

LIGNES DIRECTRICES DE COMMUNICATION

Juillet 2021

1. Table des matières

1. Introduction	3
2. Communications péjoratives et dénigrantes.....	5
3. Communications positives	7
3.1 Termes relatifs aux caractéristiques du produit	7
3.1.1. « Frais »	7
3.1.2. « Pur »	8
3.1.3. « Léger »	8
3.1.4. « Sain », « Equilibré »	9
3.2 Termes relatifs au mode de fabrication.....	9
3.3.1. « Maison »	9
3.2.2. « Artisanal »	9
3.2.3. « A l'ancienne »	9
3.2.4. « Fermier »	10
3.2.5. « Traditionnel »	10
3.2.6. « Maître »	10
3.2.7. « Recette du terroir »	11
3.3 Termes relatifs à l'historique du produit	11
3.3.1. « Vrai » / « Véritable » / « Authentique »	11
3.3.2. « Original »	11
3.3.3. « Nouveau »	12
4. Allégations de type « sans » qui informent sur l'absence ou la non-mise en œuvre d'une substance ou procédé	13
4.1. Une allégation « sans » doit s'inscrire dans un contexte neutre et modéré.....	13
4.2. L'allégation ne doit pas entraîner une distinction abusive entre produits similaires.....	14
4.3. Garantir l'absence ou la non mise en œuvre d'une substance ou d'un procédé	15
4.3.1. Allégations « sans » relatives aux pesticides.....	15
4.3.2. Allégations « sans » relatives aux substances ou procédés dans la recette	17
4.4. Allégations « sans » en cas de substitution	18
ANNEXE I	20
ANNEXE II	23

1. Introduction

Ce document est un outil professionnel destiné à guider les opérateurs dans leurs communications sur les produits alimentaires. Il propose des recommandations encadrant l'utilisation d'allégations¹ sur les caractéristiques des produits (hors allégations nutritionnelles et de santé ou toute autre allégation déjà encadrée par la réglementation) et a vocation à s'appliquer à tout support de communication (emballage, document publicitaire, communication institutionnelle, site internet, etc.). Il ne s'agit en aucun cas d'une interprétation officielle. En tout état de cause, les entreprises doivent respecter le principe général de ne pas induire les consommateurs en erreur.

L'ANIA a pour mission principale la promotion et la valorisation de l'industrie alimentaire et contribue ainsi à assurer la confiance des consommateurs sur les produits alimentaires et notamment sur les ingrédients, substances, composés ou procédés. Pour informer sans tromper les consommateurs, pour assurer les conditions d'une concurrence loyale et pour préserver l'image de l'industrie agroalimentaire, de ses secteurs, de ses produits, il est fondamental que des bonnes pratiques de communication soient établies et respectées par les entreprises, membres des syndicats professionnels réunis au sein de l'ANIA.

C'est pourquoi l'ANIA recommande à l'industrie alimentaire de communiquer positivement pour conforter la confiance du consommateur. Toute communication ou allégation devrait contribuer à améliorer l'image des produits alimentaires et ne doit donc pas s'inscrire dans un cadre péjoratif ou dénigrant.

Ces recommandations ont pour objet :

- ⇒ D'inciter les entreprises à communiquer de manière positive sur les produits ;
- ⇒ De déconseiller vivement les communications à caractère commercial ou institutionnel, émanant d'une entreprise ou d'un secteur, qui véhiculent un message péjoratif sur un ingrédient, une substance, un composé ou un procédé de fabrication ;
- ⇒ D'encadrer l'utilisation des allégations de type « sans », qui informent sur l'absence ou la non mise en œuvre d'une substance ou procédé, sur l'étiquetage ou la présentation des denrées alimentaires.

Ces recommandations sont applicables au produit, à ses ingrédients, aux traitements et procédés de fabrication, aux matériaux et emballages.

Les allégations sont encadrées par les principes généraux du droit, notamment par les articles 7 et 36 du règlement (UE) n°1169/2011. Elles ne doivent pas induire le consommateur en erreur, ni valoriser de manière abusive la denrée par rapport aux autres denrées similaires et ne pas être ambiguës.

¹Une allégation consiste en tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, d'éléments graphiques ou de symboles, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières (règlement (CE) n° 1924/2006, art. 2).

Les allégations doivent être objectives et justifiables.

Le caractère licite d'une allégation doit être apprécié au cas par cas. De plus, en cohérence avec le législateur européen, ces recommandations prennent en considération « *l'évaluation [du] consommateur moyen normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques* ». ²

Il est à noter que les communications sur les produits sous signes officiels de la qualité et de l'origine (SIQO) doivent aussi respecter les cahiers des charges des appellations. De même, l'usage de mentions valorisantes ne doit pas entraîner de confusion avec un SIQO existant, ou profiter de la réputation d'un SIQO existant ³.

² Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur (considérant 18)

³ Article 13 du Règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires ; relatif à la protection dénominations enregistrées

2. Communications péjoratives et dénigrantes

Le recours aux communications péjoratives⁴ et dénigrantes⁵ doit être prohibé (ex : « sans substance controversée » / alléguer sur les bienfaits d'un procédé vs. les risques liés à un autre procédé).

En revanche, l'ANIA considère qu'une distinction doit être opérée entre, d'une part, les communications péjoratives et dénigrantes, et d'autre part, les allégations de type « sans », qui informent sur l'absence d'une substance ou d'un procédé, dans les conditions détaillées au point 4.

L'utilisation de communications péjoratives - qu'elles s'appuient ou non sur des allégations mettant en exergue l'absence ou la réduction d'une substance, dans la présentation et la promotion des produits et dans la publicité - **contribue à entretenir les craintes et les préjugés**. Les communications péjoratives **alimentent les rumeurs infondées concernant la sécurité et l'utilité** de certains composants, procédés de fabrication ou emballages et plus largement sur les pratiques des professionnels. A terme, ces communications peuvent jeter le **discrédit sur l'industrie agroalimentaire**. Elles sèment aussi **le doute sur les avis émis par les agences scientifiques officielles** sur certains ingrédients, procédés ou emballages. **Les communications péjoratives contribuent ainsi à dégrader l'image de l'industrie agroalimentaire.**

Par ailleurs, les communications péjoratives peuvent, dans certaines conditions juridiques, être considérées comme dénigrantes. Le dénigrement consiste **à porter atteinte à l'image de marque d'une entreprise ou d'un produit désigné ou identifiable** afin de détourner la clientèle, en usant de propos et d'arguments répréhensibles ayant ou non une base exacte, diffusés ou émis de manière à toucher les clients de l'entreprise visée, **concurrente ou non de celle qui en est l'auteur**. Le dénigrement peut également être collectif en visant un ensemble de concurrents, voire une profession tout entière⁶.

Ce comportement déloyal constitue une faute principalement sanctionnée par l'article 1240 du Code civil⁷.

