

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

22 novembre 2019

---

**ARTICLES LOI ÉQUILIBRE RELATIONS COMMERCIALES SECTEUR AGRICOLE  
ALIMENTATION Saine - (N° 1786)**

Adopté

**AMENDEMENT**

N ° CE107

présenté par  
Mme Bessot Ballot, rapporteure

-----

**ARTICLE 4**

Rédiger ainsi cet article :

« Au début du deuxième alinéa de l'article L. 413-8 du code de la consommation, après le mot :  
« Toutefois », sont insérés les mots : « , à l'exception des vins, ». »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Le droit européen prévoit déjà l'obligation de mentionner l'origine du vin dans le champ visuel du consommateur. En France, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) contrôle cette obligation.

Il arrive cependant que le nom du vin puisse tromper le consommateur par un nom de domaine typiquement français ou une imagerie faisant référence à l'architecture et aux paysages français alors que le vin n'est pas français. L'objet de cet article est que le pays d'origine du vin soit visible immédiatement et clairement par le consommateur sans que d'autres mentions puissent faire douter le consommateur. Le dispositif en discussion avait recueilli l'assentiment des deux assemblées. Cependant, les représentants de la DGCCRF entendus par votre rapporteure et le travail mené par le Sénat lors de la discussion de sa proposition de loi n° 1837 ont montré que le dispositif proposé pourrait manquer son objectif.

La DGCCRF a en effet déjà la capacité de sanctionner ce type de pratiques sur le fondement des articles L. 121-2 à L. 121-4 du code de la consommation. Une pratique commerciale qualifiée de trompeuse « lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur » le consommateur (article L. 121-2 du code de la consommation). L'article L. 121-2 précité prévoit le cas de tromperie sur l'origine du bien. La fiche pratique de la DGCCRF disponible sur son site internet précise même que faire croire à l'origine française d'un produit fabriqué à l'étranger constitue une pratique commerciale trompeuse.

Le droit en vigueur permet donc déjà de sanctionner les pratiques commerciales décrites par M. Perea dans son amendement. Ces sanctions sont déjà dissuasives : deux ans d'emprisonnement et

une amende de 300 000 euros voire au-delà, à proportion des avantages tirés du délit (article L. 132-2 du même code).

Monsieur Henri Cabanel, rapporteur de la proposition de loi sénatoriale précitée a ainsi proposé un autre dispositif modifiant l'article L. 413 – 8 du code de la consommation aujourd'hui ainsi rédigé « Il est interdit, sur des produits naturels ou fabriqués, détenus ou transportés en vue de la vente, mis en vente ou vendus, d'apposer ou d'utiliser une marque de fabrique ou de commerce, un nom, un signe ou une indication quelconque de nature à faire croire, s'ils sont étrangers, qu'ils ont été fabriqués en France ou qu'ils sont d'origine française et, dans tous les cas, qu'ils ont une origine différente de leur véritable origine française ou étrangère. » Un second alinéa précise que « ces dispositions ne sont pas applicables lorsque le produit porte, en caractères manifestement apparents, l'indication de la véritable origine ».

La mention du pays d'origine du vin étant obligatoire, cet article n'est aujourd'hui pas applicable aux produits viticoles. Cet article ne permet pas de sanctionner une imagerie trompeuse quant à l'origine d'un vin. Le Sénat a donc adopté un amendement qui exclut les vins de la dérogation prévue au deuxième alinéa de l'article L. 413-8 précité.

Le présent amendement reprend le dispositif adopté par le Sénat lors de la discussion de la proposition de loi n° 1837.