

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

13 juillet 2018

ÉQUILIBRE DANS LE SECTEUR AGRICOLE ET ALIMENTAIRE - (N° 1135)

Rejeté

**AMENDEMENT**

N ° CE277

présenté par

M. Potier, M. Garot, Mme Battistel, M. Letchimy, M. Aviragnet, Mme Bareigts, Mme Biémouret, M. Bouillon, M. Jean-Louis Bricout, M. Carvounas, M. Alain David, Mme Laurence Dumont, M. Faure, M. David Habib, M. Hutin, M. Juanico, Mme Karamanli, M. Jérôme Lambert, M. Le Foll, Mme Manin, Mme Pau-Langevin, Mme Pires Beaune, M. Pueyo, M. Pupponi, Mme Rabault, M. Saulignac, Mme Untermaier, Mme Vainqueur-Christophe, M. Vallaud et Mme Victory

**ARTICLE 9 BIS**

Rétablir cet article dans la rédaction suivante :

« I. – Dans la promotion par les opérateurs de vente d'un produit alimentaire, le terme de « gratuité » ainsi que ses dérivés et synonymes de même sens ne peuvent être utilisés comme outil marketing et promotionnel dans le cadre d'une relation commerciale. »

« II. – 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**

Cet amendement vise à d'abord, à rétablir l'article 9 bis, introduit à l'AN, supprimé au Sénat, visant à interdire l'usage du terme "gratuité" ainsi que ses dérivés comme outil marketing et promotionnel de vente. L'usage de ces termes envoie un mauvais message aux consommateurs qui, pour certains, peuvent ainsi perdre la notion du travail qui a nécessité l'élaboration des produits concernés. A l'heure où nous souhaitons lutter contre le gaspillage alimentaire et assurer un revenu décent aux producteurs, ce type de pratiques doit cesser.

Ensuite, cet amendement, défendu par les sénateurs socialistes, se fait l'écho de la concurrence pouvant être considérée comme déloyale, qui consiste, pour la grande distribution, à utiliser comme

simple produits d'appel, des vins et eaux-de-vie AOC, faisant ainsi 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, cet amendement propose que la preuve du risque de détournement ou d'affaiblissement de la notoriété devra être apportée.