⁴ Définition donnée par le dictionnaire Larousse en ligne : « *qui tend à déprécier ou à dénigrer la personne, l'objet ou la notion auquel il s'applique* ». L'ANIA propose de retenir le terme « péjoratif » pour désigner les communications jugées dénigrantes sans pour autant réunir toutes les conditions juridiques nécessaires pour qualifier le dénigrement (cf. note de page 7 sur la qualification du dénigrement)

⁵ CA Versailles, 9 septembre 1999. Voir également : Le dénigrement émane d'un acteur économique qui cherche à bénéficier d'un avantage concurrentiel en pénalisant son compétiteur (Autorité de la concurrence, décision n° 09-D-14 du 25 mars 2009).

⁶ Cass. com., 19 juin 2001, n°99-13.870, Bull. civ. IV, n°121 - RJDA 2001 n°1282

⁷ Sur le fondement de l'article 1240 du C. Civ., la jurisprudence a défini 3 conditions cumulatives caractérisant le dénigrement :

- Une entreprise, un groupe d'entreprises ou un secteur d'activité est identifié ou identifiable, par le biais des produits visés par la critique ;
- Le message est véhiculé par tout moyen de communication dès lors qu'il est public ;
- Le message véhicule une critique excessive qui jette le discrédit sur les produits ou services, et est susceptible, notamment, de nuire à autrui et/ou de capter ou détourner sa clientèle. La véracité de la critique importe peu.

Par exemple, sont jugées contraires à cette position et peuvent dans certaines conditions caractériser un dénigrement, quel que soit le support utilisé, les communications qui :

- ⇒ Accréditent et alimentent un environnement médiatique négatif / polémique ou un message sanitaire / alimentaire dénigrant, alors que la position des agences scientifiques ne met pas en doute la sécurité d'une substance ou d'un procédé.
- ⇒ Délivrent une allégation négative (ex : « sans [...] ») en lui associant un jugement discréditant l'ingrédient ou le produit visé par l'allégation ;
- ⇒ Associent un ingrédient ou un produit avec un risque pour la santé ou l'environnement ;
- ⇒ Relayent des informations scientifiquement infondées pouvant susciter des craintes injustifiées.

3. Communications positives

L'ANIA encourage les entreprises à utiliser des communications positives quant aux caractéristiques de leurs produits. Ce document présente des exemples d'allégations positives et leurs conditions d'utilisation. Ces critères s'appliquent sans préjudice des positions sectorielles spécifiques en la matière.

A noter que la liste d'allégations présentée n'est pas exhaustive.

Pour rappel, les allégations sont encadrées par les principes généraux du droit, notamment par les articles 7 et 36 du règlement (UE) n°1169/2011. Elles ne doivent pas induire le consommateur en erreur, ni valoriser de manière abusive la denrée par rapport aux autres denrées similaires et ne pas être ambiguës.

3.1 Termes relatifs aux caractéristiques du produit

3.1.1. « Frais »

Les conditions d'utilisation du terme « frais » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)
- Fromage (décret n°2007-628 du 27 avril 2007)
- Crème (décret n°80-313 du 23 avril 1980)
- Conserves de sauce à base de tomates (« aux tomates fraîches » : décision CTCPA n°76)
- Œufs coquille (règlement (CE) n°589/2008)
- Ovoproduits (note d'information n°2001-122 de la DGCCRF)

En l'absence de dispositions spécifiques, le terme frais peut s'appliquer à une denrée alimentaire ou à un ingrédient de cette denrée selon les conditions suivantes⁸:

1. Posséder, au moment de la vente, les caractéristiques essentielles notamment organoleptiques et hygiéniques, qu'il présentait lors de la production ou de la fabrication,

ET

2. Ne pas avoir été conservé grâce à l'emploi d'un traitement ou à l'addition de toute substance destiné à stopper l'activité des enzymes et de la microflore, exception faite de la réfrigération et, dans certains cas, de la pasteurisation (ex : lait frais pasteurisé),

ET

3. Avoir été produit ou fabriqué depuis moins de 30 jours.⁹

Les conditions d'emploi du terme « frais » et ses déclinaisons du type « fraîcheur », « fraîchement » ne s'appliquent pas lorsque ce terme :

⁸ Avis du CNC du 8 février 1990 concernant l'emploi du terme « frais » en matière de denrées alimentaires, modifié le 4 mars 1992

⁹ Cette condition est aujourd'hui entendue par les autorités pour les produits ayant une durée de vie de moins 30 jours.

- fait référence à la notion de légèrement froid ou rafraîchissant (ex : « se boit frais », « produit X rafraîchissant », « goût frais »...),
- fait référence à la conservation de certaines qualités du produit (emballage « fraîcheur »), à condition qu'il n'y ait aucune ambiguïté,
- fait référence aux conditions de conservation et/ou d'utilisation (ex. « après reconstitution, à conserver au frais »),
- est employé dans un sens imagé (ex. « la fraîche odeur d'un bouquet garni »).

3.1.2. « Pur »

Les conditions d'utilisation du terme « pur » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)
- Chocolat (« chocolat pur beurre de cacao » : article L 112-7 du Code de la consommation)
- Jus de fruits (code d'étiquetage des jus de fruits)
- Pur beurre (BID 1/1998 de la DGCCRF)

En l'absence de dispositions spécifiques, le terme « pur » peut être employé, placé avant le nom, pour exprimer qu'un produit est composé d'un seul élément, et le distinguer d'un produit de mélange.

Le terme « pur » peut aussi être utilisé dans une mention destinée à qualifier un ingrédient ou une catégorie d'ingrédient mis en œuvre dans un aliment, conformément à l'article 23 de la loi du 2 juillet 1935.

Dans ce cas, la composition de l'aliment, ou de la partie de l'aliment visée par l'allégation, ne doit pas contenir d'ingrédient pouvant se substituer à l'ingrédient en cause.

Le terme « pur » ne peut pas être utilisé pour signifier que le produit est pur bactériologiquement.

3.1.3. « Léger »

Les conditions d'utilisation du terme « léger » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Beurre (règlement (UE) n°1308/2013)
- Crème (décret 80-313 du 23 avril 1980)
- Huile d'olive (règlement (UE) n°1308/2013, précisée à l'annexe XII, point 3.3 du règlement (CEE) n°2568/91)

En l'absence de dispositions spécifiques, l'emploi de ce terme ne doit en aucun cas entraîner une confusion dans l'esprit du consommateur quant aux qualités nutritionnelles de la denrée (les produits allégés sont encadrés par le règlement n°1924/2006.).

Lorsque ce terme est utilisé pour un aspect autre que nutritionnel, il ne doit pas l'être de façon isolée et doit être directement lié à la caractéristique concernée (ex. « léger goût de... », « texture légère »).

3.1.4. « Sain », « Équilibré »...

En l'absence de dispositions spécifiques, ce type de termes est à proscrire pour qualifier une denrée ou un ingrédient dans la mesure où toute denrée ou ingrédient doit être « sain » et où c'est le régime alimentaire dans lequel l'aliment s'intègre qui peut être équilibré.

En revanche il peut être envisagé d'utiliser le terme « sain » ou « équilibré » pour faire référence à une notion plus générale, telle qu'un comportement alimentaire ou une alimentation équilibrée, sous réserve de respecter les dispositions du règlement 1924/2006 relatifs aux allégations nutritionnelles et de santé.

3.2 Termes relatifs au mode de fabrication

3.3.1. « Maison »

Le terme « maison » est à distinguer de l'allégation « fait maison » qui est encadrée par le décret 2014-797 et l'article L 122-19 et s. du Code de la consommation.

