

## 1. La promotion des ventes

La promotion des ventes est un ensemble de techniques qui visent à accorder un avantage exceptionnel de façon temporaire aux consommateurs. Elle a surtout pour objectif l'augmentation des ventes mais peut aussi servir à fidéliser, conquérir de nouveaux clients, valoriser une image de marque, développer la notoriété... Elle peut viser différents publics :

- Le consommateur : essentiellement pour augmenter les ventes
- Le distributeur : favoriser le référencement d'un produit, animer et stimuler les points de vente...
- La force de vente : trouver de nouveaux clients (PROSPECTION), mobiliser les vendeurs...

## 2. Les techniques de promotion des ventes

### *2.1. Les ventes avec primes*

Avantage obtenu gratuitement suite à l'achat d'un produit. Par opposition au cadeau, la prime est subordonnée à une ou plusieurs transactions. Elle peut être de plusieurs type :

**Prime directe** : Remise gratuite d'un article en même temps que le produit acheté (*ex. pour l'abonnement à une revue, remise d'une calculatrice*)

**Prime différée** : Remise d'un cadeau quand le consommateur présente un certain nombre d'achats (*ex. : un jouet pour enfant pour 5 achats d'un produit*)

**Prime contenant** : Le conditionnement est un contenant réutilisable (*ex. : le verre à moutarde*)

**Prime produit en plus** : Offre d'une quantité de produit supplémentaire (+10 %) pour le même prix

Il y a une réglementation très précise quant au montant maximum de la prime (art. L. 121-35 et R 121-8 à R. 121-10 du [Code de la Consommation](#)) :

- une offre de vente avec prime est une opération publicitaire ; elle ne doit pas être mensongère, comme par exemple en cas de majoration de prix du bien donnant droit à un produit annoncé gratuit.

- Valeur de la prime : TTC, départ production ou franco dédouané pour objets importés :

REGLE	EXEMPLES
1. si le prix net de l'objet vendu est inférieur ou égal à 80 euros : Le montant maximum de l'objet donné en prime est égal à 7 % du prix net	1. prix de l'objet vendu : 50 euros : prime maximum : 3,50 euros
2. si le prix net de l'objet vendu est supérieur à 80 euros:  Le montant maximum de l'objet donné en prime est égal à 5 euros + 1 % du prix net, avec un montant maximum limité à 60 euros.	2. - prix de l'objet vendu : 750 euros : prime maximum : 12,50 euros  - prix de l'objet vendu : 6 000 euros : prime maximum : 60 euros

### *2.2 Les techniques de jeux*

**Jeu, Loterie** : Opérations avec promesse de gain, pour lesquelles le hasard détermine le ou les gagnants

**Concours** : Opération faisant appel aux recherches et au bon sens des participants pour gagner un cadeau

Il y a une réglementation très précise :

- un jeu qui fait espérer la possibilité de gagner un lot par tirage au sort n'est pas interdit s'il n'y a aucune obligation d'achat ; par obligation d'achat il faut entendre le versement d'une somme d'argent, mais également toute contribution financière (achat du support, passage préalable en caisse, etc.)

- de même un jeu qui prévoit une contribution financière n'est pas interdit s'il n'y a pas intervention du hasard ; c'est le cas par exemple des concours où les participants doivent répondre à des questions ; il faut alors que les questions soient suffisamment élaborées pour que les ex aequo ne soient pas départagés par tirage au sort ; il faut également qu'elles appellent des réponses objectives

### 2.3. Les réductions de prix

**Bon de réduction, couponing** : Coupon donnant droit à une réduction de prix lors de l'achat

**Vente par lot** : Ensemble de produits vendus en même temps à un prix spécial

**Offre de remboursement** : Remboursement de tout ou partie du produit sur présentation d'une preuve d'achat

**Offre spéciale** : Prix spécial sur un produit pendant une période déterminée

Il y a une réglementation très précise :

**La vente par lot** : Il est interdit de subordonner la vente d'un produit (ou d'un service) à l'achat d'un autre produit (ou d'un autre service- [art. L. 122-1](#) du code de la consommation) . La règle générale est que l'acheteur doit pouvoir acheter chaque produit séparément. Certaines pratiques commerciales sont cependant tolérées, comme les produits groupés dans un conditionnement unique par le fabricant.

### 2.4. Essais et échantillonnage

**Essai produit** : Offre d'essai d'un nouveau produit, sans obligation d'achat

**Echantillon** : Distribution gratuite d'une quantité réduite d'un produit pour essai

**Démonstration** : Présentation d'un produit et de ses qualités, suivie d'un essai ou d'une dégustation

La réglementation : Il n'est pas interdit de remettre des objets en cadeaux, c'est-à-dire sans aucune obligation d'achat.