ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

étiquetage informatif

Question écrite n° 44331

Texte de la question

Mme Fabienne Labrette-Ménager appelle l'attention de M. le secrétaire d'État chargé de l'industrie et de la consommation sur la nécessité de valoriser les emplois en France auprès des consommateurs. Depuis quelques mois, le monde est confronté à une crise financière sans précédent. La France, comme l'ensemble de ses partenaires européens, est soumise à une érosion inquiétante de ses emplois du fait d'un net ralentissement de la consommation et d'une « sinistrose » ambiante qui n'incite pas nos concitoyens à consommer. Le plan de relance mis en place par le Président de la République et le Gouvernement, devrait permettre un redémarrage progressif de notre économie. Pour autant, il apparaît nécessaire de défendre nos emplois en incitant les consommateurs français à porter leurs choix sur des produits fabriqués en France. Aussi, elle lui demande de bien vouloir lui indiquer dans quelle mesure il serait possible d'apposer un logo visible sur tous les produits fabriqués en France pour mettre en avant le fait qu'acheter ces produits contribue à défendre les emplois en France.

Texte de la réponse

Le marquage de l'origine ou de la provenance des denrées alimentaires circulant dans l'Union européenne (LIE) doit figurer sur l'étiquette uniquement dans les cas où l'omission de cette mention est susceptible d'induire le consommateur en erreur sur l'origine ou la provenance véritable (par exemple en cas d'indications pouvant laisser penser que le produit a une origine différente de l'origine réelle). En effet, le législateur communautaire considère que l'indication de l'origine n'est pas une information nécessaire au consommateur, de manière générale et absolue, mais uniquement lorsque son absence risque d'induire en erreur (réponse de la Commission européenne au recours introduit le 25 août 2008 par la République italienne ; affaire C-383/08). Le marquage de l'origine est également imposé (viande bovine, miel, fruits et légumes, poissons, dénominations protégées au niveau communautaire...) quand il répond à une nécessité particulière de protection ou d'information du consommateur. Ce dernier peut ainsi connaître le lieu de naissance, d'élevage et d'abattage des bovins dont il achète la viande ou la zone de pêche ou d'élevage des poissons. Le marquage de l'origine ou de la provenance des ingrédients principaux pourrait bientôt être imposé, dès lors qu'elle est différente de l'origine ou de la provenance annoncée sur la denrée. Le consommateur peut aussi repérer les produits bénéficiant d'une appellation d'origine ou d'une indication géographique protégée au niveau communautaire (exemple : AOP « Roquefort »). Un projet de règlement, en cours de négociation, pourrait introduire dans la législation communautaire un régime de marquage de l'origine obligatoire de certains produits industriels importés de pays tiers. La France suit de manière attentive ces travaux. Au niveau national, sauf cas particulier dûment justifié (notamment pour protéger la santé publique), les États membres ne peuvent pas adopter des dispositions nationales plus restrictives. La Cour de justice des Communautés européennes considère, de manière constante, que les réglementations nationales demandant l'indication obligatoire de l'origine des denrées alimentaires (par exemple l'apposition d'un logo) entravent les échanges, car elles peuvent inciter les consommateurs à acheter des produits nationaux et dissuader des entreprises de conclure des accords de sous-traitance avec des entreprises d'un autre État membre. La France a dû supprimer l'obligation de

mentionner l'origine qui figurait dans le décret n° 86-985 du 21 août 1986 relatif à l'étiquetage des textiles. La Commission européenne vient de rejeter la demande de l'Irlande de réglementer au niveau national la mention du pays d'origine sur l'étiquetage des viandes de volaille, de porc et d'ovin (décision n° 2009/291/CE du 20 mars 2009). Les professionnels peuvent en revanche, de façon volontaire, alléguer sur l'origine ou la provenance en vue de valoriser leurs produits (par exemple en apposant sur leurs produits la mention « France » ou « Europe », un logo contenant cette mention, voire un drapeau). La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) veille, à cet égard, à ce que de telles allégations n'induisent pas le consommateur en erreur ou ne portent pas atteinte à la loyauté des transactions.

Données clés

Auteur : Mme Fabienne Labrette-Ménager
Circonscription : Sarthe (1re circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 44331
Rubrique : Consommation
Ministère interrogé : Industrie et consommation
Ministère attributaire : Industrie et consommation

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 17 mars 2009, page 2482
Réponse publiée le : 23 juin 2009, page 6191