

## **Exigences d'étiquetage des produits aux États-Unis et au Canada**

Les directives contenues dans ce document sont fournies à titre indicatif uniquement. Il est de la responsabilité du vendeur, du revendeur ou de l'importateur de se conformer à toutes les réglementations légales locales applicables.

### **Réglementation américaine**

Ce document résume les exigences légales les plus élémentaires en matière d'étiquetage aux États-Unis pour les types de marchandises les plus achetés par Foot Locker pour ses magasins aux États-Unis. Il ne traite pas de détails tels que la taille ou la visibilité des polices ou des étiquettes, ni les emplacements appropriés pour les étiquettes.

### **Pays d'origine**

Le marquage du pays d'origine est obligatoire sur tous les produits et doit être conforme à toutes les réglementations douanières américaines. Il doit être en anglais, permanent, lisible et bien visible pour le consommateur. Il ne doit pas être masqué par des étiquettes, des tickets ou l'emballage. Tout article emballé individuellement dans un sachet en polyéthylène (vendu dans un sachet en polyéthylène) doit porter le marquage du pays d'origine sur le sachet, s'il ne figure pas sur l'article et n'est pas visible à travers le sachet. Si les lettres « USA » ou une mention similaire ou un nom de lieu aux États-Unis figurent sur l'emballage ou l'extérieur de l'article, le marquage du pays d'origine doit être de taille comparable, afin de ne pas induire le consommateur en erreur. Il doit apparaître aux endroits suivants, pour les produits suivants :

#### Chaussures

Les emplacements suivants sont acceptables pour le marquage du pays d'origine sur les chaussures (les deux chaussures doivent être marquées) :

- à 2,5 cm du haut de la languette, à l'intérieur
- près du bord supérieur intérieur
- au niveau du talon
- sur la semelle
- au niveau de la voûte plantaire
- sur le côté de la languette, près du haut

En outre, le pays d'origine peut être indiqué à l'extrémité de la boîte de vente individuelle où se trouvent l'étiquette UGS, l'étiquette de prix ou d'autres informations

#### T-shirts, chandails, vestes, hauts, manteaux et vêtements pour le haut du corps

Une étiquette cousue ou imprimée au centre de la nuque du vêtement

#### Pantalons, shorts et autres bas

Une étiquette cousue ou imprimée sur la ceinture du pantalon, au centre de l'arrière de la taille

#### Chaussettes, produits tricotés

Sur l'étiquette de prix ou l'étiquette à l'extérieur de la paire de chaussettes ou à l'avant de l'emballage

Accessoires et autres articles

À proximité des étiquettes à code à barres

Si l'indication ne se trouve pas à proximité du code à barres, elle doit être placée à un endroit bien visible et de façon lisible

**Numéro d'identification enregistré de la Commission fédérale du commerce**

Le numéro d'identification enregistré de Foot Locker est 69778

En plus du marquage du pays d'origine, les vêtements doivent comporter des informations visibles sur la composition du tissu et les instructions d'entretien. Toutes les informations relatives à la composition et aux instructions d'entretien doivent être conformes aux normes acceptées par la Commission fédérale du commerce (Federal Trade Commission, FTC). Le numéro d'identification enregistré (RN) doit être visible.

*Toute question relative au marquage des produits doit être adressée aux contacts chargés de la conformité du service du commerce international, indiqués à la section 14.*

**Produits de consommation préemballés non alimentaires (y compris les cosmétiques)**

Exigences élémentaires : La loi sur l'emballage et l'étiquetage équitables (Fair Packaging and Labeling Act, FPLA) exige que chaque emballage de « produits de consommation » ménagers relevant du champ d'application de la FPLA porte une étiquette sur laquelle figurent :

- une déclaration identifiant le produit, par exemple détergent, cirage, etc.
- le nom et l'adresse du fabricant, de l'emballer ou du distributeur.
- et la quantité nette du contenu en termes de poids, de mesure ou de nombre (les mesures doivent être indiquées à la fois en unités métriques et en pouces/livres).
- Les cosmétiques nécessitent une attention particulière, car les mentions requises en vertu de la loi fédérale sur les aliments, les médicaments et les cosmétiques (Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, FDCA) doivent figurer à l'intérieur ainsi que sur tout contenant ou emballage extérieur.

Pour plus d'informations, consultez les ressources suivantes

[Loi sur l'emballage et l'étiquetage équitables : Réglementations en vertu de l'article 4 de la loi sur l'emballage et l'étiquetage équitables | Commission fédérale du commerce](#) et <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-labeling/cosmetics-labeling-regulations>

**Produits dangereux**

Certains produits chimiques destinés à la consommation doivent être accompagnés d'étiquettes de danger, d'avertissement et de mise en garde pour les produits corrosifs, explosifs, inflammables ou toxiques (voir la section 8-1).

