



La défense du mot « champagne », un travail de longue haleine

Par *Sophie Claeys-Pergament*

Créé le 08/01/2013 10:20

MARNE. Dès le milieu du XIXe siècle, les Champenois s'associent pour défendre leur patrimoine commun contre les utilisations trompeuses de producteurs de vins mousseux qui entendent valoriser abusivement leurs produits en les présentant sous l'appellation champagne.

Aujourd'hui, l'ensemble des pays de l'Union européenne et de nombreux autres pays (Corée du Sud, Colombie et dernièrement le Brésil) accordent à l'appellation champagne une protection qui s'étend à tous types de produits et de services.

Le nom champagne est très attractif, il est un symbole de célébration, de luxe et de qualité. Cette image positive attire la convoitise de nombreux opérateurs indécidés qui utilisent le nom de l'appellation pour valoriser à bon compte leurs produits ou services. Produits cosmétiques, boissons, ameublement et décoration, agro-alimentaire, high-tech, etc. Pas un produit n'échappe à la champagne-mania !

Si, pris isolément, chacun de ces usages ne crée pas de dommage significatif à l'appellation, leur accumulation risque d'altérer, à terme, la notoriété de l'appellation. Or, le comité Champagne détecte chaque année des centaines de ces usages dans tous les pays du monde. Voici trois exemples de ces usurpations qui ont été détectées par le CVC en 2012.

Des centaines d'usages dans le monde

L'épicerie fine Fauchon commercialise depuis quelques années un foie gras dénommé « Foie gras des fêtes au champagne & framboises ». À la suite de l'intervention du CVC, la société Fauchon accepte, dans un premier temps, de supprimer toutes les mentions litigieuses relatives à l'appellation d'origine contrôlée champagne, avant d'accepter d'arrêter la commercialisation de ce foie gras à compter de janvier 2013.

Une enseigne de prêt-à-porter féminin avait choisi, pour l'ouverture de son nouveau magasin sur les Champs-Élysées, de différencier les salons d'essayage d'après un code couleur. Dès l'inauguration de la boutique, le CVC a réagi fermement à l'utilisation de la dénomination « salon Champagne ». L'enseigne a immédiatement modifié son « salon Champagne » en « salon Champs-Élysées ».

En 2012, l'attention du CVC a été également attirée par le site d'un producteur de vin sud-africain, qui utilisait les mentions « méthode champenoise » et « champagnisé » pour présenter son vin mousseux. Le CVC intervient rapidement auprès du producteur en lui rappelant que l'utilisation des mentions « méthode champenoise » et « champagnisé » est interdite depuis le 1er septembre 1994 pour désigner ou présenter tout vin mousseux ou boisson quelconque qui ne bénéficie pas de l'appellation d'origine contrôlée champagne. Le producteur décide alors de suspendre son site pour se conformer, dans une nouvelle version à venir, à la réglementation en vigueur.

(sources CVC)

Photos / vidéos

Auteur :

Légende : Des contrefaçons et des mentions litigieuses, ici au petit musée de la contrefaçon de Veuve-Clicquot. Bernard SVADE

Visuel 1:



URL source: <http://www.lunion.presse.fr/article/aisne/la-defense-du-mot-champagne-un-travail-de-longue-haleine>