



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

réglementation

Question écrite n° 109735

Texte de la question

M. Didier Mathus attire l'attention de M. le secrétaire d'État auprès de la ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur l'appellation produits « faits maison ». En effet, cette appellation désigne un produit fabriqué sur le lieu même d'approvisionnement du consommateur et élaboré en suivant une recette traditionnelle, de façon non industrielle et avec ses ingrédients de base caractéristiques. Or, bien souvent, cet argument marketing est une vraie publicité mensongère et trompe le consommateur. Plusieurs restaurateurs utilisent en effet cette appellation ou d'autres équivalentes (traditionnel, fermier, à l'ancienne, naturel...) alors que près de 70 % des produits vendus sous ce label sont en fait fabriqués et élaborés à l'extérieur. Dans ces conditions, il lui demande quelles garanties peuvent être prises afin d'informer réellement le consommateur sur la nature des produits et des prestations qui lui sont proposées et de lui assurer de ne pas être trompé sur les produits qui lui sont vendus.

Texte de la réponse

L'emploi de mentions valorisantes telles que « maison », « fermier » ou « traditionnel » répond à des critères stricts, que les agents de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) sont chargés de vérifier. À l'occasion des contrôles dans les restaurants, « fait maison » est l'une des allégations valorisantes qui attire immédiatement l'attention des agents. En 2010, près de 20 000 contrôles ont été réalisés dans les restaurants. 7 000 de ces contrôles ont porté sur le caractère potentiellement trompeur des allégations. Les enquêteurs ont vérifié la réalité de ces allégations, notamment à partir des factures d'achat et autres documents commerciaux. Des suites appropriées ont été données. Parmi celles-ci, la suppression de mentions valorisantes indues sur les cartes et menus permet d'assurer la loyauté de l'information du consommateur.

Données clés

Auteur : [M. Didier Mathus](#)

Circonscription : Saône-et-Loire (4^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 109735

Rubrique : Commerce et artisanat

Ministère interrogé : Commerce, artisanat, PME, tourisme, services et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 31 mai 2011, page 5644

Réponse publiée le : 16 août 2011, page 8799