Pour plus d'informations, veuillez vous référer aux normes réglementaires du DOT et de l'OSHA :

<https://www.phmsa.dot.gov/standards-rulemaking/hazmat/hazardous-materials-regulations>  
<https://www.osha.gov/hazcom>

### Métaux précieux

Si les bijoux sont marqués d'un poinçon de qualité (par exemple « .925 » pour l'argent sterling), les remarques suivantes de l'article 16, paragraphe 23.10 du CFR, doivent être respectées :

Note 1 :

Lisibilité des marquages. Si un poinçon de qualité est gravé ou estampillé sur un produit industriel, ou imprimé sur une étiquette ou un autocollant apposé sur le produit, il doit être d'une taille suffisante pour être lisible par des personnes ayant une vision normale, être placé de manière à être visible par les acheteurs et être apposé de manière à rester en place jusqu'à l'achat par le consommateur.

Note 2 :

Divulgateur de l'identité des fabricants, transformateurs ou distributeurs. La loi nationale sur le marquage (National Stamping Act) prévoit que toute personne, entreprise, société ou association, étant un fabricant ou un distributeur soumis à l'article 294 de la loi, qui applique ou fait appliquer une marque de qualité, ou importe tout article portant une marque de qualité « qui indique ou prétend indiquer que cet article est fabriqué en tout ou en partie à partir d'or ou d'argent ou d'un alliage de l'un ou l'autre de ces métaux », doit apposer sur l'article la marque de commerce ou le nom de cette personne. Article 15, section 297 de l'U.S.C.

Pour plus d'informations, veuillez vous référer à la ressource suivante : <https://www.ftc.gov/news-events/topics/tools-consumers/jewelry-guides>

### Articles rembourrés et capitonnés

Les distributeurs, importateurs et fabricants doivent se conformer aux exigences fédérales américaines en matière d'étiquetage ainsi qu'à toute autre loi relative à la sécurité et à la protection des produits de consommation. Il est important de noter que certains États exigent un enregistrement et des permis de stérilisation, avec éventuellement des règles d'étiquetage précises.

La composition fibreuse du rembourrage ou du garnissage d'un article doit être indiquée sur l'étiquette fédérale, *sauf si le rembourrage ou le garnissage est utilisé dans l'un des articles suivants :*

- Doublures, entoillages, rembourrages ou garnissages utilisés à des fins structurelles. *Toutefois, si ces éléments sont utilisés à des fins thermiques, la composition fibreuse doit être indiquée. De plus, si vous indiquez la composition fibreuse des doublures, entoillages, rembourrages ou garnissages, les produits ne sont pas exemptés.*
- Renforts, garnitures, parements ou entoillages
- Fils à coudre et à broder
- Chaussures, couvre-chaussures, bottes, pantoufles et toutes les chaussures d'extérieur. (Les chaussettes et les articles tricotés sont couverts par la loi); les pantoufles en laine sont couvertes par les règles relatives à la laine.
- Couvre-chefs, y compris les chapeaux, les casquettes ou tout autre article porté exclusivement sur la tête. Les chapeaux en laine sont couverts par les règles relatives à la laine.
- Textiles utilisés dans les sacs à main ou les bagages

Pour plus d'informations, veuillez vous référer à la ressource suivante : <https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/threading-your-way-through-labeling-requirements-under-textile-wool-acts#fiber>

## Réglementations canadiennes

Ce document résume les exigences légales les plus élémentaires en matière d'étiquetage au Canada pour les types de marchandises les plus achetés par Foot Locker pour ses magasins au Canada. Il ne traite pas de détails tels que l'emplacement, la taille ou la visibilité des polices ou des étiquettes, ni les emplacements appropriés pour les étiquettes.

Pour obtenir des renseignements plus détaillés, communiquez avec le ministère fédéral compétent, qui, dans la plupart des cas, est Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Les exceptions concernent les lois sur les cosmétiques et les produits dangereux (communiquez avec Santé Canada), les articles rembourrés et capitonnés (communiquez avec les gouvernements provinciaux) et le pays d'origine (communiquez avec l'Agence du revenu du Canada, Bureau des douanes).

Veuillez noter que, de manière générale, les étiquettes des vêtements, des chaussettes, des produits de consommation préemballés non alimentaires (y compris les cosmétiques) et des chaussures doivent comporter une mention indiquant le pays d'origine (par exemple, « Fabriqué en Chine »). **Cette mention doit être imprimée en anglais et en français.** Veuillez lire ci-dessous les exigences supplémentaires en matière d'étiquetage pour le Canada.