Les conditions d'utilisation du terme « maison » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)
- Pain (Décret n°93-1074 du 13 septembre 1993)

En l'absence de dispositions spécifiques, le terme « maison » peut s'appliquer aux produits fabriqués de manière non industrielle, sur le lieu de commercialisation, et suivant des recettes traditionnelles pour une vente directe au consommateur.

Lorsque les produits sont commercialisés dans des points de vente distincts du lieu où ils ont été élaborés, l'utilisation du terme « maison » est limitée aux produits élaborés par un même fabricant. Ceux-ci peuvent se situer dans la même agglomération ou dans une agglomération proche de quelques kilomètres du site de production.

Le terme « maison » utilisé pour faire référence à l'entreprise (« maison XXX ») n'est pas concerné par cette doctrine.

3.2.2. « Artisanal »

Les conditions d'utilisation du terme « artisanal » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)

En l'absence de dispositions spécifiques, les conditions d'utilisation de ce terme sont précisées dans la fiche de la DGCCRF en date de juillet 2019 en annexe II.

3.2.3. « À l'ancienne »

Les conditions d'utilisation du terme « à l'ancienne » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)

- Saumon fumé (norme NF V 45-065)
- Conserves de sardines (« préparées à l'ancienne » : norme NF V 45-071)
- Chips (code de bonnes pratiques relatif aux chips à l'ancienne)
- Moutarde (décret du 6 juillet 2000 relatif aux dénominations des moutardes)
- Pain (usages de la profession)

En l'absence de dispositions spécifiques, le terme « à l'ancienne » désigne un mode de fabrication et/ou une recette inspirée des usages anciens et répertoriés.

3.2.4. « Fermier »

Les conditions d'utilisation du terme « fermier » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)
- Fromage (décret n°2007-628 du 27 avril 2007)
- Œufs (décret n°2015-1031 du 19 août 2015)
- Volailles (Règlement (CE) n°543/2008)

En l'absence de dispositions spécifiques, le terme « fermier » peut s'appliquer à des produits préparés à la ferme (exploitation agricole) à une échelle non industrielle.

3.2.5. « Traditionnel »

Les conditions d'utilisation du terme « traditionnel » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)
- Fromage (« affinage de tradition » : annexe du décret n°2007-628 du 27 avril 2007)
- Beurre (Règlement (UE) n°1308/2013)
- Chocolat (article L 112-7 du code de la consommation)
- Chips (« traditionnelles » et « de tradition » : code de bonnes pratiques relatifs aux chips à l'ancienne)
- Pain (décret n°93-1074 du 13 septembre 1993)

En l'absence de dispositions spécifiques, le terme « traditionnel » peut s'appliquer aux produits fabriqués selon des recettes respectueuses de la tradition liée au savoir-faire et/ou à la composition de la recette.

3.2.6. « Maître »

Les conditions d'utilisation du terme « maître » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)

En l'absence de dispositions spécifiques, lorsque le terme « maître artisan » est utilisé en référence à un métier, il doit être réservé aux maîtres artisans tels que définis par le décret n°98-247 du 2 avril 1998.

En revanche, l'utilisation du terme « maître [*profession*] » seul est libre à condition de ne pas induire le consommateur en erreur par l'étiquetage.

3.2.7. « Recette du terroir »

L'emploi de la mention « recette du terroir » suggère un lien avec une origine locale particulière bien identifiée qui doit être mentionnée.

3.3 Termes relatifs à l'historique du produit

3.3.1. « Vrai » / « Véritable » / « Authentique »

Les conditions d'utilisation du terme « vrai », « véritable » ou « authentique » sont définies notamment dans les cas suivants :

- Produits de charcuterie, salaisons (code des usages)

En l'absence de dispositions spécifiques, les adjectifs « vrai », « véritable », « authentique » sont refusés d'une façon générale pour qualifier les produits alimentaires parce qu'il n'existe pas de faux produits.

En revanche, ils peuvent être acceptés lorsqu'ils sont directement reliés à la marque et qu'ils qualifient cette marque pour en faire ressortir l'antériorité ou le caractère spécifique (exemple : « véritable petit beurre Lu »).

Dans le cas des produits qui étaient fabriqués selon une certaine recette et dans un lieu d'origine précis et qui peuvent maintenant être fabriqués partout, les termes « vrai », « véritable », « authentique » peuvent être acceptés pour qualifier les produits qui sont toujours fabriqués dans le lieu d'origine.

Enfin, dans certains cas précis, le terme « véritable » peut être employé si le produit peut être confondu avec des produits comparables ou d'apparence similaire.

3.3.2. « Original »

L'emploi de ce terme peut avoir plusieurs sens et peut notamment être utilisé dans les contextes suivants :

- produits dont la recette n'a pas été modifiée au cours du temps, à l'exception de modifications mineures (exemple : changement de matière première sans modification substantielle des qualités organoleptiques).
- pour désigner une recette de référence qui aurait ultérieurement été déclinée (ex. un biscuit « original » nature, décliné goût citron, chocolat...).
- lorsqu'il est directement relié à la marque et qu'il qualifie cette marque pour en faire ressortir l'antériorité ou le caractère spécifique.
- souligner le caractère innovant d'un produit (sans lien avec l'historique du produit dans ce cas précis)
- etc...

3.3.3. « Nouveau »

Un produit n'est « nouveau » que pendant un an¹⁰ à compter de sa première mise sur le marché.

En cas de modification d'un produit existant, celle-ci doit être suffisamment substantielle pour permettre l'utilisation d'une allégation relative à la nouveauté.

En particulier, s'il ne s'agit que d'une modification d'étiquetage ou de présentation, il convient de préciser en quoi consiste la nouveauté.

¹⁰ Code de l'ARPP des recommandations de la publicité sur le vocabulaire publicitaire 2017

4. Allégations de type « sans » qui informent sur l'absence ou la non-mise en œuvre d'une substance ou procédé

L'ANIA considère que certaines allégations de type « sans », qui informent sur l'absence ou la non-mise en œuvre d'une substance ou procédé, peuvent être admises, à l'exclusion de toute communication péjorative ou dénigrante telle que détaillée dans le point 2. Aux fins du présent document, on entend par « substance » toute substance, ingrédient ou composé.

En particulier, ces allégations ne doivent pas discréditer l'ensemble d'une catégorie, conduire à alimenter les craintes ou les préjugés, ni porter atteinte à l'image de l'industrie alimentaire.

