

Charte de déontologie du Syndicat Français des miels

Les adhérents du Syndicat Français des miels conscients de leurs responsabilités vis à vis des consommateurs et de leur rôle de promoteur permanent de la qualité du miel sur le marché français s'engagent à respecter les principes déontologiques énoncés ci-dessous.

Cette Charte pourra être actualisée en fonction de l'évolution du marché.

A) Les adhérents du Syndicat soutiennent durablement la filière apicole française et son développement

Depuis de nombreuses années la production française de miel reste très insuffisante. Dans ce contexte, le Syndicat se mobilise pour agir en faveur de la filière apicole. La Profession en échangeant avec divers syndicats apicoles participe à structurer la filière au travers par exemple de la création d'une interprofession.

De plus, le Syndicat s'engage à participer activement au Comité Stratégique Apicole et au Comité apicole de France Agri Mer.

B) Les adhérents du Syndicat s'engagent sur la qualité et l'authenticité des miels et des produits de la ruche au consommateur

1. Les adhérents s'engagent à lutter contre l'adultération des miels

Tant les actes frauduleux d'adultération du miel que les mauvaises pratiques apicoles peuvent avoir pour conséquences la présence de sucres exogènes dans le miel. Ces pratiques ternissent l'image du miel. Le Syndicat Français des Miels et ses adhérents condamnent fermement et combattent ces pratiques. Ils œuvrent également pour éviter la discrimination de certains miels basée sur des préjugés et s'engagent à mettre en place des analyses adaptées et performantes.

2. Le respect de la norme ISO pour garantir au consommateur une gelée royale de qualité

En 2016, a été publiée la norme internationale ISO 12824:2016 qui fixe des exigences de production et règles sanitaires pour la Gelée royale.

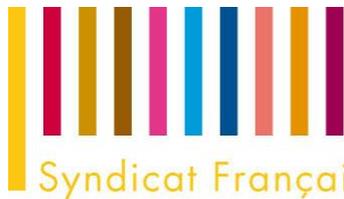
Le Syndicat a fortement contribué à l'élaboration de cette norme et ses adhérents s'engagent à la respecter et la mettre en œuvre.

C) Les adhérents du Syndicat assurent une bonne information du consommateur sur leurs produits

La bonne information du consommateur est essentielle. A cet effet, les entreprises adhérentes s'engagent à respecter scrupuleusement la réglementation en matière d'étiquetage.

Dans cet objectif, le Syndicat a d'ailleurs développé un memento pratique, outil professionnel partagé avec l'Administration, qui rassemble et explicite la réglementation et les éléments de doctrine applicables au miel. Le Syndicat s'engage à mettre à jour régulièrement cet outil en fonction des évolutions réglementaires.

L'information fournie au consommateur, via l'emballage mais également au travers de tout moyen de communication (publicité télévisée, presse, etc.) doit être claire, objective et loyale, c'est-à-dire ne pas tromper ou



induire en erreur le consommateur sur les caractéristiques du miel (origine, quantité, effet sur la santé, prix, promotions commerciales...) et des produits de la ruche.

Tout professionnel doit être en mesure d'apporter les justifications pour les allégations figurant sur son produit. Les adhérents du Syndicat Français des Miels s'engagent à fournir l'information de façon transparente.

Ils respectent notamment les cahiers des charges des AOP/IGP enregistrées pour le miel et communiquent l'information sur l'origine au consommateur par l'utilisation des logos et mentions prévues par la réglementation européenne.

D) Les adhérents du Syndicat s'engagent à respecter une concurrence loyale entre opérateurs

Chaque entreprise adhérente s'engage à participer aux campagnes de promotion du Syndicat et à ne pas chercher à tirer profit de façon individuelle des actions développées collectivement par le Syndicat, notamment en se distinguant abusivement de ses confrères.

Exercer ses activités dans un environnement concurrentiel loyal est fondamental. A cet effet, les adhérents s'engagent à promouvoir la loyauté dans leurs relations commerciales (pas de parasitisme, pas de débauchage actif, relations saines et constructives entre entreprises, loyauté dans les négociations, etc...) et à ne pas s'engager dans des pratiques anticoncurrentielles.

Il est important pour préserver l'image de la profession et de ses produits que des bonnes pratiques de communication commerciale soient établies entre les opérateurs.

Aussi, il convient de privilégier une communication positive, sans dénigrer ou jeter le discrédit sur un produit concurrent ou une catégorie de produits.

En cas de différend ou de litige entre sociétés adhérentes au Syndicat Français des miels, celles-ci s'engagent à rechercher en priorité des solutions amiables dans le cadre d'une médiation professionnelle selon les procédures mises en place par L'Alliance7, notamment le Conseil d'éthique.

Les adhérents du Syndicat doivent faire preuve de solidarité dans l'intérêt de tous.