

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.