

Charte de déontologie

1. Une réglementation très précise et une doctrine professionnelle pour assurer la loyauté et la bonne information du consommateur

Tout le monde est d'accord : ce sont les chocolatiers qui font les bons chocolats... pas la réglementation !

Sans doute pour protéger ce produit magique, autrefois appelé "nourriture des dieux", le législateur en France puis en Europe a voulu définir de façon très précise les produits de chocolat. Les produits de cacao et de chocolat sont actuellement encadrés par une réglementation très détaillée. En France, ils sont régis par le décret N° 76.692 modifié, qui transcrit la directive européenne 2000/36.

Cette **réglementation** définit précisément les catégories de cacao et de chocolat (cacaos en poudre, chocolat, chocolat au lait, chocolat fourré, bonbons de chocolat...). Pour chacune de ces catégories, des pourcentages minimum en cacao, beurre de cacao, lait, ... sont prévus. Les conditions d'addition d'autres ingrédients (miel, noisettes, riz soufflé...) sont également définies, de même que l'addition éventuelle de matières grasses végétales autres que le beurre de cacao.

Enfin, les règles d'étiquetage spécifiques des produits de cacao et de chocolat sont précisément définies par cette réglementation.

Ainsi, grâce à cette réglementation, le consommateur est assuré d'une part que le chocolat correspond à des critères de composition précis et d'autre part d'avoir une information sur les ingrédients utilisés.

Dès l'entrée en vigueur de la réglementation "cacao-chocolat", le syndicat du chocolat s'est engagé à la faire connaître à l'ensemble de ses adhérents et a publié en septembre 2003 un "mémento cacao-chocolat" qui rassemble et explicite l'ensemble des textes applicables à ces produits.

Cette réglementation est complétée par une doctrine professionnelle. Dans un objectif d'information loyale du consommateur le syndicat du chocolat a en effet adopté : une définition professionnelle du praliné, un code d'usages "truffes et truffes fantaisie" et des lignes directrices relatives aux cacaos d'origine. Enfin, la profession a adopté des règles concernant les appellations cacao-chocolat pour les produits autres que les produits de chocolaterie.

2. Communication et nutrition : des engagements de la Profession pour promouvoir une communication responsable

Aliment plaisir et festif par excellence, le chocolat est consommé en quantité raisonnable (4g par jour en moyenne chez les adultes et 10g chez les enfants).

Cependant, face à l'augmentation de l'obésité, devenue un réel enjeu de santé publique, le syndicat du chocolat, profession responsable, a tenu à prendre des engagements pour encourager des modes de consommation raisonnable et informer le consommateur en toute transparence de la composition nutritionnelle des produits.

Engagement pour une communication raisonnable en particulier en matière de publicité destinée aux enfants

Le syndicat du chocolat s'engage à encourager un **mode de consommation raisonnable de ses produits et à promouvoir une communication responsable.**

Dans ce cadre, le syndicat du chocolat s'engage, au travers de sa communication, **à ne pas inciter à la surconsommation de ses produits.** Il s'engage ainsi à suivre la règle déontologique du BVP en matière de publicité et de comportements alimentaires des enfants ainsi que le guide communication nutritionnelle de l'ANIA.

Les adhérents du syndicat du chocolat s'engagent également **à ne pas faire de publicité durant les créneaux horaires spécifiquement destinés aux enfants.** Ils reconnaissent pleinement le rôle majeur des parents dans l'éducation et affirment leur volonté d'apporter aux parents leur soutien. Pour ce faire, ils s'engagent donc à ne pas communiquer dans les programmes spécifiquement destinés à la jeunesse. Les enfants sont en effet souvent seuls devant la télévision lors de la diffusion de ces programmes.

Engagement pour une information nutritionnelle du consommateur, en toute transparence

Dans un but de transparence et d'information du consommateur, le syndicat du chocolat estime que **l'information sur la composition nutritionnelle** des aliments doit être facilement accessible pour le consommateur.

Pour faciliter l'accès à l'information nutritionnelle, les chocolatiers s'engagent à présenter sur les produits un étiquetage nutritionnel clair et lisible qui comprendra au minimum la valeur énergétique, les teneurs en protéines, glucides et lipides pour 100g.

