



Foires aux vins

Les foires aux vins commencent début septembre. Ce rendez-vous est devenu incontournable pour les amateurs désireux de faire de bonnes affaires. Elles sont généralement associées à la grande distribution qui profite de l'occasion pour se démarquer et attirer de nouveaux clients. Comment les vins sont-ils sélectionnés et quelles sont les règles applicables lors de ces événements commerciaux ?

Les foires aux vins dans la grande distribution sont des opérations commerciales et publicitaires importantes. Leur contrôle fait régulièrement ressortir des questions sur des points essentiels concernant la protection du consommateur : la disponibilité des vins proposés sur les publicités, et les opérations réservées aux clients privilégiés notamment.

Disponibilité des produits

Les produits proposés sur les catalogues ou dépliants publicitaires lors des foires aux vins doivent être disponibles pendant la période à laquelle se rapporte la publicité de prix.

L'indisponibilité d'un produit peut être constitutif d'une pratique commerciale trompeuse au sens de l'article L.121-1 du Code de la consommation, à condition que l'ensemble des éléments matériels

(impossibilité de fournir, ou éventuellement de livrer, les produits présentés dans les publicités) et intentionnels (absence de réapprovisionnement, dissimulation de l'indisponibilité par le distributeur, notamment) soient réunis.

L'indisponibilité des produits pourra également être sanctionnée d'une contravention de cinquième classe, sur le fondement de l'article L.112-1 du Code de la consommation et qui indique que les publicités de prix doivent concerner des produits disponibles.

Aux termes de l'article L.121-6 du Code de la consommation, la pratique commerciale trompeuse est sanctionnée pénalement d'une peine d'emprisonnement de deux années et d'une amende de 300 000 €.

Dès lors, les vins doivent être commandés en quantité suffisante compte tenu de l'importance de la publicité.

Les vins, objets de la publicité, doivent être disponibles avec toutes leurs caractéristiques présentées dans les publicités (exemple : millésime, appellation, prix) dès le début de l'opération.

Cas particuliers : vins prestigieux ou millésime exceptionnel ou provenant de petites exploitations.

Compte tenu de la grande variété de vins offerts lors d'une foire aux vins, les mentions "quantités limitées" ou "quantités très limitées" accompagnées du nombre de produits proposés peuvent être admises pour certains vins prestigieux ou provenant de petites exploitations ou d'un millésime exceptionnel.

Si l'opérateur le souhaite, il est possible d'indiquer les quantités offertes à la vente, soit en début de catalogue avec un renvoi pour les vins concernés, soit de faire figurer une mention indiquant la quantité disponible pour chaque vin concerné. L'information du consommateur doit être, en effet, la plus complète possible.

Cependant ces mentions doivent pouvoir être justifiées par la rareté du produit, et la présentation publicitaire ne doit pas être disproportionnée par rapport aux quantités proposées.

Solutions à l'indisponibilité des produits

Les problèmes d'indisponibilité des produits peuvent être réglés à l'amiable vis-à-vis des consommateurs :

- lorsque le vin fait l'objet d'un réapprovisionnement lors de la période de promotion ;
- lorsque le consommateur a la possibilité de passer commande pour le vin en cause ;
- lorsque avec l'accord du consommateur, un vin équivalent et au même prix que le vin manquant lui est proposé.

En outre, pour les vins présentés en quantités limitées, il est souhaitable de prévoir des modalités de réapprovisionnement, et éventuellement une mutualisation des stocks des magasins d'une même enseigne, pour satisfaire la demande des consommateurs.

Dégustation gratuite la veille de l'opération

Les dégustations gratuites la veille de l'opération peuvent être réservées à des clients privilégiés avec possibilité d'achat.

Toutefois cette organisation ne doit pas influencer sur la foire aux vins proprement dite et sur la disponibilité des vins proposés lors de la foire pour le public, notamment lors de l'ouverture de la foire. Les quantités ainsi offertes doivent être prises en compte par le distributeur au moment de ses commandes.

Réduction de prix

Toute annonce de réduction de prix est licite sous réserve qu'elle ne constitue pas une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L.120-1 du Code de la consommation (article 1^{er} de l'arrêté du 11 mars 2015).

L'annonceur doit pouvoir justifier de la réalité du prix de référence à partir duquel la réduction de prix est annoncée (article 2 de l'arrêté précité).

Les annonces de réductions de prix sans mention du prix de référence sont licites, sauf à ce qu'elles soient qualifiées de pratiques commerciales déloyales.

Concordance entre la publicité et le produit présenté à la vente

► Le prix

Le prix en magasin ne doit pas être supérieur au prix annoncé dans le catalogue. En outre, le prix indiqué dans la publicité doit correspondre au produit dont la photo illustre la publicité.

► Qualité du produit

Les erreurs de millésimes, les faux domaines ou châteaux, la mention « mis en bouteille à la propriété/au château » alors que tel n'est pas le cas, et les distinctions attribuées lors de concours inexacts, notamment, peuvent être sanctionnées comme pratique commerciale trompeuse (article L.121-1 et suivant du Code de la consommation).

Textes de référence

[Arrêté du 11 mars 2015](#) relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur

NB : en attente d'une nouvelle circulaire concernant les conditions d'application de l'arrêté du 11 mars 2015

[Code de la consommation](#)

- [article L 121-1 sur les pratiques commerciales trompeuses](#)
- [article L. 112-1 sur la publicité des prix](#)
- [article L.121-6 sur les sanctions pénales d'une pratique commerciale trompeuse](#)

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer aux textes officiels.

Pour tout renseignement complémentaire, reportez-vous aux textes applicables et/ou rapprochez-vous [d'une direction départementale de la protection des populations \(DDPP\) ou direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations \(DDCSPP\)](#).

Crédit photo : ©Fotolia

Liens utiles

[Sites institutionnels des syndicats et comités interprofessionnels des vins](#)

[Etablissement National des produits de l'agriculture et de la mer : Franceagrimer](#)

[Institut national de l'Origine et de la Qualité \(INAO\)](#)