

ORIGINE DES PRODUITS

Vous avez bien dit "fabriqué en France" ?

Sous l'étiquette Made in France, la part française des produits est de plus en plus faible. Ce qui marque les lacunes du droit face à la mondialisation.
PAR VIRGINIE BRUNOT, ANNE-SOPHIE CANTREAU, AVOCATS, ALAIN BENSOUSSAN-AVOCATS.

L'ENJEU

> Améliorer la transparence juridique.
> Renforcer la traçabilité pour valoriser le marquage de l'origine des produits.

LA MISE EN ŒUVRE

> Réglementer les labels.
> Créer une carte d'identité-produit.
> Transformer le "Made in" en instrument de mesure de la valeur ajoutée en France.



D.R.



D.R.

■ Le 6 mai 2010, le rapport Jégo révélait la jungle du marquage d'origine ou de qualité des produits: multiplicité des signes de qualité publics ou privés, absence d'harmonisation juridique nationale et communautaire, impossible définition de «l'origine géographique» des produits. Autant de facteurs que l'Observatoire du «fabriqué en France», lancé à la fin de l'été, doit prendre en considération en vue de la réglementation sur la transparence et la traçabilité annoncée par le ministre de l'Industrie Christian Estrosi.

En vue de valoriser le marquage de l'origine des produits, le rapport Jégo propose deux moyens: le label et la carte d'identité. En France, si une agrégation de réglementations particulières existe, aucune législation générale n'encadre, en revanche, l'utilisation du mot «label». Cette lacune est préjudiciable à la protection du consommateur. Partant de ces constats, le rapport Jégo suggère de définir deux types de labels: les labels et les labels officiels: l'appellation «label», ou label professionnel, serait destinée à garantir une «qualité supérieure et la conformité à des normes et/ou à une origine pour un produit ou un service» et ne pourrait être utilisée qu'au terme d'une «procédure de délivrance transparente qui prévoit un cahier des charges, un organisme certificateur indépendant et agréé ainsi qu'une procédure de contrôle». La désignation «label officiel» serait réservée aux labels créés expressément par un texte officiel et délivrés au terme d'une procédure au cours de laquelle l'État intervient. Corrélativement, une réglementation particulière devrait être établie pour encadrer les processus de labellisation. Plusieurs pistes sont avancées, dont la mise en place d'une obligation déclarative d'un label pro-

fessionnel et la création d'un fichier spécifique géré par l'Institut national de la propriété industrielle. La carte d'identité des produits et des services compléterait le dispositif. Techniquement, elle s'inspirerait des services de transmission de données d'un lecteur de code-barres vers un téléphone mobile. Juridiquement, elle contiendrait des données sur le titulaire de la marque, les caractéristiques du produit ou du service, les données de marquage obligatoires, les labels, les informations environnementales et sociétales devant être privilégiées.

Si le code des douanes communautaire détermine l'origine d'un produit par rapport au critère de dernière ouvraison substantielle, dont les modalités d'application conduisent les services douaniers à une appréciation au cas par cas, le marquage des produits manufacturés mis sur le marché est facultatif. De plus, si l'apposition déceptive d'un signe d'origine est réprimée par le code de la consommation, nul texte ne définit les critères de détermination de l'origine nationale d'un produit. L'apposition du Made in France est d'autant plus délicate à mettre en œuvre que les entreprises doivent être en mesure de justifier de sa légitimité. Pour pallier ces difficultés, une gradation facultative du Made in France actuel, allant de la mention simple au «Made in France***» selon le pourcentage de valeur ajoutée sur le territoire national, serait mise en place. La proposition est certes séduisante, mais l'on peut s'interroger tant sur sa lisibilité pour un public déjà confronté à une multitude de signes de qualité, que sur la valeur d'une mention dont le minima requis reste inférieur à 50% de valeur ajoutée en France (45%). Un tel taux peut sembler suffisant pour échapper aux fourches caudines des accusations protectionnistes, mais l'est-il pour éviter toute tromperie du consommateur ? ▀

Jurisprudence

HYGIÈNE

L'état d'hygiène du lieu de travail doit répondre à ce qu'un salarié peut normalement exiger, sans quoi son seul sentiment d'insécurité justifie la condamnation de l'entreprise pour manquement à l'obligation de sécurité.

(Cass. Soc, 6.10.2010, N° 1769, Citram Aquitaine c/ Doridant).

CONTREFAÇON

La contrefaçon par reproduction de marque suppose l'usage d'un signe identique à la marque protégée et pour des produits ou services identiques.

(Cass. Com, 12.10.2010, N° 967, Le Pillouer Prost c/ Ansellim et a.)

ÉLECTIONS

Un cadre dirigeant peut siéger au bureau de vote lors des élections professionnelles dans l'entreprise s'il est inscrit comme électeur.

(Cass. Soc, 13.10.2010, N° 1825, CFTD c/ West biologie et a.)

ACCORD D'ENTREPRISE

La notification d'un accord d'entreprise aux syndicats fait seulement courir le délai d'opposition des non-signataires, mais n'affecte ni sa validité ni son applicabilité.

(Cass. Soc, 13.10.2010, N° 1919, César c/ Macif Ile-de-France).

SALARIÉ PROTÉGÉ

Sauf si sa demande est manifestement fantaisiste, le salarié qui réclame, avec l'appui d'un syndicat, l'organisation d'élections de délégués du personnel, est protégé pour six mois.

(Cass. Soc, 13.10.2010, N° 1950, Macaigne c/ Nord-Est bois).