



Présentation et étiquetage en linéaires des vins et spiritueux

La présentation et l'étiquetage des vins et des spiritueux en linéaires désigne la manière dont ces produits sont mis en valeur dans les rayons des distributeurs (grandes et moyennes surfaces, cavistes, etc.). Quelle est la réglementation applicable ?

La présentation et l'étiquetage donne au consommateur une information sur les produits mis en rayon, à ce titre, elle doit être loyale, c'est-à-dire précise, claire, aisément compréhensible et surtout, qu'elle n'induisse pas en erreur.

Dans la réglementation européenne relative aux vins et spiritueux, la mise en rayon est appréhendée sous l'angle de l'étiquetage. En effet, l'étiquetage renvoie non seulement à l'étiquette du produit (les informations figurant sur la bouteille) mais aussi à son environnement (tout emballage, document, écriteau, etc. se référant au produit).

Ainsi, l'environnement, la signalétique, la disposition et l'exposition de boissons alcoolisées au moyen d'indications fausses ou confusionnelles sur la nature, l'origine ou la qualité sont susceptibles de relever de la pratique commerciale trompeuse.

Définitions de la réglementation européenne

(article 117 du règlement n° 1308/2013)

Étiquetage : les mentions, indications, marques de fabrique, ou de commerce, images ou signes figurant sur tout emballage, document, écriteau, étiquette, bague ou collerette accompagnant ou se référant à un produit donné.

Présentation : les informations transmises au consommateur par le biais de l'emballage du produit concerné, y compris la forme et le type des bouteilles.

Les grands principes de la mise en rayon des vins et spiritueux

► La liberté du professionnel et la loyauté de la pratique commerciale

Le professionnel dispose de la liberté d'organiser ses rayons comme il le souhaite compte tenu de la place dont il dispose. Ainsi, rien n'interdit dans la réglementation de vendre différentes catégories de boissons en les plaçant au même endroit si aucune signalétique particulière n'est adoptée. Par exemple, en l'absence d'autres précisions apportées par le commerçant sur l'étiquetage accompagnant le produit, il est possible de placer un vin sans indication géographique (VSIG) à côté d'un vin avec une appellation d'origine protégée (AOP), ou encore de mettre une boisson spiritueuse à base de rhum à côté d'un rhum.

Cette liberté doit toutefois s'accompagner d'une loyauté quant à l'information du consommateur et la présentation des produits. En effet, l'absence de balisage des rayons n'empêche pas les enquêteurs de la DGCCRF de procéder à un contrôle du rayon afin de vérifier, au cas par cas, l'absence de pratique commerciale trompeuse. A titre d'exemple, même en l'absence de classement des vins, un VSIG étranger ne doit pas se retrouver au milieu des VSIG français. De même, un vin mousseux de qualité sans indication géographique ne doit pas être placé au milieu des vins mousseux de qualité AOP ou IGP. Enfin, un vin rosé aromatisé au pamplemousse ne doit pas être placé au milieu des vins rosés.

Il importe de souligner que, dans tous les cas, les informations obligatoires présentes sur l'emballage du produit doivent être facilement accessibles pour le consommateur. Par exemple, les informations indiquées sous un bag-in-box (BIB) ne sont pas jugées accessibles compte tenu du poids et de l'encombrement du produit. Toutefois, elles sont jugées accessibles lorsqu'il suffit au consommateur de le tourner. En effet, la réglementation impose que les mentions obligatoires figurent dans un même champ visuel (cf. article 40 du règlement n° 2019/33), mais pas obligatoirement en face avant.

¹ Règlement (UE) n° 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 portant organisation commune des marchés des produits agricoles.

² Règlement (UE) n° 251/2014 du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 concernant la définition, la description, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des produits vinicoles aromatisés.

À savoir

Quel que soit l'emballage (BIB, bouteille, coffret...) :

- les informations portées sur la face inférieure du produit (sur laquelle il est posé normalement dans le linéaire) ne sont pas considérées comme aisément accessibles ;
- les informations obligatoires doivent donc figurer ailleurs (face latérale ou supérieure de l'emballage).