Ne sont pas concernées par ces recommandations les allégations encadrées par les réglementations, normes ou usages¹¹, par exemple :

- Les dispositions spécifiques applicables aux denrées répondant aux besoins nutritionnels de certains groupes de populations vulnérables (règlement (UE) n°609/2013 et ses règlements délégués)
- Les dispositions du règlement (CE) n° 1924/2006 relatif aux allégations nutritionnelles et de santé
- « Sans gluten » : règlement (UE) n°828/2014 et Codex STAN 118-1979
- « Sans OGM » : décret n° 2012-128 du 30 janvier 2012 relatif à l'étiquetage des denrées alimentaires issues de filières qualifiées « sans organismes génétiquement modifiés » et position ANIA NAX 12-0326 - Position ANIA Mentions sans OGM
- La dénomination « bière sans alcool » (décret n°92-307)
- « Sans arêtes » : normes AFNOR NF V45-074 pour les portions de filet de poisson surgelé ; et NF V45-065 pour le saumon fumé ;
- « Sans peau » : norme AFNOR NF V45-066 pour les anchois salés et préparations à base d'anchois salés

4.1. Une allégation « sans » doit s'inscrire dans un contexte neutre et modéré

Si l'ANIA recommande de manière générale une communication positive, elle reconnaît que les allégations de type « sans », qui informent sur l'absence d'une substance ou procédé, peuvent être admises lorsqu'elles sont données **à titre purement informatif, pour éclairer le consommateur**. En particulier, elles ne doivent **pas constituer l'argument de vente principal**¹² du produit mais apporter au consommateur **une information complémentaire et objective**. L'opérateur doit veiller à la pertinence de l'allégation, en tenant notamment compte des pratiques du secteur. La liste d'ingrédients doit rester le support privilégié d'information sur la composition du produit.

L'ANIA recommande de porter une attention particulière à la compréhension des consommateurs des allégations « sans » et à la manière dont elles sont présentées sur l'étiquetage, par exemple en évitant de faire figurer ce type d'allégation de manière ostentatoire ou disproportionnée par rapport à la nature du produit ou de son procédé d'obtention.

¹¹ A noter que ces allégations ne doivent pas être utilisées dans un cadre péjoratif, voire dénigrant (cf. point 2)

¹² Voir [avis du Conseil national de la Consommation du 6 juillet 2010 relatif à la clarification d'allégations environnementales](#).

4.2. L'allégation ne doit pas entraîner une distinction abusive entre produits similaires

Pour rappel, l'étiquetage ne doit comporter aucune mention tendant à faire croire que la denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières, alors que toutes les denrées alimentaires similaires possèdent ces mêmes caractéristiques¹³.

Toutefois, comme indiqué dans la note d'information DGCCRF n°2009-136¹⁴, « *il est rappelé que conformément à la jurisprudence, il convient de tenir compte de la perception du consommateur raisonnablement attentif et avisé et de l'environnement dans lequel figurerait une telle allégation pour apprécier si, oui ou non, elle est susceptible d'induire le consommateur en erreur. Il conviendrait à cet égard de distinguer d'une part les allégations portant sur la supériorité d'un produit par rapport aux produits de même catégorie et d'autre part les allégations génériques applicables à toute une catégorie de produits. Le produit portant ce dernier type d'allégations doit préciser qu'il ne se distingue pas des autres produits de la même catégorie* ».

Ainsi, il peut parfois être pertinent de communiquer sur une caractéristique commune, par exemple lors d'une modification réglementaire ayant induit un changement de recette ou encore dans le cas d'une réglementation/règle spécifique dérogatoire au droit général. Dans ce cas, dans un souci de pédagogie, **l'opérateur s'engage à expliquer au consommateur de manière claire et explicite qu'il s'agit d'une caractéristique commune à l'ensemble des produits de la catégorie.**

En outre, la mention « conformément à la réglementation en vigueur » est jugée comme n'étant pas suffisamment explicite. **Il convient donc :**

- **de la remplacer ou de la compléter dans le même champ visuel par une mention équivalente faisant référence à la catégorie à laquelle s'applique la réglementation.**
- Le cas échéant, d'informer de façon positive le consommateur de la raison pour laquelle la substance n'est pas nécessaire.

Toutes ces informations complémentaires doivent être suffisamment lisibles et visibles.

Ainsi, la mention complémentaire assure une information claire et loyale des consommateurs, conformément à l'article 7 du règlement (UE) n°1169/2011.

Exemples de formulations pédagogiques :

- ... « conformément à la réglementation applicable aux [catégorie de produits à préciser] »
- « [produit X] ne contient naturellement pas [substance], comme tous les produits [catégorie de produits à préciser] »

¹³ Article 7 du règlement (UE) n° 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. Le paragraphe 1, point c) de cet article dispose que les informations sur la denrée ne doivent pas induire le consommateur en erreur « *en suggérant que la denrée possède des caractéristiques particulières, alors que toutes les denrées similaires possèdent ces mêmes caractéristiques, notamment en insistant particulièrement sur la présence ou l'absence de certains ingrédients et/ou nutriments* ».

¹⁴ DGCCRF Note d'information n°2009-136, 18/08/2009, « *Emploi des termes « naturel », « 100% nature » et de toute autre expression équivalente sur l'étiquetage des denrées alimentaires.* »

- Pour un produit déshydraté : « sans conservateur - la déshydratation assure la conservation du produit ».
- Pour un produit stérilisé dans lequel les conservateurs seraient interdits : « sans conservateur conformément à la réglementation applicable aux [catégorie de produits à préciser] – le traitement thermique assure la conservation du produit »

4.3. Garantir l'absence ou la non mise en œuvre d'une substance ou d'un procédé

A titre liminaire, l'ANIA recommande aux opérateurs de s'assurer de la pertinence d'une communication sur l'absence d'une substance si elle a été substituée par une autre ayant une même fonction.

4.3.1. Allégations « sans » relatives aux pesticides

Des recommandations relatives à l'utilisation des allégations négatives sur les pesticides et leurs résidus dans la filière fruits et légumes frais ont été développées par Interfel (interprofession des fruits et légumes frais)¹⁵. Ces recommandations, qui sont le fruit de la concertation des professionnels de la filière, visent l'utilisation d'allégations négatives de type « sans résidus de pesticides » et « cultivé sans pesticides ».

Les éléments présentés ci-après, applicables pour tout produit contenant des végétaux, sont issus de ces recommandations.

Comme toute allégation, les allégations négatives sur les pesticides et leurs résidus doivent respecter les principes généraux de lutte contre les pratiques commerciales déloyales ainsi que les règles relatives à l'information des consommateurs établies dans le règlement (UE) n°1169/2011.

¹⁵ [Recommandations](#) d'INTERFEL relatives à l'utilisation des allégations négatives sur les pesticides et leurs résidus dans la filière fruits et légumes frais

