

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 mai 2018

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

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N ° 2586

présenté par

M. Perea, M. Huppé, M. Cazenove, M. Chalumeau, Mme Chapelier, M. Delpon, M. Eliaou, Mme Hammerer, Mme Dupont, Mme Marsaud, Mme Mauborgne, Mme Piron, M. Morenas, Mme Fontaine-Domeizel, M. Potterie, Mme Mirallès, M. Cellier, M. Boudié, Mme Degois, M. Démoulin, Mme Fontenel-Personne, Mme Melchior, M. Perrot, Mme Robert, M. Simian et M. Vignal

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 11 OCTIES, insérer l'article suivant:**

I. – Les entreprises distributrices de produits alimentaires vendant du vin indiquent en rayon de manière clairement compréhensible par le consommateur si le vin provient de pays étrangers.

Les conditions d'application de l'alinéa précédent sont fixées conformément à la procédure établie à l'article 45 du règlement (UE) n° 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires.

II. – Les conditions d'application du présent article sont précisées par décret.

III. – Le présent article entre en vigueur le 1^{er} janvier 2019. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Les études montrent sans hésitation possible le souhait des consommateurs français d'être informés de la provenance des produits alimentaires qu'ils achètent ; pour le vin, ce souhait est encore plus fort que pour la moyenne des autres produits.

Elles montrent également leur attachement aux vins français : hormis quelques initiés, les Français ne sont pas désireux de consommer des vins étrangers, le vin étant pour eux un produit étroitement lié à la France.

Face à ce constat, certains acteurs du monde viticole, désireux de trouver malgré tout un marché pour des vins issus de pays étrangers, produits à des coûts inférieurs par rapport aux vins français, adoptent un étiquetage intelligent des bouteilles qui induit les consommateurs en erreur, les amenant à acheter du vin qu'ils pensent être français alors qu'il ne l'est pas. La présentation de l'étiquette donne à penser que le vin est français (nom typiquement français du domaine et du producteur, imagerie faisant référence à l'architecture et aux paysages français, etc.), mais le vin que contiennent les bouteilles est issu par exemple d'Espagne ou d'autres pays de la Communauté européenne.

Le pays d'origine est alors indiqué, mais en petit, au dos de la bouteille, de manière peu lisible pour le consommateur qui est souvent induit en erreur et achète la bouteille en pensant que le vin est français.

Ces bouteilles sont souvent rangées en rayon avec les vins français, même lorsqu'il existe par ailleurs un rayon dédié aux « vins du monde ».

Afin de remédier à cette situation qui trompe le consommateur, les distributeurs auront désormais l'obligation de ranger les vins non français au rayon « vins du monde » ou d'indiquer en rayon que le vin n'est pas français, par tout moyen clairement visible pour le consommateur.