

COVID-19 : la nouvelle interdiction des réductions de prix

La crise actuelle contraint tous les acteurs économiques à devoir s'adapter, sous l'effet notamment des nouvelles réglementations. L'une de celle-ci agite particulièrement le secteur de la grande distribution. Elle découle l'arrêté ministériel du 18 mars 2020 « portant des mesures d'urgence pour limiter la propagation du coronavirus Covid-19 ».

Cet arrêté interdit plus précisément la « pratique de soldes et réductions » (art. 1 § 2, al. 2). Il est entré en vigueur le 19 mars à 12h et a pris tous les acteurs de cours dès lors qu'il n'avait pas fait l'objet de discussions préalable entre les organisations représentatives du secteur et les autorités [\[1\]](#).

L'interdiction était inspirée, selon ces dernières, par les comportements de stockage massif constatés au début de la crise.

Elle a provoqué une grande agitation au sein du secteur, dès lors que les produits promotionnels (de type 2 + 1 gratuit, x € de réduction, etc) représentent chez certains distributeurs près du quart des produits vendus : arrêt de diffusion de folders promotionnels, retrait de produits promotionnels en magasin, questions liées aux accords commerciaux entre fournisseurs et distributeurs concernant ces produits et les prestations liées, etc constituent autant d'exemples de conséquences liées à cette interdiction.

On peut par ailleurs s'interroger sur la pertinence de l'interdiction dans la mesure où le retrait de produits promotionnels des rayons risquait précisément de créer une pénurie que l'interdiction visait à éviter.

L'interdiction des réductions n'a pas manqué non plus de faire réagir les associations de défense des consommateurs, inquiètes de l'augmentation des prix des produits que l'interdiction a entraînée.

Deux semaines plus tard, le Ministre de l'économie a assoupli l'interdiction, en partant du constat que le phénomène de surstockage avait disparu. Un nouvel arrêté du 3 avril, entré en vigueur le même jour, prévoit désormais que « les actions de réduction sont interdites dans tous les commerces et les magasins qui peuvent rester ouverts conformément au paragraphe 1er, alinéa 1er, sauf si ces actions avaient déjà été décidées ou étaient en cours d'exécution avant le 18 mars 2020 ». Cette nouvelle interdiction est en vigueur jusqu'au 19 avril mais est susceptible d'être prolongée de deux semaines, soit jusqu'au 3 mai (art. 9).

En pratique, de nombreuses promotions interdites seront désormais permises dès lors que les promotions sont généralement définies entre fournisseurs et distributeurs plusieurs mois à l'avance. L'annonce de nouvelles promotions, non décidées avant le 18 mars 2020, est toutefois interdite. Nous dressons ici brièvement les contours de la nouvelle interdiction assouplie.

1. 1. Champ d'application personnel

L'arrêté ministériel du 3 avril ne précise pas les destinataires de l'interdiction. Si l'utilisation précédente du terme « réduction » pouvait laisser penser que l'interdiction visait uniquement les distributeurs, sont désormais visées les « actions de réduction », ce qui semble élargir le champ de l'interdiction et viser tant les distributeurs que leurs fournisseurs et englober par là tout « annonceur ».

1. 2. Champ d'application matériel

L'arrêté ministériel du 3 avril ne définit pas non plus ce qu'il convient d'entendre par « actions de réduction » et l'urgence de la situation explique sans doute le flou de ces notions

L'arrêté ne limite en tout cas pas l'interdiction aux « annonces de réduction de prix », ni – a fortiori – aux annonces de réduction de prix hors magasin, tels que les folders publicitaires. L'interdiction est en effet plus large et touche aussi au fait même d'accorder une réduction de prix à l'achat d'un produit, outre la publicité (ou l'absence de publicité) faite en soutien de cette réduction.

L'utilisation du terme réduction peut toutefois être utilement rapprochée de la réglementation contenue aux articles VI.31 et VI.32 du Code de droit économique. Ces dispositions réglementent en effet les « titres donnant droit à un remboursement ou à une **réduction du prix** » (art. VI.31 et VI.32).

En particulier :

- l'article VI.31 vise les « titres offerts par une entreprise lors de l'acquisition d'un bien ou d'un service et donnant droit à un **remboursement** ultérieur du prix ou d'une partie du prix » ; alors que

- l'article VI.32 vise le « titre qui a été diffusé gratuitement par elle-même ou par une autre entreprise et qui permet à son détenteur, à l'achat d'un ou de plusieurs biens et/ou services, d'obtenir immédiatement une **réduction de prix** ».

Une distinction est donc établie entre deux régimes.

Ainsi, les réductions immédiates de prix (sous forme de bons on pack, off pack ou autres) tombent bien sous l'interdiction, alors que les ventes de produits qui entrent dans le cadre d'un programme de fidélité (p.ex. l'achat de produits qui donnerait lieu à des points ou à de l'argent via une carte) et qui entraînent des avantages dont le consommateur ne peut bénéficier directement mais lors d'un prochain achat paraissent visés par l'article VI.31 et ne tombent pas sous le coup de l'interdiction.

1. 3. Recherche et poursuite des infractions / Sanctions

L'article 1 de l'arrêté ministériel du 23 mars, toujours en vigueur, prévoit que « *les autorités de police administrative sont chargées de l'exécution du présent arrêté. Les services de police sont chargés de veiller au respect du présent arrêté, au besoin par la contrainte et la force, conformément aux dispositions de l'article 37 de la loi sur la fonction de police* ».

Les agents du SPF Economie ne sont donc pas compétents pour constater les infractions en la matière. L'arrêté du 23 mars fixe également les sanctions applicables en cas de violation de celui-ci.

L'article 10, §1^{er} renvoie aux peines prévues par l'article 187 de la loi du 15 mai 2007 relative à la sécurité civile, lequel prévoit un emprisonnement de huit jours à trois mois et une amende de vingt-six à cinq cent euros. A nouveau, les sanctions visées par le Code de droit économique ne sont pas non plus applicables ici.

1. 4. Conclusion

L'interdiction des réductions bouleverse fortement le secteur de la distribution. Si sa durée restera certes restreinte, elle limite la liberté des entreprises, engendre des dommages commerciaux importants et entraînera sans doute des tensions au niveau des accords commerciaux entre fournisseurs et distributeurs. On ne saurait donc trop conseiller aux entreprises du secteur de prévenir toute tension en la matière après avoir examiné les conséquences éventuelles de l'interdiction à la lumière de l'accord commercial et de renégocier le cas échéant celui-ci en tenant compte d'un tel fait du prince.

[\[1\]](#) L'arrêté fut abrogé par un arrêté du 23 mars 2020, qui contenait toutefois une interdiction identique (art. 1 §2 al. 2).

Grégory Sorreaux