Allégations de « résultat » de type « Sans Résidu(s) »	
Exemples : « Sans résidu(s) de pesticides », « Zéro résidu de pesticides », ...	
Obligations	• En l'absence de précision, cette allégation est autorisée si les analyses ne détectent aucun résidu à la limite de détection. • Avec la précision de la limite de quantification, cette allégation est valable si la concentration des résidus est inférieure à la limite de quantification applicable (0,01 mg/kg par défaut/pour la majorité des substances actives). • C'est une démarche de résultat. Il faut mettre en œuvre les moyens nécessaires pour assurer la promesse de l'allégation jusqu'au consommateur. • Il est nécessaire de prévoir le déclassement des produits non conformes à l'allégation à tous les stades de mise en marché. • Dans la mesure où elle est ambiguë, la mention « sans pesticide », utilisée seule, est à éviter. Si celle-ci est utilisée, elle doit engager à la fois l'absence de résidus de pesticides et l'absence de traitement pesticide.
Recommandations	• Préciser la limite utilisée : soit LD soit LQ (exprimée en mg/kg). • Renvoyer vers un site internet expliquant la démarche. • Pour une meilleure compréhension du consommateur, les mentions complémentaires (seuil de quantification/ détection, renvoi...) et l'allégation devraient être à minima sur la même face avec un écart de police raisonnable (dans la limite des 1.2 mm, ou 0.9 mm pour les petits emballages, tel que prévu par le règlement INCO). • Rechercher la plus large palette possible de substances actives en cohérence avec l'analyse de risques du produit (matières actives homologuées, contamination croisée, rémanence, etc.). • Rendre accessible sur demande soit la liste des substances analysées et recherchées soit la méthode d'élaboration de cette liste dans le cadre du cahier des charges.
Allégations « de moyen », de type « cultivé sans » ou « sans traitement »	
Exemples : « Cultivé sans pesticides de synthèse », « Cultivé sans pesticides de la fleur à l'assiette », ...	
Obligations	• La mention « cultivé sans pesticides » sans aucune autre précision n'est possible que si l'allégation porte sur tous les types de pesticides, quels qu'ils soient. • L'utilisation des allégations « cultivé sans insecticide » ou « cultivé sans herbicide » doit être accompagnée, sur les supports de communication les plus appropriés et facilement accessibles aux consommateurs, d'une information pédagogique expliquant les différences entre les différentes catégories de pesticides (herbicides, insecticides, fongicides,...), l'absence d'utilisation de l'une ne présageant pas de l'usage des autres. • Cette allégation implique une obligation de moyens. • Les opérateurs doivent disposer du cahier de culture lié aux lots portant l'allégation. • Aucun traitement non conforme à l'allégation ne doit avoir été utilisé.
Recommandations	• Privilégier les allégations sur l'ensemble du cycle de vie du produit. • Le cas échéant, il est possible de préciser le stade à partir duquel l'allégation est valable : - Si l'absence de traitement à partir de ce stade est significative vis-à-vis du cycle de vie et des pratiques de la filière sur la culture considérée, - Et si la mention du/stade(s) est suffisamment compréhensible par le consommateur. • Éviter les allégations d'un stade à un autre. • Dans le cas d'une allégation à partir d'un stade, il faut noter que ces stades peuvent être des stades physiologiques (exemple « à partir de semence ou plant ou fleur ou fruit et légumes, etc. ») et/ou des stades post-récolte. • Dans le cadre d'une allégation portant sur un délai, celui-ci doit être significatif vis-à-vis du cycle de vie du produit et des pratiques généralement constatées dans la filière. • Pour une meilleure compréhension par le consommateur, les mentions complémentaires (stades sans traitement, type de pesticides, renvoi, etc.) et l'allégation devraient être, à minima, sur la même face avec un écart de police raisonnable (dans la limite des 1.2 mm, ou 0.9 mm pour les petits emballages, tel que prévu par le règlement INCO). • Renvoyer vers un site internet expliquant la démarche.

La mention « sans pesticide(s) », utilisée seule, est à éviter, dans la mesure où elle est ambiguë. Si celle-ci est utilisée, elle doit engager à la fois l'absence de résidus de pesticides et l'absence de traitement pesticide.

En l'absence d'une réglementation spécifique à une allégation négative, dès lors qu'une substance active est détectée (au-delà du seuil de quantification/détection s'il est précisé), l'allégation ne doit pas porter sur cette substance, sous peine d'induire les consommateurs en erreur.

4.3.2. Allégations « sans » relatives aux substances ou procédés dans la recette

L'ANIA considère que la communication sur l'absence d'une catégorie d'additifs alimentaires doit se faire en application des définitions des catégories fonctionnelles d'additifs alimentaires de l'annexe I du règlement n°1333/2008 relatif aux additifs alimentaires. Ainsi, **il est possible de communiquer sur l'absence de substance pour l'une de ces catégories fonctionnelles, même si la denrée contenait des additifs alimentaires ayant un autre rôle technologique.**

En particulier, **une mention « sans conservateur » est compatible avec la mise en œuvre d'antioxydant et/ou l'utilisation de gaz d'emballage¹⁶.** En effet, ces trois catégories fonctionnelles ne recouvrent pas les mêmes objectifs technologiques et sont ainsi définies comme suit :

- Conservateur : substance qui prolonge la durée de conservation des denrées alimentaires en les protégeant des altérations **dues aux micro-organismes et/ou qui les protègent contre la croissance de micro-organismes pathogènes.**
- Antioxydant : substance qui prolonge la durée de conservation des denrées alimentaires en les protégeant des altérations **provoquées par l'oxydation, telles que le rancissement des matières grasses et les modifications de la couleur.**
- Gaz d'emballage : **gaz autre que l'air placé dans un contenant avant, pendant ou après l'introduction d'une denrée alimentaire dans ce contenant.**

Position de la DGCCRF :

La DGCCRF admet la communication sur l'absence d'une catégorie fonctionnelle d'additifs alimentaires même si la denrée contient un additif alimentaire ayant un autre rôle technologique.

En revanche, elle considère qu'**une communication sur l'absence d'une catégorie fonctionnelle d'additifs alimentaires réalisée alors que la denrée contient un additif alimentaire ayant un objectif technologique proche ne permet pas d'assurer une bonne information des consommateurs** (ex : une mention « sans conservateur » lorsqu'un additif alimentaire antioxydant est utilisé dans la denrée alimentaire). Les consommateurs n'ont pas nécessairement le niveau de connaissance permettant de différencier les différentes catégories fonctionnelles d'additifs alimentaires.

N.B : L'ANIA ne partage pas cette interprétation. Des discussions sont en cours.

¹⁶ Cf. annexe II

A défaut de réglementation, pour toute allégation informant sur l'absence d'une substance ou procédé, le fabricant doit pouvoir démontrer que, non seulement, **il n'a pas utilisé la substance ou le procédé, mais également que cela n'a pas été le cas dans les ingrédients tels qu'il les met en œuvre¹⁷**. Ceci s'applique **même si la substance visée ne remplit plus le rôle technologique pour lequel elle a été utilisée initialement (ingrédients, additifs alimentaires de transfert, supports)**.

Une substance peut avoir plusieurs rôles technologiques. Lorsqu'on la met en œuvre dans une denrée pour une de ses fonctions et qu'on veut revendiquer l'absence d'une autre de ses fonctions, il faut pouvoir être en mesure de démontrer qu'elle ne remplit effectivement pas la fonction technologique en question.

4.4. Allégations « sans » en cas de substitution

En préambule, l'ANIA recommande aux opérateurs de s'assurer de la pertinence d'une communication sur l'absence d'une substance si elle a été substituée par une autre ayant une même fonction. L'ANIA considère que les allégations portant sur une substance particulière peuvent s'apparenter à une communication péjorative et déconseille leur utilisation.