Dans la mesure du possible, si cette information est pertinente, les chocolatiers s'engagent à indiquer les informations nutritionnelles du produit par portion. Lorsque l'information par portion est indiquée, le poids des portions devra être précisé.

Pour les produits pour lesquels la mise en œuvre de cet étiquetage nutritionnel peut poser des difficultés pratiques (petits emballages, emballages multilingues, assortiments de chocolat, produits festifs ou saisonniers,...) le syndicat du chocolat considère que l'information doit toujours être disponible au sein de l'entreprise et doit pouvoir être fournie aux consommateurs par d'autres moyens tels que les services consommateurs, les brochures, les sites internet,...

3. Qualité et sécurité : offrir au consommateur une sécurité optimale

Les chocolats sont des produits sains et sûrs. Pour offrir au consommateur une sécurité optimale, les chocolatiers s'engagent à mettre à jour chaque année leurs "**données de base sur les risques**", outil syndical destiné à aider les entreprises à analyser les risques et maîtriser les points critiques de leur système de fabrication.

Le syndicat du chocolat s'engage également à réaliser une veille permanente en matière de sécurité alimentaire et à établir si nécessaire des recommandations de mesures préventives.

Les chocolatiers s'engagent à mettre en œuvre tous les moyens en matière de qualité/sécurité des produits (matières premières, emballages, conditions de transport ou de stockage...) en menant des politiques de concertation avec les filières concernées.

Ainsi, le syndicat du chocolat a adopté plusieurs outils :

- **Un guide de bonnes pratiques pour la conservation des produits de chocolat** (2007) a été établi en lien avec la confédération des artisans-détaillants. Destiné aux professionnels, ce guide a vocation à accompagner les professionnels pour la maîtrise des conditions de conservation et en particulier de température.
- **Un guide de bonnes pratiques lors du stockage et du transport** (2001) a été formalisé avec les distributeurs.

- Des "**recommandations professionnelles relatives à la sécurité des produits de confiserie et de chocolat**" (2007) ont également été adoptées, pour prévenir le risque lié aux parties non comestibles associées aux produits.

Enfin, dans un souci de protection accrue du consommateur, le syndicat s'engage à respecter et mettre à jour régulièrement ses procédures de gestion de crise.

4. Engagement social et moral

Le métier de chocolatier repose sur les hommes, leurs compétences et leur savoir-faire. Les chocolatiers prennent un engagement social vis à vis de leurs salariés :

- Préserver et transmettre leur patrimoine et leur savoir-faire. Dans ce cadre, ils s'engagent à développer et faire reconnaître les compétences des salariés. Ils entendent, d'une part, encourager la formation tout au long de la vie professionnelle et, d'autre part, faire reconnaître ce savoir-faire au travers de certifications professionnelles.
- Préserver et améliorer la santé au travail des salariés par une action permettant d'améliorer la prévention des risques professionnels.
- Développer une politique active de prévention, d'amélioration et de suivi de l'hygiène, de la sécurité et des conditions de travail dans toutes les entreprises.
- S'interdire toute discrimination (race, sexe, religion, culture...) dans ses pratiques de recrutement et de développement tout au long de la vie professionnelle.

L'industrie du chocolat s'est engagée au niveau mondial pour lutter contre le travail abusif des enfants dans les pays producteur de cacao et pour améliorer la sécurité des pratiques culturelles.

La matière première du chocolat, le cacao, provient des pays de la zone équatoriale et dans plus de 95% des cas, les exploitations agricoles spécialisées dans la production de cacao sont tenues par des familles qui cultivent le cacao de manière responsable

5. Engagement de respecter une concurrence loyale et marchande

Exercer ses activités dans un environnement concurrentiel loyal est fondamental. Dans ce cadre les adhérents du chocolat s'engagent à pratiquer une communication positive, sans dénigrement vis à vis de leurs confrères et des autres produits de chocolaterie. En cas de différend ou de litige entre sociétés adhérentes au syndicat du chocolat, les chocolatiers s'engagent à rechercher en priorité des solutions amiables dans le cadre d'une médiation professionnelle.