

MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT
INDUSTRIEL ET COMMERCIAL

DIRECTION DES PRIX, DES
POIDS ET MESURES

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
Paix - Travail - Patrie

ARRÊTÉ N° 009 /MINDIC/DPPM

réglementant la Publicité des Prix à
l'égard du distributeur détaillant et du
consommateur. *du 07 Mars 1991*

Narcisse Ghislain Olinga
Inspecteur des Prix, Poids et Mesures

LE MINISTRE DU DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL ET COMMERCIAL,
la Constitution ;
la Loi n°90/31 du 10 Août 1990 régissant l'activité Commerciale au
Cameroun ;
la Loi n°88/016 du 16 Décembre 1988 régissant la publicité au Came-
roun ;
l'Ordonnance n° 72/18 du 17 Octobre 1972 portant Régime Général des
Prix au Cameroun et ses lois modificatives n°79/11 du 30 Juin 1979
et n°89/011 du 28 Juillet 1989 ;
le Décret n°88/772 du 16 mai 1988 portant organisation du Gouverne-
ment modifié par celui n°89/674 du 13 Avril 1989 ;
le Décret n°88/774 du 16 mai 1988 nommant les membres du Gouvernement
modifié par celui n° 90/1311 du 7 Septembre 1990 ;
le Décret n°88/1042 du 01 Août 1988 réorganisant le Ministère du
Développement Industriel et Commercial ;

A R R Ê T É :

ARTICLE 1er.- (1) la Publicité des prix à l'égard du distributeur détaillant et du consommateur est assurée par voie de marquage, d'étiquetage ou d'affichage.

(2) Elle doit faire apparaître :

a) le Prix unitaire toutes taxes comprises lorsqu'elle est destinée au distributeur détaillant ;

(b) le Prix qui devra être effectivement payée par l'acheteur du produit ou le demandeur de la prestation de service lorsqu'elle s'adresse au consommateur.

(3) S'agissant de la vente en gros, outre les mentions -dessus exigées, elle doit ressortir la quantité minimale données au prix de gros.

TITRE I- Du marquage des produits exposés à la vue du public.

.../...

ARTICLE 2.- Le Prix de tout produit destiné à la vente en gros ou au détail et exposé à la vue du public, de quelque façon que se soit notamment en vitrine, en étalage ou à l'intérieur de l'établissement dans la zone ouverte au public, doit faire l'objet d'un marquage par écriteau.

ARTICLE 3.- (1) L'écriteau peut être remplacé par une simple inscription du prix sur l'étalage où repose le produit.

(2) L'écriteau doit être placé sur le produit lui-même ou à proximité de celui-ci de façon qu'il n'existe aucune incertitude quant au produit auquel il se rapporte.

(3) Il doit être parfaitement lisible soit de l'extérieur, soit de l'intérieur de l'établissement selon le lieu où sont exposés les produits.

ARTICLE 4.- Les produits identiques ou non, vendus au même prix et exposés ensemble à la vue du public peuvent faire l'objet d'un seul écriteau.

ARTICLE 5.- (1) Dans le cadre des actions promotionnelles, les articles vendus par lot doivent comporter un écriteau mentionnant le prix et la composition du lot ainsi que le prix pratiqué pour chaque article en cas de vente séparée.

(2) Les différents articles composant le lot doivent également être mis en vente séparément.

ARTICLE 6.- Lorsqu'il s'agit des produits vendus au poids ou à la mesure, l'indication du prix doit être accompagnée de l'unité de poids ou de la mesure à laquelle ce prix correspond.

ARTICLE 7.- Sont dispensés du marquage des prix, les produits munis d'une étiquette et exposés à la vue du public lorsque cette étiquette répond aux conditions du troisième alinéa de l'article 3 ainsi que ceux dont les prix font l'objet d'un barème.

TITRE II.- De l'étiquetage des prix des produits non exposés à la vue du public.

ARTICLE 8.- Tout produit non exposé à la vue du public, mais disponible pour la vente en gros ou au détail dans les magasins de vente doit être muni d'une étiquette.

