

L'INFORMATION DES PRIX

Cette information consiste pour tout vendeur ou prestataire de service d'informer le consommateur sur le prix d'un produit ou d'une prestation par tout moyen ou support d'affichage.

Les prix doivent être indiqués de façon précise et devra être payé en toutes taxes comprises exprimé en francs CFP. Sachant que d'une manière générale les publicités ne doivent pas comporter des éléments faux ou de nature à induire le consommateur en erreur.

L'INFORMATION DES PRIX EN GENERAL

Il y a différents modes de publicité selon le type de produit.

- **Les produits destinés à la vente au détail et exposés à la vue du public** (visible depuis l'extérieur) : les prix doivent être visibles et lisibles depuis l'extérieur, par le biais d'un marquage par écriteau ou par étiquetage. Ils doivent être indiqués sur le produit même ou à proximité de façon à ce qu'il n'y ait aucune incertitude sur les prix pour le consommateur.
- **Les produits vendus au même prix et exposés ensemble** : le vendeur peut indiquer un seul prix.
- **Les prix des produits vendus par lots** : doivent être affichés sur un écriteau mentionnant le prix du lot, la composition du lot et le prix de produit à l'unité.
- **Les produits vendus au poids ou à la mesure** : l'affichage du prix se fait à l'unité du poids ou de mesure.
- **Les produits factices exposés à la vue du public** (hors éléments de décorations) : les prix affichés doivent correspondre aux produits réels vendus dans le magasin.

L'INFORMATION DES PRIX SUR LES PRESTATIONS DE SERVICE

Le prix de toute prestation de service doit être affiché dans les lieux où est proposée la prestation.

L'affichage des prix est indiqué sur un document comprenant une liste des prestations de service ainsi que le prix de chacune des prestations. Ce document doit être visible et lisible dans le lieu où la clientèle est habituellement reçue.

Les prestations devront être affichées en vitrine ou à l'extérieur dans les secteurs tels que :

- Hôtellerie-restauration : menus et une carte du jour pour toute la durée du service.
- Location-voiture : forfait journalier par catégorie de véhicules, tarif kilométrique, coût de l'assurance, montant de la caution,
- Entreprises de réparation automobile et stations-service : taux horaire de facturation de la main-d'œuvre et tarif des opérations d'entretien courantes,
- Salon de coiffure : tarifs des prestations les plus courantes, pour hommes, femmes et enfants.

Ces publicités concernant les prix sont aussi valables pour les marchands ambulants, forains sur la voie publique et sur les navires exerçant une activité commerciale dans le cadre de la desserte maritime interinsulaire.

LES TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION A DISTANCE

Les techniques de commercialisation à distance sont des techniques permettant au consommateur de commander un produit ou demander la réalisation d'un service, hors lieux habituelle de réception de la clientèle. A savoir que sont considérés comme des techniques de commercialisation à distance toutes techniques se rapportant à l'informatique, la télécommunication, la voie postale et la distribution d'imprimé.

Le prix de tout produit ou de toute prestation de services proposés au consommateur doit être indiqué de façon précise au consommateur, par tout moyen faisant preuve, avant la conclusion du contrat.

LA REDUCTION DES PRIX

Pour toute publicité à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction de prix (rabais, remise, solde...), l'annonceur doit respecter certaines conditions :

- L'énumération des produits ou des catégories de produits ou encore les services concernés.

Par exemple : Quand la publicité concerne la totalité des produits commercialisés ou des services proposés par l'entreprise, l'annonceur peut indiquer que la réduction porte sur tous les produits et services offerts à la vente.

- L'indication pour tout produit ou service concerné du prix de référence (prix habituellement pratiqué) barré et du prix réduit.

Par exemple : Lorsque la réduction d'un produit est d'un taux uniforme (identique) pour tous les produits ou services, l'annonceur peut n'indiquer que ce taux.