► Les différentes catégories de produits

Lorsqu'il dispose de nombreuses références, le professionnel peut choisir de mettre en place un balisage des rayons afin d'aider le consommateur à trouver plus facilement le type de produit recherché. Dans ce cas, le classement et la signalétique adoptés doivent respecter un certain nombre de principes posés par la réglementation.

En effet, la réglementation européenne distingue différentes catégories de produits auxquels elle consacre des règlements particuliers, notamment les produits issus de la vigne¹ (dont le vin, les vins de liqueur, vins mousseux, vins pétillants, etc.), les produits vinicoles aromatisés² (qui sont des produits élaborés avec au moins 50 % de vin) et les boissons spiritueuses³ (whisky, rhum, etc.).

Les différentes catégories de vins et spiritueux

► Les vins

• Les vins sous IG (AOP/IGP) et les vins sans IG

Dans la réglementation, les vins sont différenciés selon qu'ils disposent d'une indication géographique (Appellation d'origine protégée (AOP) ou Indication géographique protégée (IGP)) ou qu'ils n'en disposent pas. Dans ce dernier cas, ils sont alors désignés comme faisant partie de la catégorie des vins sans indication géographique (VSIG).

La production des vins AOP et IGP est soumise au respect d'un cahier des charges strict qui implique un contrôle des conditions de production et des produits. Les opérateurs sont aussi soumis à une procédure d'habilitation. Toutes les opérations depuis la récolte du raisin jusqu'à la fin du processus d'élaboration du vin sont réalisées dans la zone géographique considérée.

³ Règlement (UE) n° 2019/787 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 concernant la définition, la désignation, la présentation et l'étiquetage des boissons spiritueuses, l'utilisation des noms de boissons spiritueuses dans la présentation et l'étiquetage d'autres denrées alimentaires, la protection des indications géographiques relatives aux boissons spiritueuses, ainsi que l'utilisation de l'alcool éthylique et des distillats d'origine agricole dans les boissons alcoolisées.

Un vin AOP correspond à un produit issu d'un terroir particulier mêlant interactions naturelles et humaines dont il tire directement son originalité et ses spécificités.

Un vin IGP désigne, quant à lui, un produit issu d'un territoire défini et d'un savoir-faire, et auquel on reconnaît des caractéristiques particulières dues à son origine géographique.

En revanche, un VSIG ne répond pas à un cahier des charges : les produits doivent respecter la réglementation transversale européenne et nationale. Les vignerons disposent donc d'une liberté plus grande pour élaborer leurs produits.

La réglementation européenne consacre la notion de « vin de qualité » qu'elle associe au terroir propre d'une zone de production. Elle protège également les AOP/IGP contre toute utilisation visant à profiter de leur réputation.

L'article 55 du règlement n° 2019/33 réserve l'indication d'une unité géographique plus petite ou plus grande que la zone d'appellation d'origine ou

« Dans l'Union, le concept de vin de qualité se fonde, entre autres, sur les caractéristiques particulières attribuables à l'origine géographique du vin. Ce type de vin est identifié à l'intention du consommateur au moyen d'appellations d'origine protégées et d'indications géographiques protégées ».

- Règlement n° 1308/2013 du 17 décembre 2013 relatif à l'organisation commune des marchés des produits agricoles, Considérant n° 92.

d'indication géographique aux vins AOP ou IGP (exemple : AOP Morgon, « Côte du Py »). L'article 120 point 1, g du règlement n° 1308/2013 étend cette possibilité à leur étiquetage et à leur présentation. La conséquence est que **les VSIG n'ont pas la possibilité de faire référence à une quelconque unité géographique sur leur étiquette**. En revanche, comme tous les vins, les VSIG doivent indiquer un lieu de provenance (article 45 dudit règlement), ce qui peut correspondre au nom de l'Etat membre « vin de France » ou des Etats membres s'il s'agit d'un mélange de vins ayant plusieurs origines « vin de l'Union européenne » ou encore au nom du pays tiers dont le vin est issu. Les VSIG peuvent également faire référence à un cépage ou à un millésime, à condition toutefois d'avoir été certifiés par FranceAgriMer (cf. décret n° 2010-1327 du 5 novembre 2010).