ARTICLE 9.- (1) L'étiquette doit être rédigée en caractères lisibles. Elle est placée ou attachée soit sur le produit lui-même, soit sur l'emballage dans lequel il est présenté à la vente.

(2) Elle doit comporter les mêmes indications que l'écriteau.

(3) L'étiquette peut être remplacée par une simple inscription du prix sur le produit ou l'emballage.

ARTICLE 10.- Les dispositions des articles 8 et 9 ne sont pas applicables aux produits dont les prix font l'objet d'un affichage ou d'un barème.

TITRE III- De l'affichage des prix des prestations de services.

ARTICLE 11.- (1) le tarif de toute prestation de service doit faire l'objet d'un affichage dans les lieux où la prestation est proposée au public.

(2) l'affichage consiste en l'indication sur un document unique et parfaitement lisible, de la liste des prestations de services offertes et du tarif de chacune d'elles.

(3) Pour le cas particulier des établissements hôteliers, dans chaque chambre et dans les salles de restaurant et bar on ce qui concerne les prix des boissons et repas.

TITRE IV- De l'annonce de réduction des prix ou solde.

ARTICLE 12.- Toute publicité des prix à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction des prix ou solde doit obéir aux conditions suivantes :

1°- Lorsqu'elle est faite hors des lieux de vente, elle doit préciser :

a)- l'importance de la réduction soit en valeur absolue, soit en pourcentage par rapport aux prix de référence défini à l'article 13 ci-dessus ;

b) - Les produits ou services ou les catégories de produits ou services concernés par la réduction ;

c) - Les modalités suivant lesquelles sont consentis les avantages annoncés notamment la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit annoncé et ou le stock visé par la réduction du prix ou solde.

2°- Lorsqu'elle est faite sur les lieux de vente, l'étiquetage, le marquage ou l'affichage des prix réalisés conformément aux dispositions du présent arrêté doivent faire apparaître outre le prix réduit annoncé, le prix de référence défini à l'article 13 ci-dessous.

ARTICLE 13.- Le prix de référence visé par le présent arrêté se définit comme

1°- Le prix homologué lorsque le produit ou la prestation de service en question est soumis à ce régime.

2°- Le prix le plus bas effectivement pratiqué par l'annonceur pour l'article ou la prestation de service en question dans le même établissement de vente en gros ou au détail au cours des trente derniers jours précédant le début de la publicité ou le prix conseillé par le fabricant ou l'importateur lorsqu'il s'agit d'un article ou d'une prestation de service non soumis au régime d'homologation des prix et de fixation administrative des marges de distribution.

L'annonceur devra être à même de justifier à la demande des agents chargés de contrôle des prix de l'ensemble des prix qu'il effectivement pratiqués au cours de la période sus-mentionnée.

ARTICLE 14.- Aucune publicité de réduction des prix à l'égard du consommateur ne peut être affectée sur les articles qui ne sont pas disponibles à la vente ou sur les services qui ne peuvent être fournis pendant la période à laquelle se rapporte cette publicité.

ARTICLE 15.- Est prohibée l'indication dans la publicité de réduction de prix ou solde des avantages quelconques qui ne sont pas effectivement accordés à tout acheteur de produit ou à tout demandeur de prestation de service, ce dans les conditions annoncées.

TITRE V.- DISPOSITIONS DIVERSES.

ARTICLE 16.- Toute infraction aux dispositions du présent arrêté sera poursuivie et sanctionnée conformément à la législation en vigueur.

ARTICLE 17.- Les Directeurs responsables des prix et du Commerce sont chargés chacun en ce qui le concerne de son application.

ARTICLE 18.- Le présent arrêté qui prend effet à compter de sa date de signature sera enregistré au Journal Officiel en français et en Anglais./-

YAOUMBE, le 07 MARS 1991

LE MINISTRE DU DEVELOPPEMENT
INDUSTRIEL ET COMMERCIAL

Ministère de l'Industrie et du Commerce
Ministère de l'Industrie et du Commerce



M. Amouf

Stanya P. P.