



15ème législature

| | | |
|--|--|---|
| Question N° : 18560 | De M. Frédéric Barbier (La République en Marche - Doubs) | Question écrite |
| Ministère interrogé > Économie et finances | | Ministère attributaire > Économie et finances |
| Rubrique >commerce et artisanat | Tête d'analyse >Réglementations en vigueur sur le « Made in France » | Analyse > Réglementations en vigueur sur le « Made in France ». |
| Question publiée au JO le : 09/04/2019 Réponse publiée au JO le : 18/06/2019 page : 5605 | | |

Texte de la question

M. Frédéric Barbier attire l'attention de M. le ministre de l'économie et des finances sur les appellations revendiquant une fabrication française telles que le « Made in France », la « French touch » etc. À l'heure actuelle, le « Made in France » est de plus en plus plébiscité, que ce soit par les Français dont trois sur quatre se déclarent prêt à payer plus cher un produit parce qu'il est français, mais également à l'étranger, où l'appellation représente à elle seule un gage de qualité et d'élégance à la française, inspirant confiance et savoir-faire. Pourtant, on peut s'interroger sur les critères assez flous qui régissent ces labels. En effet, selon le règlement n° 952 /2013 du Parlement européen et du Conseil du 9 octobre 2013, les articles 39 et 40 du code des douanes et la circulaire du 13 mai 2016, la norme impose que 45 % de la valeur ajoutée d'un produit doit être générée sur le territoire français. Or force est de constater que la loi n'est pas très contraignante et, bien souvent, s'affirmer « Made in France » nécessite seulement que le produit ait été transformé en France. Ainsi, un produit fabriqué à l'étranger et assemblé en France pourra être vendu avec la mention « Made in France ». De même, une filiale étrangère, propriétaire d'une marque française pourra utiliser le prestige et le gage « French touch » de cette dernière pour ses produits conçus et fabriqués à l'étranger. Beaucoup d'entreprises se sont donc emparées de ce filon qui fait vendre mais que l'on pourrait assimiler à de la publicité mensongère. Par conséquent, il conviendrait d'adopter une nouvelle réglementation avec des contraintes plus précises à l'image du label « Origine France Garantie », qui permettrait de mieux protéger les entreprises françaises, tout en apportant une garantie de fiabilité aux consommateurs. Il lui demande donc si des mesures sont envisagées par le Gouvernement pour faire évoluer cette réglementation européenne qui pour l'heure n'est pas assez stricte et protectrice.

Texte de la réponse

Le marquage d'origine est facultatif et volontaire dans les Etats membres de l'Union Européenne (UE). Seuls certains produits agricoles ou alimentaires, pour lesquels une traçabilité est nécessaire, font exception. Ainsi, lorsqu'une mention « Fabriqué en France » ou « Made in France » est apposée sur un produit, elle signifie qu'il revendique une origine française au regard des règles d'origine applicables au sein de l'Union Européenne, conformément aux conventions adoptées par l'Organisation mondiale du commerce (OMC). C'est sur le fondement de ces règles et en vertu de l'article 39 du code des douanes que la direction générale des douanes et droits indirects (DGDDI) peut contrôler la régularité des marquages d'origine française à l'importation et éventuellement sanctionner les infractions à ces règles. Lorsque les marchandises sont mises à la consommation en France, les contrôles sont alors effectués par la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression

des fraudes (DGCCRF) qui vérifie que ce marquage n'est pas de nature à tromper le consommateur sur l'origine du produit (articles L. 121-2 du code de la consommation), sous peine de sanction. Les règles d'origine définies au niveau européen par les articles 59 à 63 du code des douanes de l'Union et par les articles 31 à 36 des actes délégués doivent être respectées. Ces règles permettent d'établir la « nationalité » d'un produit lorsque les étapes de fabrication relèvent de plusieurs pays. Afin de sécuriser ce marquage de l'origine, les services des douanes proposent désormais aux entreprises un service d'Information sur le made in France (IMF). Ces demandes sont instruites de façon personnalisée afin que les entreprises qui s'investissent pour produire en France puissent valoriser leur savoir-faire auprès de leurs partenaires et des consommateurs. Ainsi, toutes les marchandises revendiquant une « origine France » doivent avoir subi sur le territoire national leur dernière transformation d'importance. Cette démarche a pour objectif la défense de l'activité économique et des emplois à forte valeur ajoutée en France. La DGDDI fournit également aux entreprises un conseil personnalisé sur l'origine des produits via son réseau de cellules de conseil aux entreprises. Les entreprises qui souhaitent afficher davantage de garanties vis-à-vis du consommateur et faire état d'une certification quant à l'origine de leur produit peuvent s'orienter vers une démarche de certification via des marques collectives privées, telles qu'Origine France Garantie ou d'autres marques sectorielles ou régionales. Ces marques doivent a minima respecter les règles d'origine définies par le code des douanes de l'Union, auxquelles s'ajoutent alors certains critères spécifiques dans leur cahier des charges.