vinetur

Un juge rejette l’action visant les étiquettes « 100 % agave » des tequilas de Diageo

Un tribunal fédéral de Brooklyn a estimé que les plaignants n’avaient pas apporté suffisamment d’éléments pour montrer qu’ils avaient payé un surcoût pour Casamigos et Don Julio.

vendredi 2 octobre 2026



Diageo a obtenu le rejet d’une action collective proposée qui accusait l’entreprise d’avoir faussement présenté les tequilas Casamigos et Don Julio comme « 100 % agave », après qu’un juge fédéral de Brooklyn a estimé que les acheteurs à l’origine de la plainte n’avaient pas suffisamment démontré avoir subi un préjudice.

La juge fédérale LaShann DeArcy Hall, du tribunal de district des États-Unis pour le district est de New York, a statué mercredi que les plaignants, un groupe comprenant des consommateurs individuels et des restaurants, n'avaient pas apporté un soutien suffisant à leur allégation selon laquelle ils avaient payé plus cher les produits en raison d'un étiquetage trompeur. La plainte, déposée l'an dernier, soutenait que les acheteurs auraient choisi d'autres marques ou payé moins cher pour la tequila de Diageo s'ils avaient su que les étiquettes étaient fausses.

Dans sa décision, Hall s'est concentrée sur les limites des éléments de preuve produits par les plaignants. Elle a écrit que le tribunal ne pouvait raisonnablement déduire d'un étiquetage erroné généralisé et systémique à partir d'une étude fondée sur cinq échantillons. L'ordonnance indiquait que les plaignants n'avaient pas démontré, d'une manière juridiquement suffisante, comment le problème d'étiquetage allégué s'était traduit pour eux par un préjudice concret.

L'affaire portait sur l'une des allégations les plus importantes du marché de la tequila. Les produits étiquetés « 100 % agave » sont généralement vendus plus cher, car cette mention indique aux acheteurs que l'alcool a été fabriqué entièrement à partir de sucres d'agave et non selon une formule mixte. Les plaignants ont soutenu que les consommateurs avaient payé ce surcoût en pensant que Casamigos et Don Julio répondaient à cette norme.

Diageo a rejeté les allégations. Un porte-parole de l'entreprise a déclaré que le groupe de spiritueux était « ravi que le tribunal ait rejeté dans leur intégralité les allégations d'adultération des plaignants ». L'entreprise contestait des accusations selon lesquelles les étiquettes induisaient les consommateurs en erreur sur le contenu des bouteilles.

Les avocats des plaignants ont vivement contesté la décision et laissé entendre que le combat pourrait ne pas être terminé. Steve Berman, l'un des avocats représentant les acheteurs, a déclaré dans un communiqué que la décision « déforme le dossier » et que les plaignants pourraient demander au tribunal de la réexaminer. Dans un autre communiqué, les plaignants ont indiqué que les consommateurs paient plus cher une tequila étiquetée « 100 % agave » et devraient recevoir ce qu'ils croient acheter. Ils ont également affirmé que des tests en laboratoire indépendants réalisés sur des tequilas

Diageo avaient révélé qu'aucun des produits testés n'était proche d'être fabriqué entièrement à partir de 100 % d'agave.

La plainte s'inscrivait dans un ensemble plus large d'affaires contre Diageo devant le tribunal fédéral de Brooklyn. Hall avait suspendu plusieurs dossiers connexes pendant qu'elle examinait le premier dossier déposé. Sa décision est susceptible d'influer sur la manière dont les autres demandes évolueront, si elles se poursuivent.

La décision a une portée au-delà de ce litige, car les allégations relatives aux ingrédients et à l'origine jouent un rôle central dans l'ensemble du secteur des boissons, en particulier dans les spiritueux. Les étiquettes de tequila ont un poids juridique, tarifaire et commercial, et les producteurs s'appuient souvent sur des mentions comme « 100 % agave » pour différencier leurs produits sur un marché encombré. La décision pourrait alléger une partie de la pression juridique pesant sur les entreprises du secteur des boissons confrontées à des actions similaires pour étiquetage trompeur lorsque les plaignants ne peuvent pas démontrer clairement un préjudice économique ni présenter des éléments suffisamment larges pour étayer des accusations de pratiques systématiques répréhensibles. Dans le même temps, l'affaire montre que le langage de l'étiquetage premium reste une source de risque pour les producteurs, car il peut servir de fondement à des actions en fraude des consommateurs lorsque les acheteurs soutiennent avoir payé plus cher en se fiant à ces déclarations.

L'affaire est Avi Pusateri et al. c. Diageo North America, n° 1:25-cv-02482-LDH-CHK, devant le tribunal de district des États-Unis pour le district est de New York. Les avocats des plaignants sont Steve Berman et Nathaniel Tarnor, du cabinet Hagens Berman, ainsi que David Fernandes, de Baron Budd. Diageo est représentée par Timothy Martin, Ellen Holloman et Christopher Le Coney, de Kaplan Martin.