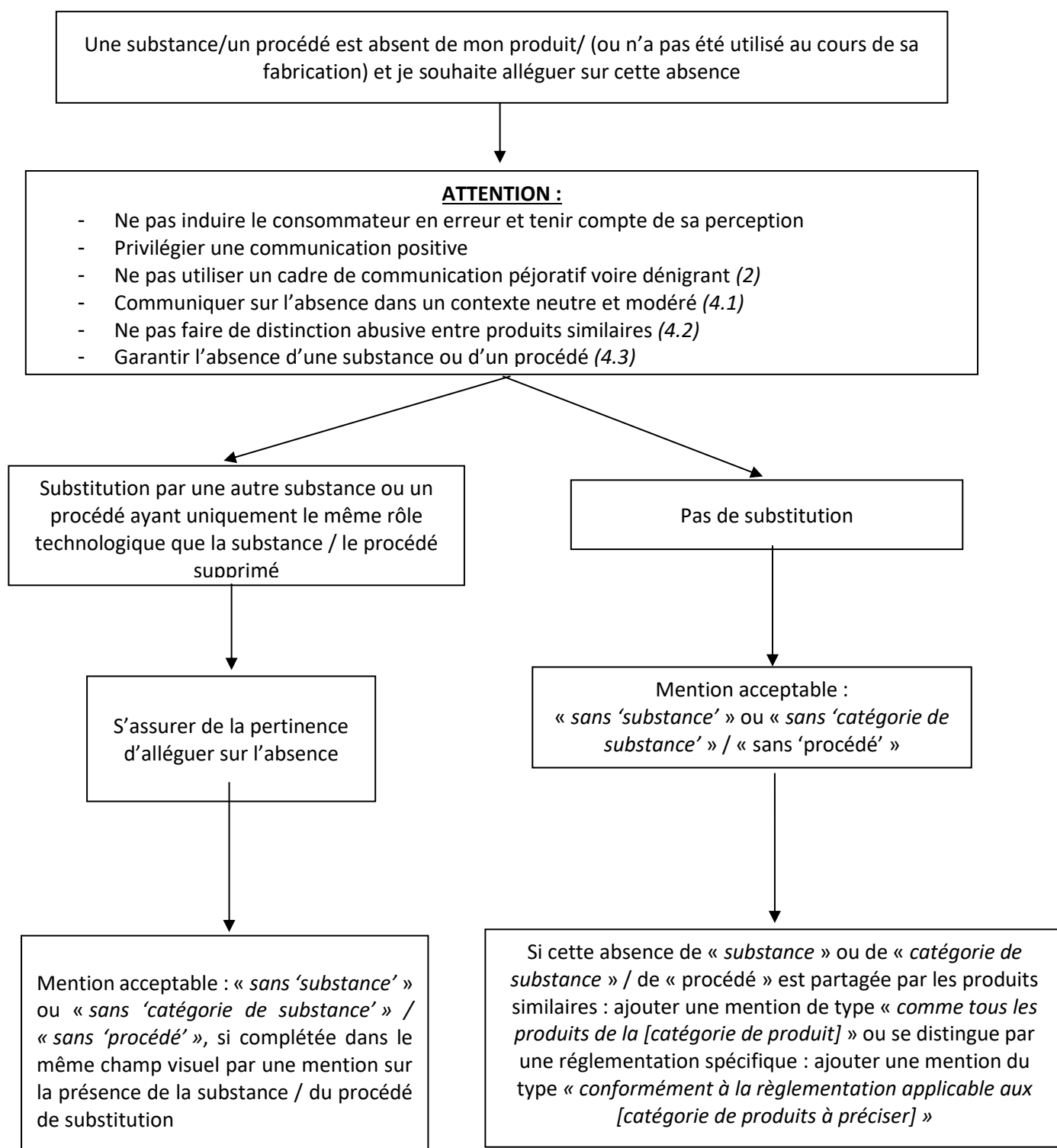
Dans le cadre des travaux de l'ANIA sur l'utilisation des ingrédients à fonctions multiples ayant des propriétés technologiques similaires à celles des additifs alimentaires, il est envisagé que dans certains cas particuliers où un ingrédient est remplacé par un autre ayant uniquement la même fonction, une allégation « sans » reste possible sous réserve d'informer le consommateur sur cette substitution via une mention complémentaire.

Cette mention complémentaire vise à compléter l'allégation « sans » pour assurer une bonne information des consommateurs et leur expliquer le rôle de l'ingrédient utilisé en substitution. La formulation d'une telle mention relève du choix des opérateurs, qui peuvent utiliser toute formulation adaptée et claire pour les consommateurs.

La mention complémentaire devrait être inscrite à un endroit apparent de manière **à être facilement visible, clairement lisible** et, le cas échéant, indélébile. Elle ne devrait être en aucune façon dissimulée, voilée, tronquée. Afin de faciliter la compréhension des consommateurs, un renvoi par astérisque entre les deux mentions devra être fait si elles ne sont pas à proximité l'une de l'autre.

La mention complémentaire devrait être imprimée dans un corps de caractère dont la hauteur de x, telle que définie à l'annexe IV du règlement n°1169/2011, **est égale ou supérieure à 1,2 mm** ou dans le cas d'emballages ou de récipients dont la face la plus grande a une surface inférieure à 80 cm², la hauteur de x du corps de caractère est **égale ou supérieure à 0,9 mm**.

¹⁷ Pour cela, le fabricant se réfère à la fiche technique des ingrédients qu'il met en œuvre dans la denrée alimentaire.



ANNEXE I

Utilisation de la mention « sans conservateurs »

L'ANIA considère que la communication sur l'absence d'une catégorie d'additifs alimentaires doit se faire en conformité avec le règlement UE n°1169/2011 relatif à l'information du consommateur et en application des définitions des catégories fonctionnelles d'additifs alimentaires de l'annexe I du règlement n°1333/2008 relatif aux additifs alimentaires. Ainsi, il est possible de communiquer sur l'absence d'une substance appartenant à l'une de ces catégories fonctionnelles – conservateurs, antioxydants - même si la denrée contient des additifs alimentaires relevant d'une catégorie fonctionnelle différente et qui contribuent à sa durabilité.

Les catégories fonctionnelles suivantes ne recouvrent pas les mêmes objectifs technologiques : conservateurs, antioxydants, gaz d'emballage.

En particulier, une mention « sans conservateur » est compatible avec la mise en œuvre d'antioxydant et de gaz d'emballage.

I. La conservation des aliments

Différents outils peuvent être utilisés par les industries agroalimentaires afin de conserver les denrées :

- **Les conservateurs**

Le règlement (CE) n°1333/2008 définit les conservateurs comme des substances qui prolongent la durée de conservation des denrées alimentaires en les protégeant des altérations dues aux micro-organismes et/ou qui les protègent contre la croissance de micro-organismes pathogènes.

Les conservateurs jouent un rôle dans la sécurité sanitaire du produit.

- **Les techniques de conservation**

Les traitements de conservation appliqués aux aliments visent à préserver leur comestibilité et leurs propriétés gustatives et nutritives en empêchant le développement des bactéries, champignons et microorganismes qu'ils contiennent¹⁸.

Les trois types de méthodes utilisées pour la conservation des aliments reposent sur :

- la chaleur : pasteurisation, stérilisation, appertisation, semi-conserves ;
- le froid : surgélation, congélation, réfrigération ;
- autres techniques : conditionnement sous vide ou sous atmosphère modifiée, lyophilisation, déshydratation et séchage, fermentation, salage, confisage, saumurage, fumage ou fumaison, ionisation, etc.

