



N° 890

# ASSEMBLÉE NATIONALE

CONSTITUTION DU 4 OCTOBRE 1958

QUINZIÈME LÉGISLATURE

---

Enregistré à la Présidence de l'Assemblée nationale le 18 avril 2018.

## PROPOSITION DE LOI

*visant à interdire les pratiques commerciales portant atteinte  
à la notoriété des vins,*

(Renvoyée à la commission des affaires économiques, à défaut de constitution d'une commission spéciale dans les délais prévus par les articles 30 et 31 du Règlement.)

présentée par  
M. Bernard PERRUT,  
député.

## EXPOSÉ DES MOTIFS

MESDAMES, MESSIEURS,

Les vins d'appellation d'origine sont garants d'une origine géographique et d'une qualité du produit qui font la notoriété de chacun.

Aussi, doivent-ils bénéficier d'une protection afin que ne soit pas portée atteinte à leur image et à celle de leur région de production.

On constate que des grandes enseignes de distribution pratiquent des prix sensiblement inférieurs à la valeur réelle des produits.

Cela se concrétise avec des promotions de « deux bouteilles pour le prix d'une », ne permettant plus d'apprécier la valeur réelle du produit, relayés par d'importantes campagnes de communication.

Ces comportements doivent être interdits et donc sanctionnés.

C'est pourquoi, il vous est proposé de modifier la réglementation actuelle afin que cesse cette pratique commerciale dès lors qu'elle affaiblit la notoriété de l'appellation avec une promotion qui n'a pour but que de profiter de l'image d'un vin pour valoriser une enseigne auprès des consommateurs.

Tel est, Mesdames, Messieurs, l'objet de la présente proposition de loi que nous vous demandons de bien vouloir adopter.

## PROPOSITION DE LOI

### **Article unique**

- ① Après le premier alinéa de l'article L. 643-2 du code rural et de la pêche maritime, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :
- ② « Est interdite toute pratique commerciale qui consiste en la mise en avant d'un produit bénéficiant d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique dans le cadre d'offres promotionnelles susceptibles de détourner ou d'affaiblir la notoriété et l'image de l'appellation ou de l'indication. Constitue une telle pratique la mise en avant exclusive ou ciblée d'un tel produit sur un support promotionnel afin de faire bénéficier à l'enseigne commerciale de l'attractivité du produit concerné ».

