

Tout le contenu du présent document incluant, de façon non limitative, les graphismes, images, textes, vidéos, animations, logos, gifs et icônes ainsi que leur mise en forme sont la propriété exclusive de la CNDL à l'exception des marques, logos ou contenus appartenant à d'autres sociétés partenaires ou auteurs.

Toute reproduction, distribution, modification, adaptation, retransmission ou publication, même partielle, de ces différents éléments est strictement interdite sans l'accord exprès par écrit de la CNDL.

Fiches pratiques

#010 *mode d'emploi*



5 conseils pour bien préparer ses soldes



Confédération **N**ationale des **D**étaillants en
Lingerie

www.detaillants-lingerie.fr

51 boulevard de Strasbourg

75010 Paris

01 42 02 87 67

Le **15 juillet**, c'est le lancement des soldes d'été, moment idéal pour faire du déstockage !

Voici 5 conseils clés pour vous accompagner dans votre préparation...

1 / Faire l'inventaire de ses stock et classez sa réserve

- ❖ Parmi les méthodes les plus pratiquées, **listez les produits à solder** notamment par couleurs ou produits de saison, anciens produits, gammes non reconduites..., s'avère selon les détaillants comme un procédé fort utile à effectuer en amont (soit au moins 2 avant le lancement des soldes).
- ❖ Outre le respect de **l'obligation légale de détention des stocks depuis plus d'un mois**, l'inventaire des produits soldables sert de base de réflexion pour mettre en place la meilleure stratégie commerciale.
- ❖ La pratique de **séparer les articles par famille**, en gardant les références identiques ensemble pour faciliter le pointage des produits, lors de la préparation de la première démarque (et des suivantes), est reconnue comme étant un mode efficace.
- ❖ A l'intérieur des familles, un **classement alphanumérique de références produit** s'avère pour certaines boutiques de lingerie, salvateur dans le rush de la première semaine, où il est difficile de passer du temps à chercher un produit.

2 / Sélectionnez les produits à solder

- ❖ Réfléchir au **montant des démarques**, afin de vendre les articles au juste prix et définir les rabais par collection, par famille, par gamme, par type, voire par article, et ce avec des taux spécifiques pour les **quatre semaines de soldes**.
- ❖ N'hésitez pas à casser les prix, surtout sur les produits invendus, débarrassez-vous en car **exceptionnellement vous êtes autorisé à vendre à perte** online ou offline d'ailleurs !

RAPPEL - Les règles relatives au stock

La période des soldes implique l'interdiction des réapprovisionnements des produits soldés. Le commerçant peut seulement mettre en solde des produits qu'il possède depuis plus d'un mois avant le commencement de l'opération commerciale. Il peut néanmoins se réapprovisionner en autres produits non soldés pendant les soldes, mais ne pourra pas pratiquer d'offre promotionnelle sur ces derniers.

Afin d'informer le consommateur et bien différencier les produits soldés des autres, le commerçant a l'obligation de mentionner qu'il s'agit d'articles soldés [article A310-7 du Code de commerce].

Les produits annoncés comme soldés doivent avoir été proposés à la vente et payés depuis au moins un mois à la date de début de la période de soldes considérée. [Article L310-3 du Code de commerce - Modifié par LOI n°2019-486 du 22 mai 2019 - art. 16 (V)].

contact@detaillants-lingerie.fr

3 / Préparez votre plan d'implantation

Le parcours doit être pensé et adapté pour donner envie au chaland d'effectuer un maximum d'achat, mais aussi de découvrir les nouveaux produits non soldés.

- ❖ Les 15 premiers jours de soldes sont déterminants. Consacrer **un espace à l'avant de votre magasin** et prévoir dans certains cas, une personne de l'équipe de vente dédiée à l'entretien et au réassort de cette zone peut s'avérer utile et profitable en terme de conversion de ventes.
- ❖ De nouveau, selon les pratiques considérées comme efficaces, il est recommandé de **travaillez les produits par familles, classés à la taille, par couleurs...**
- ❖ **Il serait dommage de « négliger » les articles permanents et les nouveautés non soldés.**

En moyenne selon les indications relevées par plusieurs centres de recherche sur les consommateurs et achats des biens d'équipement de la personne (données 2019), 1 client(e) achète 1 produit soldé et 3 produits non soldés. Il est conseillé donc de travailler les zones non soldées par thèmes.

4 / Anticipez l'étiquetage des articles

- ❖ Pendant les soldes, tout commerçant est tenu d'étiqueter ses articles, **avec l'obligation de faire apparaître l'ancien prix barré, le nouveau prix réduit, ainsi que le taux de réduction.**
Les client(e)s doivent être en mesure d'identifier clairement le prix qu'ils/elles devront payer.
- ❖ **De plus en plus de boutiques « évitent » le double affichage en collant des pastilles de couleur sur les produits en magasin. Chaque couleur correspond alors à un % précis, appliqué en caisse.** Cela peut-être géré la semaine avant les soldes. Ce qui est plutôt pratique !



⚠ Attention aux fausses soldes, où le prix de référence est volontairement gonflé pendant la période pour laisser l'illusion d'une réduction. **En cas de contrôle, le commerçant doit être en mesure d'en apporter la preuve contraire sous peine de se rendre coupable de pratiques commerciales déloyales.**

contact@detaillants-lingerie.fr

5 / Soignez la communication

En magasin

- ❖ Si souhaité, instaurez des **codes COULEURS** pour différencier les promotions (-30%, -50%) car aider les client(e)s à se repérer paraît être intéressant.
- ❖ Ne pas oublier d'installer **des affiches (ou PLV)** dans votre espace de vente avec l'explication des codes couleurs pour aider vos clients à se repérer.

Communiquez en amont

- ❖ Prévoyez un **envoi de newsletters** quelques jours avant, pour informer vos clientes et leur donner envie de venir en magasin.
- ❖ Publiez un « post » attractif sur vos réseaux sociaux (facebook /Intagram/ Snapchat etc.)
- ❖ N'oubliez pas que **chaque publicité relative à vos soldes doit mentionner le terme soldes et le début de l'opération**. Mais vous n'avez pas le droit de procéder à des soldes dans votre espace de vente, sans avoir communiqué en amont.
- ❖ Petit rappel supplémentaire : un produit ne peut être soldé que s'il est proposé à la vente depuis au moins 1 mois, à la date du début des soldes. Pourquoi ne pas prévoir une soirée **Vente privée pour vos clients VIP** la semaine précédente ?
Ces ventes sont licites à condition de ne pas faire mention du terme soldes et de ne pas revendre les produits à perte.

Sur le web si vous détenez un site

- ❖ Utiliser **le même code couleurs pour l'onglet supplémentaire Soldes**.
- ❖ En plus de l'onglet alloué aux soldes, mettre en avant certains produits soldés, sur la page d'accueil de votre site est **une bonne stratégie d'appel**.
- ❖ *Le saviez-vous ?* Vous avez également l'obligation de **faire apparaître l'ancien prix barré, le nouveau prix réduit, ainsi que le taux de réduction**.
- ❖ **Le mot soldes doit apparaître sur chaque produit soldé**. Il faut donc également mettre à jour les fiches produit.

COMPLEMENT EN PJ : FICHE PRATIQUE DE LA DGCCRF
DU 24 JUIN 2020



En résumé

Une bonne préparation en amont de votre stock en réserve et en magasin, combinée à une vraie stratégie de communication avec vos client(e)s, peuvent vous permettre d'assurer un bon CA.

BONNES SOLDES !