



## « Origine France Garantie » : un label sans clauses sociales ni écologiques

Entreprises \Pratiques commerciales \Produits  
Publie le 21-05-2013



Lancé en 2011, le label « Origine France » est attribué aux produits dont la fabrication est majoritairement effectuée en France. Le label permet de lutter contre la triche « made in France », mais sans garantir une performance socio-environnementale.

Fin janvier 2013 la marque Petit Bateau fleuron du « bon goût à la française », *« fait et cuit en France »* par le magazine Que Choisir. En ligne de mire, la nouvelle collection qu'elle venait de lancer avec la marque Carven à grands renforts de rubans bleu blanc rouge (cette collection, « *c'est l'histoire d'une rencontre entre deux maisons françaises partageant les mêmes valeurs de modernité et d'honnêteté* », d'après le blog de Petit Bateau. Sauf que derrière ce « storytelling » et des étiquettes qui renvoient sur le service client de la firme à Troyes, l'entreprise reste muette et évasive sur le lieu de production : alors que 80% des collections sont fabriquées au Maghreb, devolait le magazine de défense des consommateurs. Et Que Choisir de conclure : « *Certaines marques sont passées maîtres dans l'art de faire croire que tous leurs articles sortent d'usines situées sur notre sol alors qu'il n'en est rien. Parmi elle, Petit Bateau bat des records d'ambiguïté* ».

Ambigu et malin, le marketing de Petit Bateau - qui emploie tout de même 1600 personnes en France - s'appuie sur un cadre légal qui laisse les marques libres de faire figurer ou pas le pays de fabrication quand il ne s'agit pas de produits alimentaires. Face à ce type de pratiques, le label « Origine France Garantie » (OFG) lancé par l'association Pro France en mai 2011 serait-il une solution ? « *L'objectif est de donner une information d'origine transparente et incontestable* », estime le président de Pro France et ancien ministre Yves Jégo. Cette information est d'autant plus utile, à ses yeux, que « *le made in France qui est auto-déclaratif et rarement contrôlé (et optionnel, NDIR), est aujourd'hui dévoyé et fraudé par toute une série d'entreprises, parfois de manière involontaire* ».

**Origine France Garantie : deux exigences cumulatives...**

C'est tout l'inverse du label OFG qui repose sur deux critères cumulatifs, dont le respect est vérifié par un organe certificateur indépendant, Bureau Veritas : le produit doit prendre ses caractéristiques essentielles en France et de 50 % à 100% du prix de son revendeur unitaire doivent être acquis en France. Pourquoi pas 100% ? Parce que cela reviendrait à sélectionner 99% des produits industriels, argumente Pro France, du fait des composants fabriqués à l'étranger. Ceci étant, *« l'étiquette inclut des exigences sectorielles pour les vêtements, la totalité de la confection (coupe, montage, finition) doit être réalisée en France et dans l'alimentaire l'ingrédient principal en poids est obligatoirement d'origine France »*.

**... Mais pas de dimensions environnementales et sociales**

« *Dernière l'origine du produit, le label donne au consommateur d'autres informations sur l'entreprise, notamment en termes de standards environnementaux ou sanitaires, qui peuvent le rassurer* », faisait valoir Yves Jégo dans les colonnes du Figaro le 18 avril dernier. Cette affirmation s'appuie sur le fait que les entreprises produisant en France sont censées respecter la loi sociale et environnementale française, qui apporte une présomption de mieux-disant (voir notre article *« Le Made in France est-il plus éco-responsable ? »*). Mais le cahier de charges n'inclut aucune clause sur l'écologie et le social et donc le label « *n'apporte aucune garantie* » de performance sur ces sujets, regrette le fondateur du réseau Entrepreneurs d'avenir Jacques Huybrecht qui voudrait faire entrer ces deux éléments dans l'excellence à la Française. Interrogé sur la pertinence d'inclure ces critères dans le label, Yves Jégo se montre pourtant catégorique : « *Vouloir un label multi-usages est une erreur et une vision détachée de la réalité. Cela serait trop compliqué et impossible* ».

Malgré cette limite, le label semble relativement bien accueilli dans le monde de la RSE ou du moins des achats responsables. Bien qu'il ne puisse pas être utilisé comme critère de sélection pour les marchés publics, rappelle l'Observatoire des achats responsables : « *il permet d'assurer, pour une certaine part, sur la traçabilité du produit et sur son origine* », selon son vice-président Gérard Bruneau.

Quant au grand public qui voudrait cumuler traçabilité et éco-responsabilité en attendant l'éventuelle généralisation de l'étiquetage environnemental, ce dossier est en cours d'analyse au gouvernement ou une plus grande transparence des marques, il peut se consoler avec les nouveaux outils du web, comme *« Goodguide »* lancé en 2012, ce « *goodguide* » à la française évalue les produits de grande consommation sous l'angle écologique et social et il est disponible sur les smartphones pour une utilisation « in situ ».

Thibault Lescuyer  
© 2013 Novethic. Tous droits réservés.