

TABLE OF CONTENTS (2020) / TABLE DES MATIÈRES (2020)

EDITORIAL

HOW MUCH LONELINESS CAN THE PDO "CHAMPAGNE" AFFORD?

T. GEORGOPOULOS | p. 157

ARTICLE

LA PUBLICITÉ POUR L'ALCOOL ET LE PRINCIPE DE SPÉCIALITÉ DES MARGUES

G. DARMON | p. 161

ESSAYS / ÉTUDES

LES MENTIONS TRADITIONNELLES POUR LE VIN : ITINÉRAIRE JURIDIQUE À TRAVERS
LES « CHÂTEAUX », « CLOS », « AOC » ET AUTRES MENTIONS VALORISANTES
RÉGLEMENTÉES

B. FONTAINE | p. 187

THE TENNESSEE RETAILERS DECISION: A COMMENT

S. DIAMOND | p. 207

NOUVEAUX HORIZONS POUR LES MARGUES VITIVINICOLES

C. TILLOY | p. 231

CASE-LAW / JURISPRUDENCE

LE CONSOMMATEUR DE VIN DOIT ÊTRE INFORMÉ SUR SON ORIGINE EXACTE
(CJUE, 12 NOVEMBRE 2019, C-363/18)

R. BOUNIOL | p. 249

PRÉCISIONS SUR L'ACCÈS AU JUGE NATIONAL DANS LE CADRE D'UNE PROCÉDURE
ADMINISTRATIVE COMPOSÉE (CJUE, 29 JANVIER 2020, C-785/18)

E. CHEVALIER | p. 257

LE VIN N'EST FISCALEMENT PAS UN ALCOOL COMME LES AUTRES
(CJUE, 30 AVRIL 2020, C-184/19)

F. BIN | p. 269

UNE FAUTE DE GOÛT (RETOUR DE L'AFFAIRE COGNAC – COUR D'APPEL D'ATHÈNES,
9 JUIN 2020)

P. JOUGLEUX | p. 279

REPORT / CHRONIQUE

2019 AUSTRALIAN WINE LAW REPORT

S. STERN | | p. 293

INDEX OF AUTHORS (2020) / INDEX DES AUTEURS (2020) | p. 321

INDEX OF CASE-LAW (2020) / INDEX DE LA JURISPRUDENCE (2020)
| p. 323

INDEX OF KEYWORDS (2020) | p. 327

INDEX ALPHABÉTIQUE (2020) | p. 329

TABLE OF CONTENTS (2020) / TABLE DES MATIÈRES (2020) | p. 331