

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

25 avril 2018

EQUILIBRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE - (N° 902)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° 35

présenté par

M. Brun, M. Abad, Mme Anthoine, M. Aubert, Mme Bazin-Malgras, Mme Bonnivard, M. Cattin, M. Cordier, Mme Corneloup, M. Dassault, M. Ferrara, M. Hetzel, M. Le Fur, Mme Louwagie, M. Masson, Mme Poletti, M. Sermier, Mme Trastour-Isnart, M. Vialay et M. Jean-Pierre Vigier

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 9, insérer l'article suivant:**

Après le premier alinéa de l'article L. 643-2 du code rural et de la pêche maritime, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Est interdite toute pratique commerciale qui consiste en la mise en avant d'un produit bénéficiant d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique, notamment dans le cadre d'offres promotionnelles, qui est susceptible d'avoir pour objet ou pour effet de détourner ou d'affaiblir la notoriété de ladite appellation ou ladite indication. Constitue, notamment, une telle pratique, la mise en avant exclusive ou ciblée d'un tel produit sur un support promotionnel, afin de faire bénéficier au point de vente de l'attractivité dudit produit. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

La problématique du « cagnottage » concerne particulièrement les entreprises de grande distribution, qui tirent avantage de la mise en avant de produits à appellations d'origine contrôlées dans le seul but de promouvoir leurs enseignes. Cela se matérialise par exemple en mettant en évidence en couverture d'un catalogue des vins à appellation d'origine en promotion de type « deux bouteilles pour le prix d'une ».

La réglementation applicable à la protection des appellations d'origine ne permet pas de sanctionner ces comportements.

Ce type de pratiques va avoir deux effets néfastes pour les appellations d'origine contrôlées.

D'une part, les prix pratiqués par les enseignes de distribution entraînent une confusion de la perception des consommateurs sur le produit, car le consommateur ne va plus porter attention à la valeur réelle du produit mais à celui pratiqué.

D'autre part, cela porte une atteinte à l'image et à la notoriété propre de l'appellation d'origine en cause. En pratiquant des prix sensiblement inférieurs à la valeur réelle des produits, l'image renvoyée n'est plus fidèle à la qualité du produit et nuit à sa notoriété à terme.

Ces pratiques, nombreuses, mettent en évidence les lacunes de règles relatives à la protection des appellations contre le détournement de leur notoriété lorsqu'elles sont le fait des revendeurs.

L'appellation d'origine est garante d'une origine géographique ainsi que d'une qualité particulière du produit auquel elle est attachée. Parmi les conditions de reconnaissance d'une appellation d'origine, la notoriété du produit doit être au préalable dûment établie. Il en ressort que tout produit d'appellation d'origine est, par principe, notoirement connu. À ce titre, l'appellation d'origine doit bénéficier d'une large protection contre toute utilisation ou détournement.

L'amendement vise à interdire ce type de pratiques.