

ASSEMBLÉE NATIONALE

16 mai 2018

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

AMENDEMENT

N° 1195

présenté par

M. Cattin, Mme Lorho, M. Lurton, Mme Ménard, M. Reiss et Mme Trastour-Isnart

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

L'article L. 643-1 du code rural et de la pêche maritime est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Est considérée comme une pratique commerciale déloyale interdite, la mise en avant exclusive ou ciblée sur tout support publicitaire, d'un vin ou d'une eau-de-vie bénéficiant d'une appellation d'origine dès lors qu'elle est susceptible d'avoir pour effet de détourner ou d'affaiblir la notoriété dudit produit, notamment par l'utilisation de mots tels que « gratuit », « offert » ou toute expression analogue ou par l'utilisation d'un mode de commercialisation conduisant à un prix unitaire anormalement bas par rapport au prix habituellement pratiqué par le détaillant concerné. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les vins et eaux-de-vie AOC sont sujets à des détournements de notoriété de manière comparable aux marques de luxe. De nombreux vins sont ainsi utilisés comme simple produits d'appel parfois dans des quantités très limitées par magasin dans le seul but d'attirer l'attention des clients. Ces pratiques sont destructrices d'image et contribuent à faire croire aux consommateurs que des vins respectant des cahiers des charges exigeants peuvent être bradés à vil prix.

L'existence d'un outil sanctionnant les pratiques abusives des distributeurs est nécessaire, afin de combler une lacune législative.

Afin d'engager la responsabilité des opérateurs ayant recours à ces pratiques promotionnelles agressives manifestement abusives pour promouvoir leurs enseignes et attirer la clientèle dans leurs rayons, la preuve du risque de détournement ou d'affaiblissement de la notoriété devra être apportée.