¹⁸ Fiche pratique DGCCRF « [Conservation des aliments : toutes les techniques](#) » (25/06/2020)

Différentes solutions sont ainsi offertes aux opérateurs pour garantir les qualités sanitaires requises, que ce soit l'utilisation d'un additif alimentaire conservateur mis en œuvre dans la recette ou le recours à des techniques de conservation.

La communication qui sera développée devra en tenir compte et être faite en conformité avec le règlement UE n°1169/2011 relatif à l'information du consommateur et en application des définitions des catégories fonctionnelles d'additifs alimentaires de l'annexe I du règlement n°1333/2008 relatif aux additifs alimentaires.

II. Les antioxydants

Le règlement (CE) n°1333/2008 définit les antioxydants comme des substances qui prolongent la durée de conservation des denrées alimentaires en les protégeant des altérations provoquées par l'oxydation, telles que le rancissement des matières grasses et les modifications de la couleur.

Les antioxydants permettent de maintenir les caractéristiques organoleptiques du produit. Ils n'assurent pas une fonction sanitaire au regard du développement des micro-organismes.

L'article 7-1 du règlement (UE) n°1169/2011 indique que les communications sur les produits ne doivent pas induire en erreur les consommateurs, notamment sur la composition de la denrée. L'article 7-2 de ce même règlement dispose que « les informations sur les denrées alimentaires sont précises, claires et aisément compréhensibles par les consommateurs. »

Si un produit ne contient pas de conservateur et qu'une allégation est faite en ce sens, une telle communication sur l'absence de conservateur lorsqu'un antioxydant est utilisé n'est pas trompeuse pour les consommateurs.

En effet, l'information des consommateurs passe en premier lieu par la liste d'ingrédients, support privilégié. L'additif alimentaire mis en œuvre dans la recette de la denrée y est nécessairement désigné par le nom de la catégorie correspondant à son utilisation. De fait, si la catégorie donnée est « antioxydant », c'est bien qu'il ne s'agit pas d'un conservateur. L'indication de la catégorie de l'additif alimentaire utilisé dans la liste d'ingrédients permet d'offrir aux consommateurs une bonne information sur la denrée.

Une telle allégation est également précise ; le législateur européen maintient depuis de nombreuses années la distinction entre les deux catégories fonctionnelles des conservateurs et des antioxydants car il considère que le consommateur « *normalement informé et raisonnablement attentif et avisé* » est en mesure de comprendre la différence entre un conservateur et un antioxydant.

III. Les gaz d'emballage

Le règlement (CE) n°1333/2008 définit les gaz d'emballage comme les gaz autres que l'air, placés dans un contenant avant, pendant ou après l'introduction d'une denrée alimentaire dans ce contenant.

Comme indiqué dans la fiche pratique de la DGCCRF sur la conservation des aliments publiée en juin 2020¹⁹, le conditionnement sous atmosphère modifiée (emballage étanche) permet de remplacer l'air qui entoure la denrée alimentaire par un gaz ou un mélange gazeux (en fonction du type de produit), et de prolonger ainsi la durée de vie de celle-ci.

Les fonctionnalités d'un gaz d'emballage ne sont pas définies par la réglementation et peuvent être multiples. La bonne information des consommateurs à propos des denrées alimentaires dont la durabilité a été prolongée par des gaz d'emballage autorisés en application du règlement (CE) n°1333/2008 est assurée par la mention obligatoire « conditionné sous atmosphère protectrice » requise par l'annexe III du règlement (UE) n°1169/2011. Le consommateur peut aisément en déduire que ce mode de conditionnement protège la denrée et qu'il est de nature à en prolonger la durabilité.

Il se peut qu'une infime proportion de ces gaz - réputés inertes - se dissolve dans certaines denrées, mais dans tous les cas le gaz s'échappe à l'ouverture de l'emballage. De ce fait, le consommateur ne l'ingère pas.

Or la mention « sans conservateurs » renvoie à la composition même de la denrée consommée.

A l'instar de la logique suivie pour les allégations relatives à la naturalité dans la note d'information n°2009-136 de la DGCCRF, une stabilisation avec un gaz d'emballage ne doit pas être un obstacle à une allégation « Sans conservateur, sans antioxydant ». Pour rappel, dans la note n°2009-136, la DGCCRF considère le conditionnement sous atmosphère protectrice comme un procédé de stabilisation physique, au même titre que le froid ou la chaleur, compatible avec l'emploi de la mention « d'origine naturelle ».

L'article 7-1 du règlement (UE) n°1169/2011 indique que les communications sur les produits ne doivent pas induire en erreur les consommateurs, notamment sur la composition de la denrée. L'article 7-2 de ce même règlement dispose que « *les informations sur les denrées alimentaires sont précises, claires et aisément compréhensibles par les consommateurs* ». Si un produit ne contient pas de conservateur et qu'une allégation est faite en ce sens, une telle communication sur l'absence de conservateur lorsqu'un gaz d'emballage est utilisé n'est pas trompeuse pour les consommateurs.

En effet, l'information des consommateurs passe en premier lieu par la liste d'ingrédients, support privilégié.

¹⁹ Fiche pratique DGCCRF [« Conservation des aliments : toutes les techniques »](#) (25/06/2020)

ANNEXE II

Fiches pratiques



Artisan

Vous produisez des denrées alimentaires et vous souhaitez utiliser le terme « artisan » ou ses dérivés dans vos communications à destination des consommateurs. La qualité d'Artisan répond à des exigences précises. Dans quelles conditions pouvez-vous vous prévaloir de cette qualité ?

Quels sont les critères à remplir pour pouvoir utiliser le terme « artisan » ou « artisanal » ?

Attention, l'emploi du terme « artisan » et de ses dérivés est encadré par la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement du commerce et de l'artisanat (article 21 de la loi) et le décret n° 98-247 du 2 avril 1998 relatif à la qualification artisanale et au répertoire des métiers.

Vous pouvez vous prévaloir de la qualité d'artisan et utiliser le terme « artisan » ou ses dérivés pour l'appellation, l'enseigne, la promotion et la publicité

¹ Le projet de loi relatif à la croissance et à la transformation des entreprises (PACTE) en cours

de votre entreprise, d'un produit ou d'une prestation de service à condition de remplir les critères suivants :

► Etre immatriculé au répertoire des métiers.

Certaines activités professionnelles indépendantes relèvent de l'artisanat conformément à l'annexe du décret n° 98-247. Ces activités nécessitent que les personnes physiques ou les personnes morales qui les exercent s'immatriculent au répertoire des métiers lorsqu'elles n'emploient pas plus de 10 salariés¹. Le maintien au répertoire des métiers au-

d'examen par les assemblées prévoit de faire passer ce seuil à 11 salariés.

delà de ce seuil est par ailleurs possible dans les conditions précisées par l'article 19 de la loi du 5 juillet 1996.

Exemples d'activités concernées :

- fabrication de produits laitiers
- fabrication de bière

ET

► Répondre aux conditions de qualification professionnelle prévues à l'article 1 du décret n° 98-247 et en vertu desquelles l'un des dirigeants de l'entreprise doit avoir :

- un certificat d'aptitude professionnelle, un brevet d'études professionnelles délivré par le ministre chargé de l'éducation pour le métier concerné ou un titre homologué ou enregistré au répertoire national des certifications professionnelles d'un niveau au moins équivalent dans le métier exercé ;

OU

- une expérience professionnelle dans ce métier de trois années au moins.