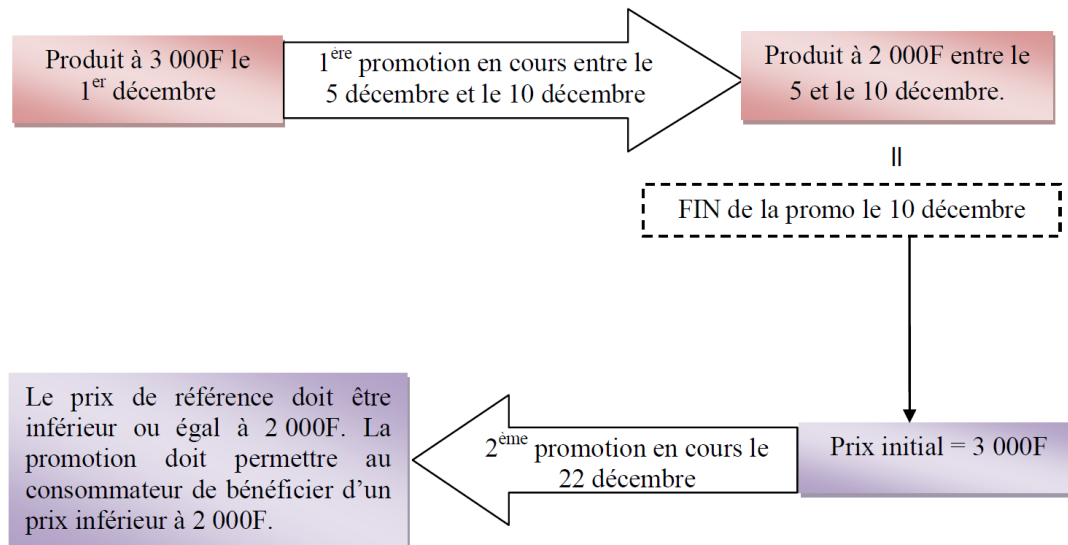
- Lorsque la réduction de prix est d'un taux d'uniforme, la remise se calcule au moment du paiement par rapport au prix de référence.
- Quand elle est faite en dehors des lieux de vente (affiche, presse...), la publicité doit en outre indiquer la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit ou l'importance des quantités offertes et la date du début de la promotion.

Le prix de référence ne peut pas dépasser le prix établi par la réglementation économique, il ne peut pas non plus dépasser le prix le plus bas pratiqué par l'entreprise au cours des 30 derniers jours.

Par exemple : si le prix d'un produit est de 3000 francs au départ (ex : le 1er décembre) et que le commerçant décide de le mettre en promotion soit à 2000 frs (ex : entre le 5 et le 15 décembre), si le commerçant veut refaire une promotion sur le même produit, le prix barré sera bien le prix le plus bas pratiqué au cours des 30 derniers jours ainsi la nouvelle promotion doit être appliquée sur le prix de 2000 francs. (Voir schéma).

Attention : Toute référence à une réduction de prix dans la publicité, sur les lieux de vente et hors des lieux de vente, à l'occasion de la création d'une entreprise commerciale, de l'extension ou du changement d'activité d'une entreprise existante, est interdite.

Schéma : Le prix le plus bas pratiqué par l'entreprise au cours des 30 derniers jours.



CONSEILS PRATIQUES :

1. N'ACHETEZ EN SOLDE QUE CE DONT VOUS AVEZ RÉELLEMENT BESOIN.

Vous devez raisonner sur le prix affiché, c'est-à-dire le prix de l'article soldé (prix réduit). Vous devez tenir compte de l'importance de la réduction ou du rabais que si le prix de référence est déjà raisonnable.

Attention : un article soldé n'est pas forcément un article deux ou trois fois moins cher.

2. LA PRATIQUE DES ARTICLES VENDUS PAR LOT N'EST AVANTAGEUSE QU'À DEUX CONDITIONS

- Si le prix du lot est bien inférieur à la somme des prix des différentes composantes (ce qui n'est pas toujours évident).
- Si vous êtes certain d'utiliser réellement la totalité de la quantité offerte.

A cet égard, il peut être intéressant de grouper son achat avec celui d'un voisin ou d'un parent, pour bénéficier d'un tarif réduit, notamment pour des matériaux de construction, du carrelage ou de la peinture.

3. QUELQUES QUESTIONS À SE POSER AVANT D'ACHETER UN ARTICLE EN SOLDE :

- Avez-vous vraiment besoin de cet article ?
- Le rapport Qualité – Prix est-il raisonnable ?
- Les quantités proposées vous conviennent-elles ?

Ces renseignements de portée générale ne sauraient régler tous les cas particuliers qui pourraient se présenter.

Source réglementaire :

- *Arrêté n°170 CM du 7 février 1992 relatif à l'information et à la protection du consommateur sur le territoire de la Polynésie Française.*