

QCM : le cadre juridique des promotions

Dix questions à choix unique sur les règles applicables aux promotions, aux soldes et aux annonces de prix en 2026. Une seule réponse par question.

Le prix de référence d'une annonce de réduction est :

- ☐ Le prix le plus bas pratiqué par le vendeur dans les trente jours précédant la réduction
- ☐ Le prix conseillé par le fabricant
- ☐ N'importe quel prix antérieur

La revente à perte (vente d'un produit en l'état à un prix inférieur à son prix d'achat effectif) est :

- ☐ Interdite, sauf exceptions (soldes, produits périssables menacés d'altération, fin de saison, alignement sur un concurrent)
- ☐ Autorisée en permanence
- ☐ Autorisée uniquement en ligne

Les soldes :

- ☐ Ont lieu à des dates fixées par la réglementation, deux fois par an, pendant quatre semaines, et portent sur des produits en vente depuis au moins un mois
- ☐ Peuvent être organisés librement toute l'année
- ☐ Sont réservés aux grandes surfaces

Une loterie publicitaire (jeu avec tirage au sort) :

- ☐ Est licite si elle n'est pas une pratique commerciale déloyale ; un règlement accessible et la gratuité sont recommandés
- ☐ Est totalement interdite
- ☐ Exige l'autorisation du préfet

Une offre « 3 pour 2 » doit :

- ☐ Indiquer clairement les conditions (produits concernés, dates) et le prix à l'unité
- ☐ Être limitée à trois jours
- ☐ Être déclarée en mairie

Afficher « - 50 % » sur un produit dont le prix a été augmenté la semaine précédente pour gonfler la remise est :

- ☐ Une pratique commerciale trompeuse, sanctionnée
- ☐ Une technique autorisée
- ☐ Obligatoire pendant les soldes

Les promotions sur l'alcool :

- ☐ Sont encadrées (interdiction de vente à perte, affichage, pas de vente à volonté, restrictions de publicité)
- ☐ Sont libres
- ☐ Sont interdites en magasin

Le programme de fidélité qui collecte des données personnelles :

- ☐ Doit informer le client (finalité, durée, droits) et respecter le RGPD
- ☐ Peut revendre librement les données
- ☐ N'est pas concerné par le RGPD

L'affichage des prix dans un magasin :

- ☐ Est obligatoire, en euros TTC, avec le prix à l'unité de mesure pour les produits préemballés
- ☐ Est facultatif pour les produits en promotion
- ☐ Peut se faire uniquement en caisse

L'autorité qui contrôle les pratiques promotionnelles et peut sanctionner un commerçant est :

- ☐ La DGCCRF (direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes)
- ☐ La CNIL
- ☐ La Sacem