Attention

Il ne faut pas confondre cette qualification du dirigeant qui permet de se prévaloir de la qualité d'artisan avec la qualification professionnelle obligatoire qui est requise pour l'exercice de certaines activités, et notamment pour la production de certaines denrées alimentaires. Cette obligation requiert que l'activité professionnelle en elle-même soit exercée par une personne qualifiée ou sous le contrôle effectif et permanent de celle-ci (cf. la liste des activités concernées à l'article 16-I de la loi n° 96-603). Cette obligation s'applique donc indépendamment du fait que la personne physique ou morale se prévale de la qualité d'artisan.

Comment solliciter la reconnaissance de la qualité d'artisan ?

Depuis 2015, il n'est pas nécessaire de solliciter la reconnaissance de la qualité d'artisan pour pouvoir s'en prévaloir. Il suffit donc que vous remplissiez les critères fixés par la loi et le décret.

Dans certains cas, vous devrez cependant faire une demande à la chambre des métiers et de l'artisanat de votre ressort (chambre départementale, interdépartementale ou de région selon les cas) :

- pour la délivrance du titre de maître-artisan (articles 3 et 5 ter du décret n° 98-247, cf. point 3 ci-dessous) ;
- pour l'attribution de la qualité d'artisan dans les conditions prévues à l'article 5 du décret n° 98-247, c'est-à-dire lorsque vous avez obtenu votre qualification non pas en France mais dans un autre Etat membre de

l'Union européenne ou partie à l'Espace Economique Européen.

Sous quelles conditions un opérateur peut-il utiliser les termes « maître-artisan » ou « maître » associés à une activité professionnelle ou un métier ?

L'emploi du terme « maître artisan » est encadré par la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996. Pour pouvoir utiliser cette expression, vous devez **avoir obtenu l'attribution de ce titre par la chambre de métiers et de l'artisanat compétente** et, à cet effet, vous devez :

- être immatriculé au répertoire des métiers ;
- remplir les conditions de qualification prévues à l'article 3 ou à l'article 5 ter du décret n° 98-247. Cette qualification est d'un niveau supérieur à celle requise pour se prévaloir de la qualité d'artisan (elle peut consister par exemple en un diplôme de niveau brevet de maîtrise ou équivalent ET une expérience professionnelle de deux ans)

Par ailleurs, les termes « maître + nom d'une profession (ou d'un métier, ou d'une activité professionnelle) » ne sont pas expressément encadrés par la loi du 5 juillet 1996. Il reste qu'ils peuvent évoquer dans l'esprit du consommateur les aptitudes et l'expérience reconnues aux professionnels qui sont « maîtres artisans » et qu'à cet égard le fait pour un professionnel de se présenter comme « maître + un métier », alors qu'il n'est pas titulaire du titre protégé de maître artisan, peut être trompeur et constitutif d'une pratique réprimée par le Code de la consommation (cf. par exemple : Cass. Crim, 18 octobre 1995, n° 94-86026).

Si vous utilisez une expression « maître + activité », vous devez donc être en mesure d'apporter la preuve que vous possédez les qualités requises pour faire état de votre maîtrise parfaite dans l'exercice de l'activité désignée.

Lorsque votre communication met en avant le terme « artisan » ou ses dérivés, par exemple si vous présentez un produit comme un « produit artisanal » accompagné d'une expression de type « maître + activité », vous devez remplir les exigences de l'article 3 du décret pour pouvoir vous prévaloir de cette expression.

Quels sont les points susceptibles d'être contrôlés par la DGCCRF ?

Les agents de la DGCCRF veillent à la loyauté de l'information délivrée aux consommateurs. Ils sont habilités par l'article 24, IV de la loi n° 96-603 à rechercher et constater les infractions consistant à faire usage du mot « artisan » ou de l'un de ses dérivés dans détenir la qualité d'artisan, de maître ou de maître artisan.

A ce titre, les agents de la DGCCRF peuvent demander au professionnel qui utilise le terme « artisan » ou ses dérivés dans ses communications, de justifier de son inscription au répertoire des métiers et de sa qualification ou expérience professionnelle conformément à l'article 1^{er} du décret n° 98-247.

Les agents de la DGCCRF sont aussi habilités à rechercher et constater les pratiques commerciales déloyales mentionnées aux articles L.121-1 et suivants du Code de la consommation. A titre d'exemple, l'article L. 121-3 du Code de la consommation précise qu'une pratique commerciale est trompeuse notamment lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur sur les caractéristiques essentielles d'un bien ou d'un service (comme par exemple son mode de fabrication).

En cas de non-respect des dispositions réglementaires, et en fonction des circonstances, les services de contrôle de la DGCCRF peuvent enjoindre le professionnel à réaliser des modifications sur son étiquetage ; son site internet, ses publicités. Ils peuvent aussi signaler l'infraction au Procureur de la République.

La DGCCRF n'est pas chargée d'apprécier si les personnes immatriculées au répertoire des métiers peuvent le demeurer. Elle peut cependant adresser une information au président d'une chambre des métiers et de l'artisanat en cas de doute (article 15 bis du décret n° 98-247).

Quelles sont les sanctions encourues en cas de mauvais usage de la mention « artisan » ou de l'un de ses dérivés ?

Selon l'article 24 de la loi n°96-603, le fait de faire usage du mot : " artisan " ou de l'un de ses dérivés pour l'appellation, l'enseigne, la promotion ou la publicité de l'entreprise, du produit ou de la prestation de service sans détenir la qualité d'artisan, de maître ou de maître artisan dans les conditions prévues par le I et le II de l'article 21 est puni d'une peine de 7 500 €. La sanction est portée au quintuple pour les personnes morales conformément à l'article 131-38 du Code pénal. Les personnes physiques et morales encourent également les peines complémentaires de fermeture de l'établissement, l'affichage ou la diffusion de la décision prononcée.

Les peines encourues en cas de pratique commerciale trompeuse sont indiquées sur le site internet de la DGCCRF : fiche pratique « Pratiques commerciales trompeuses : les clés pour les reconnaître et s'en prémunir ».

Texte de référence

Loi n°96-603 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat

Code du commerce – articles L.110-1 à L.110-4

Décret n°98-247 relatif à la qualification artisanale et au répertoire des métiers

Code de l'artisanat

Lien utile

Le portail des chambres des métiers et de l'artisanat
<https://www.artisanat.fr/>

Les obligations d'informations sur la disponibilité des pièces détachées sont précisées à l'article L. 111-4 du Code de la consommation.

Les éléments ci-dessus sont donnés à titre d'information. Ils ne sont pas forcément exhaustifs et ne sauraient se substituer aux textes officiels.

Pour tout renseignement complémentaire, reportez-vous aux textes applicables et/ou rapprochez-vous d'une [direction départementale de la protection des populations \(DDPP\)](#) ou [direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations \(DDCSPP\)](#).

Crédit photo : ©Phovoir