



## **Charte destinée à lutter contre les marquages confusants » adoptée lors de l'Assemblée Générale du 25 Juin 2019**

### **Préambule :**

La législation actuelle en France comme en Europe n'impose pas, contrairement à certains pays (comme les USA), d'apposer sur les produits mis en vente l'origine géographique de fabrication.

Il nous semble que cette information serait de nature à renseigner utilement les consommateurs, et la Fédération s'associera à toute initiative pouvant tendre à ce que ce marquage devienne obligatoire à minima au niveau européen.

La tâche étant loin d'être aisée, la FFC souhaite cependant agir dans un premier temps en proposant à ses adhérents tout d'abord, puis à l'ensemble de la profession (mais aussi plus largement à toutes les autres Fédérations professionnelles Françaises et Européennes), une charte de « bonne conduite » destinée à lutter contre les marquages dits « confusants ». Cette charte n'a pas de valeur juridique, mais sa signature est un engagement moral de respect auprès des consommateurs mais également des divers intervenants du marché (concurrents, acheteurs, distributeurs, presse...).

### **Qu'est ce qu'un marquage « confusant » ?**

C'est toute action (volontaire ou non) qui peut laisser penser au consommateur final que le produit qu'il s'apprête à acheter a été fabriqué dans un certain pays, alors qu'il n'en est rien. Plusieurs éléments peuvent aboutir à cette fausse interprétation :

- Cela peut consister en diverses inscriptions placées sur le produit lui-même, ou sur son emballage (cartes, coffrets ...), sur un présentoir, sur un stand, dans un magasin sur un prospectus, catalogue, site internet ...
- Cela peut également consister dans des « mises en scène », des ambiances spécifiques.

### **Exemples de marquages confusants :**

(exemples inventés pour illustrer la démarche, mais très vraisemblables) :

« Les Halles », accolé à une Tour Eiffel , « Italian Spirit », « Swiss Montains », « Milano Style », « German Premium », « French Conception »,

Il peut aussi s'agir d'une mention au pays de fabrication d'un élément de matière première, alors que l'ensemble du cycle de fabrication a été réalisé dans un autre pays « Steel from Sweeden » ...

### **Exemples de mises en situations confusantes :**

- Personnages en costumes folkloriques ne laissant que peu de doutes sur l'origine de ces costumes... (alors que le produit n'est absolument pas originaire de cette contrée)
- Personnages avec des visages ne laissant également aucun doute sur l'origine du pays visé. (alors que le produit n'est absolument pas originaire de cette contrée)
- Un troupeau de brebis sur le flanc d'une belle montagne avec un berger bien identifiable (alors que le produit ...)
- Utilisation d'une police d'écriture très ciblée géographiquement (alors que le produit ...)
- Mise en scène avec un environnement architectural ne laissant aucun doute sur un territoire bien ciblé (alors que le produit ...)
- Utilisation de couleurs pouvant très nettement faire penser à un pays bien précis (alors que le produit ...)
- Etc etc

Il est clair que cette notion de marquage confusant s'éteindrait automatiquement dans la mesure où toutes les mentions ou « mises en scène » suggestives seraient accompagnées, de la mention non équivoque du pays de fabrication (par exemple : « made in Vietnam »), mention devant être lisible par sa taille et son emplacement.