En conséquence, **toute indication d'origine autre que le pays de provenance dans l'étiquetage des VSIG est interdite**. Cela signifie que les VSIG ne

doivent pas faire référence à une indication de provenance autre que l'Etat membre, et ce, même s'il s'agit du nom d'un bassin viticole, d'une région ou d'un département. Par exemple, un VSIG produit dans le Languedoc ne peut être classé sous une bannière « vins du Languedoc », sous un drapeau de l'Occitanie ou sous un écriteau « produits régionaux ». De surcroît, toute référence même imagée à une zone plus petite (un drapeau régional, une décoration suggérant un lieu spécifique de production, etc.) est également susceptible de relever de la pratique commerciale trompeuse. Ces présentations peuvent être de nature à tenter de faire croire au consommateur qu'il achète un vin sous AOP ou IGP alors qu'il s'agit d'un VSIG.

• Les vins biologiques et les vins conventionnels

Certains professionnels choisissent par ailleurs de réserver un rayonnage aux vins biologiques. Dans ce cas, le rayon en question doit contenir uniquement des produits biologiques. A titre d'exemple, les enquêteurs de la DGCCRF vérifient que ces derniers ne sont pas mélangés à des vins « sans soufre ajouté » non certifiés en agriculture biologique (cf. nécessité de la présence sur la bouteille du logo européen « Eurofeuille », complété éventuellement par le logo AB).

• Les vins français et les vins étrangers

Le classement des vins opérés dans les rayons ne doit pas induire en erreur le consommateur sur l'origine des vins. Ainsi le positionnement de vins d'origine étrangère dans un rayon sous signalétique « vins français » est susceptible de relever de la pratique commerciale trompeuse.

► Les produits vinicoles aromatisés

Le vin étant défini comme un produit « *obtenu exclusivement par la fermentation alcoolique, totale ou partielle, de raisins frais, foulés ou non, ou de moûts de raisins* »⁴, tout ce qui est dénommé « vin » doit répondre à cette définition et doit être élaboré selon certaines pratiques œnologiques autorisées qui ne comprennent pas l'aromatization et la coloration.

Or, les produits vinicoles aromatisés sont « *les produits issus de produits du secteur vitivinicole visés dans le règlement (UE) n° 1308/2013 qui ont été aromatisés* »⁵. Par conséquent, ils appartiennent à une autre catégorie de produit sur le plan réglementaire. Ils ne doivent donc pas être confondus avec les vins dans les linéaires puisque, par leur composition, ils ne correspondent plus à la définition du vin.

S'ils ne peuvent pas être commercialisés dans le linéaire dénommé « vins », ils peuvent en revanche être présentés à côté des vins dans un linéaire dénommé, par exemple, « vins et vins aromatisés », ou faire l'objet d'un linéaire spécifiquement dédié.

⁴ Annexe VII, partie 2, 1) du règlement n° 1308/2013.

⁵ Article 3 du règlement n° 251/2014.

► Les boissons spiritueuses

Le règlement (CE) n° 2019/787 qui encadre les boissons spiritueuses définit strictement certaines catégories de boissons spiritueuses. A titre d'exemple, les boissons spiritueuses telles que le rhum ou le whisky ne doivent pas être aromatisées et ne peuvent pas dépasser les teneurs en sucres fixées par la réglementation⁶. Aussi, il n'est pas possible de placer des boissons spiritueuses à base de whisky ou à base de malt (exemple : boisson spiritueuse à base de whisky au miel) dans les rayonnages adoptant comme signalétique «whiskies». Cette remarque vaut également pour le rhum.

Lorsqu'il y a une signalétique « whisky » ou « rhum », les produits placés sous celle-ci doivent être uniquement des whiskies ou des rhums. Les produits à base de whisky ou de rhum doivent être placés ailleurs. L'enjeu est d'éviter que le consommateur ne soit induit en erreur sur les qualités intrinsèques du produit qu'il achète.

