

ASSEMBLÉE NATIONALE13 avril 2018

EQUILIBRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE - (N° 627)

Non soutenu

AMENDEMENT

N ° CE1542

présenté par

M. Gaillard, Mme Françoise Dumas, M. Cesarini et M. Simian

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

Après l'article L. 121-4 du code de la consommation, il est inséré un article L. 121-4-1 ainsi rédigé :

« *Art. L. 121-4-1.* – Sont également des pratiques commerciales réputées trompeuses, les pratiques susceptibles d’altérer la capacité de jugement du consommateur qui consistent à communiquer, par les moyens de l’emballage, de l’étiquetage, de la présentation en rayons ou de la publicité, des informations fausses ou équivoques sur les caractéristiques essentielles d’un produit telles que sa provenance ou son appellation.

« Est aussi réputée trompeuse la pratique commerciale dont fait l’objet un produit étranger consistant à recourir, par l’emballage, l’étiquetage ou la publicité, à une mention évocatrice d’une provenance géographique française, dès lors que l’origine réelle du produit est moins lisible. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

L’objet de cet amendement est de consacrer, au sein des pratiques réputées trompeuses mentionnées dans la loi, les pratiques commerciales dont souffre particulièrement le secteur vitivinicole, mais pas seulement. Dans un contexte de marché ouvert et concurrentiel, nous assistons en effet à un phénomène récurrent d’étiquetage équivoque du vin, en vrac ou en bouteille, imputable à des négociants et/ou distributeurs, créant de la confusion chez le consommateur, altérant la capacité de jugement de ce dernier.

L’une des affaires les plus emblématiques, qui a tout juste un an, est celle des « Ormes de Cambras ». Ce vin portait l’indication géographique protégée (IGP) du Pays d’Oc. Mais dans le même rayon, on pouvait trouver un autre bag-in-box, appartenant au même négociant, porteur de la seule mention « Cambras » et d’une double indication de provenance : « conditionné en France » en gros caractères, et « vin d’Espagne » en petits caractères.

Cet amendement utilise, à dessein, le terme « équivoque ». Il fait également référence aux pratiques commerciales de mise en rayons, qui peuvent être aussi trompeuses. Il peut s’agir d’une mise en

rayon présentant au consommateur, des produits dont l'étiquetage est trompeur en raison de mentions frauduleuses ou équivoques. Il arrive que ces produits soient présentés parmi des vins français ou d'appellation. Il peut également s'agir de la publicité commerciale faite en rayon, basée sur de l'étiquetage trompeur.

En outre, le présent amendement qualifie de pratique commerciale trompeuse sur un produit d'origine étrangère, le fait de recourir, par l'emballage, l'étiquetage ou la publicité, à une mention évocatrice d'une provenance géographique française, dès lors que l'origine réelle du produit est moins lisible.