certains établissements qui emploient des salariés peuvent ouvrir le dimanche, sans autorisation préalable, s'ils sont présents dans les secteurs nécessaires à la continuité de la vie économique et sociale, comme par exemple :

- les hôtels, cafés, restaurants et débits de tabac,
- les distributeurs de carburant (stations-service),
- les magasins de meubles, mais pas les magasins de bricolage,
- les commerces de fleurs naturelles (fleuristes) et de marée (poissonneries),
- les établissements de santé et sociaux,
- les entreprises de transport et d'expédition,
- les entreprises de presse et d'information,
- les musées et salles de spectacles,
- les marchés ou foires,
- les services à la personne,
- les industries qui utilisent des matières premières périssables (par exemple, fabrication de produits alimentaires).

Attention : le repos hebdomadaire le dimanche doit être attribué au personnel par roulement et par quinzaine.

Commerces alimentaires

Les commerces de détail alimentaires peuvent, sans demande préalable, être ouverts le dimanche jusqu'à 13 heures.

Les salariés de moins de 21 ans, qui sont logés chez leur employeur, ont un repos compensateur, par roulement et par semaine, d'un autre après-midi.

Zones touristiques

Les commerces de détail non alimentaires situés dans une commune touristique ou thermale, ou dans une zone touristique d'affluence exceptionnelle ou d'animation culturelle permanente, dont le périmètre est strictement délimité, peuvent, sans autorisation préalable, ouvrir le dimanche et accorder le repos hebdomadaire par roulement aux salariés.

Le caractère touristique de la commune ou de la zone doit avoir été au préalable établi par arrêté préfectoral. La liste des zones concernées est fixée par le préfet sur proposition du maire, après avis du comité départemental du tourisme, des syndicats des employeurs et des salariés, ainsi que des communautés de communes, des communautés d'agglomération et des communautés urbaines. L'employeur n'est pas tenu de donner une contrepartie au salarié qui travaille le dimanche, sauf si des conventions ou accords collectifs le prévoient.

Dérogations par autorisation administrative Préjudice au public ou à l'établissement

Si le fait de fixer le repos de tous les salariés le dimanche est préjudiciable au public ou compromet le fonctionnement de l'entreprise, le préfet peut accorder, pour une durée temporaire (sur l'année ou à certaines périodes), le repos :

- un autre jour que le dimanche à tous les salariés de l'établissement,
- du dimanche midi au lundi midi,
- le dimanche après-midi avec un repos compensateur d'une journée par roulement et par quinzaine,
- par roulement à tout ou partie des salariés.

Le préfet peut délivrer des autorisations d'extension permettant de faire bénéficier l'autorisation donnée à un établissement aux établissements de la même localité, ayant une activité et clientèle identiques. Ces autorisations d'extension sont accordées en cas d'accord collectif applicable à l'établissement concerné par l'extension, ou en cas de décision unilatérale de l'employeur approuvée par référendum.

Périmètres d'usage de consommation exceptionnel (Puce)

Dans les agglomérations de plus d'1 million d'habitants (Paris, Lille et Aix-Marseille, sauf Lyon), il existe des périmètres d'usage de consommation exceptionnel (Puce), dont la liste et le périmètre sont établis par le préfet de région sur demande du conseil municipal.

Ces périmètres se caractérisent par des habitudes de consommation dominicale, l'importance de la clientèle et/ou l'étendue de la zone de chalandise.

Les commerces de détail qui y sont installés peuvent ouvrir le dimanche et donner le repos par roulement aux salariés sur autorisation préalable du préfet accordée pour 5 ans.

L'autorisation de donner le repos par roulement est accordée soit en cas d'accord collectif, soit en cas de décision unilatérale de l'employeur prise suite à un référendum.

Dérogations ponctuelles

Les commerces de détail non alimentaires peuvent ouvrir, dans la limite de 5 dimanches par an, sur autorisation préalable du maire (ou du préfet de police à Paris).

Ces dérogations collectives sont accordées pour permettre l'exercice de l'activité pendant les périodes de soldes (hiver/été) ainsi que la période précédant les fêtes de fin d'année.

Les dates sont déterminées par les organisations professionnelles et concernent la totalité des commerces relevant de chaque branche d'activité.

Aucune demande de dérogation n'est à formuler. En contrepartie, les salariés ont droit à :

- un salaire au moins double,
- un repos compensateur équivalent en temps (en même nombre d'heures travaillées ce jour-là).

Si le repos dominical est supprimé un dimanche précédant une fête légale, le repos compensateur est donné le jour de cette fête.

Des dérogations encadrées

Accord des salariés

Le travail dominical ne peut pas être imposé aux salariés, qui doivent être explicitement volontaires et avoir donné un accord écrit.

Le refus de travailler le dimanche ne peut être :

- ni pris en compte lors de l'embauche,
- ni être source de discrimination dans l'entreprise,
- ni être considéré comme une faute ou un motif de licenciement.

Compensation pour les salariés

Une convention collective, un accord collectif ou une décision unilatérale de l'employeur approuvée par référendum doit fixer les contreparties à la privation du repos dominical.