► Les vins désalcoolisés et les boissons sans alcool imitant le vin

Les produits issus de la désalcoolisation totale ou partielle des vins ne sont pas encore définis au niveau européen⁷. Dans la mesure où ils ne contiennent pas ou peu d'alcool, il n'est pas possible de les ranger dans la catégorie des vins, ces derniers devant respecter un titre alcoométrique volumique (TAV : c'est-à-dire le degré alcoolique) minimal. Les boissons issues de la désalcoolisation des vins peuvent cependant se retrouver dans le rayon des produits viticoles, à proximité immédiate du rayon des vins, à condition qu'il en soit séparé et correctement balisé de manière à éviter toute confusion dans l'esprit du consommateur (exemple : « vins désalcoolisés/partiellement désalcoolisés »).

► Les boissons sans alcool imitant le vin

D'autres boissons sont élaborées non pas à partir de vins désalcoolisés, mais à partir de jus de raisin aromatisé dans le but d'imiter un goût proche du vin. Ce sont des boissons sans alcool dont l'étiquette reprend généralement les codes du vin, notamment par leur présentation. Pour éviter tout risque de confusion avec les vins désalcoolisés ou partiellement désalcoolisés et les vins de manière générale, ces produits ne peuvent pas être placés dans le rayon des produits viticoles. En effet, ils ne doivent être confondus ni avec le vin, ni avec les produits viticoles aromatisés ou les boissons issues de la désalcoolisation du vin. Ils peuvent néanmoins conserver une présentation proche de celle du vin à la condition qu'elle demeure loyale et non-trompeuse pour le consommateur.

⁶ Annexe I du règlement n° 2019/787 applicable le 25 mai 2021.

Affichage du prix au litre pour les boissons alcoolisées ne bénéficiant pas d'une indication géographique

L'article 1^{er} de l'arrêté du 16 novembre 1999 relatif à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés prévoit que certains produits préemballés, lorsqu'ils sont exposés pour la vente au détail à emporter, doivent être munis d'une étiquette indiquant le prix de vente au litre, la quantité nette délivrée et le prix de vente correspondant. Ces produits sont listés dans une annexe à cet arrêté. Figurent sur cette liste les « vins de table » (ancien nom des VSIG), à l'exclusion des « vins de pays » (synonyme des vins IGP), et les vins mousseux, vins pétillants, vermouths, vins de liqueur, liqueurs et eaux-de-vie ne bénéficiant pas d'une indication géographique.

Concrètement, cela signifie que les vins ne disposant pas d'une AOP ou d'une IGP doivent indiquer le prix au litre aux consommateurs. Cette règle doit permettre aux consommateurs de faire des comparaisons entre le prix au litre de différents contenants (par exemple, comparer les prix entre une bouteille de 75 cl et un cubis de 3 l).

Textes de référence

Règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires

Règlement (UE) n° 1308/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 portant organisation commune des marchés des produits agricoles

Règlement (UE) n° 2019/787 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 concernant la définition, la désignation, la présentation et l'étiquetage des boissons spiritueuses

Règlement (UE) n° 251/2014 du Parlement européen et du Conseil du 26 février 2014 concernant la définition, la description, la présentation, l'étiquetage et la protection des indications géographiques des produits viticoles aromatisés

⁷ Les « vins désalcoolisés » et les « vins partiellement désalcoolisés » devraient toutefois être définis dès 2021 à l'annexe VII, partie 2, 1) du règlement n° 1308/2013

Décret n° 2012-655 du 4 mai 2012 relatif à l'étiquetage et à la traçabilité des produits vitivinicoles et à certaines pratiques œnologiques

Arrêté du 8 octobre 2008 fixant les règles relatives aux quantités nominales de certains produits en préemballages

Code de la consommation : articles L. 121-2 et L. 121-3 sur les pratiques commerciales trompeuses

Liens et adresses 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)

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



Vous avez rencontré un problème en tant que consommateur ?

Signalez-le sur www.signal.conso.gouv.fr, le site de la DGCCRF

Crédit photo : ©PIWIGO