

Foires aux vins

19/09/2022

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 ?



L'essentiel

- Les produits annoncés dans les publicités doivent être disponibles pendant la période de promotion, sous peine de constituer une pratique commerciale trompeuse.
- Pour les vins prestigieux ou provenant de petites exploitations, des mentions de "quantités limitées" peuvent être admises, mais doivent être justifiées par la rareté du produit. Une information complète et transparente doit être fournie.
- Si un produit annoncé n'est pas disponible, des solutions amiables peuvent être convenues telles que le réapprovisionnement, la possibilité de commander ce dernier, ou un équivalent.

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 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.

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.

Solution 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 d'une réduction de prix indique le prix antérieur pratiqué par le professionnel avant l'application de la réduction de prix (article 112-1-1 du Code de la consommation).

Ce prix antérieur correspond au prix le plus bas pratiqué par le professionnel à l'égard de tous les consommateurs **au cours des trente derniers jours précédant l'application de la réduction de prix.**

Par exception au deuxième alinéa, en cas de réductions de prix successives pendant une période déterminée, le prix antérieur est celui pratiqué avant l'application de la première réduction de prix.

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, les fausses distinctions attribuées lors de concours et les autres pratiques déloyales, peuvent être sanctionnées comme pratiques commerciales trompeuses (article L.121-1 et suivant du Code de la consommation).

Liens utiles

Ce que dit la loi :

[Code de la consommation](#)

- [article L.112-1-1 sur la publicité relative aux prix](#)
- [article L 121-1 sur les pratiques commerciales trompeuses](#)
- [article L. 132-2 sur les sanctions d'une pratique commerciale trompeuse](#)

Ces contenus peuvent aussi vous intéresser :

- [Dépliant carte des vins](#)
- [Brochure étiquettes de vin](#)