### Vêtements/chaussettes

#### Composition fibreuse

- Indiquer le nom générique de chaque fibre présente, dans une proportion égale ou supérieure à 5 % du poids total des fibres de l'article, par ordre d'importance
- Ces informations, ainsi que les termes descriptifs utilisés en conjonction avec la composition fibreuse, doivent être imprimés en anglais et en français

#### Identification du distributeur

- Indiquer le numéro CA ou le nom et l'adresse postale du fabricant, du transformateur, du finisseur, du détaillant, de l'importateur ou du vendeur
- Le numéro CA de Foot Locker est 40393

Étiquetage d'entretien

- Bien que les instructions d'entretien ne soient pas requises par la loi, toute utilisation des « symboles d'entretien canadiens » doit être conforme au « Programme canadien d'étiquetage d'entretien ». Les symboles d'entretien américains et mexicains peuvent être utilisés s'ils sont accompagnés d'une description en anglais et en français.
- 

**Produits de consommation préemballés non alimentaires (y compris les cosmétiques)**Déclaration d'identité du produit

- Inclure la description générique du produit et l'imprimer en anglais et en français
- Pour les cosmétiques, cette information doit figurer sur le contenant du produit, et non seulement sur la boîte ou tout autre emballage extérieur

Déclaration de la quantité nette

- Indiquer le volume, le poids ou le nombre d'unités, et imprimer cette information en anglais et en français (une déclaration de quantité nette métrique utilisant les symboles métriques est considérée comme bilingue)

Nom du distributeur et lieu principal d'activité

- Indiquer le nom de la personne par laquelle ou pour laquelle le produit préemballé a été fabriqué ou produit en vue de sa vente, ainsi qu'une adresse suffisante pour la livraison postale (un code postal seul ne suffit pas)
- Si le distributeur est Foot Locker Canada, imprimez le nom complet de la société en anglais et en français
- Pour les cosmétiques, cette information doit également figurer sur le contenant du produit, et non seulement sur la boîte ou tout autre emballage extérieur
- Pour les accessoires, un autocollant indiquant « Importé par... » doit être visible dans le coin inférieur gauche ou au dos de l'emballage

**Produits dangereux**

Certains produits chimiques destinés à la consommation doivent être accompagnés d'étiquettes de danger, d'avertissement et de mise en garde pour les produits corrosifs, explosifs, inflammables ou toxiques (voir la section 8-1).

**Métaux précieux**

Si les bijoux sont marqués d'un poinçon de qualité (par exemple, « .925 » pour l'argent sterling), ils doivent également être marqués à des fins d'identification d'une marque de commerce enregistrée auprès de l'Office des marques de commerce du Canada. La marque de commerce peut appartenir au fabricant, à l'importateur, au grossiste ou au détaillant.

Veillez vous reporter aux directives sur les métaux précieux du Bureau de la concurrence Canada pour plus d'informations

<https://competition-bureau.canada.ca/en/labelling/guide-precious-metals-marking-act-and-regulations>

### Articles rembourrés et capitonnés

Les récentes modifications provinciales concernant les articles rembourrés ou garnis n'ont aucune incidence sur la Loi sur l'étiquetage des textiles (LET) et le Règlement sur l'étiquetage et l'annonce des textiles (REPT). Les détaillants doivent se conformer aux exigences fédérales en matière d'étiquetage ainsi qu'à toute autre loi relative à la sécurité et à la protection des produits de consommation. Au Canada, une étiquette fédérale fait référence aux exigences obligatoires en matière d'étiquetage qui s'appliquent à tous les produits alimentaires et non alimentaires vendus dans le pays.

Les articles se répartissent généralement en trois grandes catégories :

1. Revêtement extérieur et enveloppe : la teneur en fibres du revêtement extérieur et de l'enveloppe d'un article doit toujours être indiquée sur l'étiquette fédérale. Parmi les exemples d'articles dotés d'un revêtement extérieur ou d'une enveloppe, on peut citer les oreillers, les matelas et les vestes d'hiver.
2. Accessoires : Les accessoires sont des parties en fibres textiles ajoutées à un article textile à des fins fonctionnelles autres que le rembourrage, le garnissage ou l'isolation thermique. Il s'agit par exemple des glissières ou du rembourrage. L'indication de la teneur en fibres de ces accessoires sur l'étiquette fédérale **n'est pas** obligatoire. Toutefois, si un commerçant choisit de faire une déclaration ou une allégation concernant les accessoires (par exemple « le rembourrage de ce costume est entièrement en polyester »), la teneur en fibres des accessoires doit alors être indiquée sur l'étiquette fédérale. Cette règle ne s'applique pas si la déclaration est faite dans le cadre d'une étiquette provinciale. Les doublures et les entoilages utilisés pour la chaleur **ne sont pas des accessoires** et leur composition en fibres **doit** être indiquée sur l'étiquette fédérale.
3. Rembourrage ou garnissage

La composition fibreuse du rembourrage ou du garnissage d'un article doit être indiquée sur l'étiquette fédérale, *sauf si le rembourrage ou le garnissage est utilisé dans l'un des articles suivants* :

- matelas
- sommiers à ressorts
- coussins
- coussins de chaise
- maniques
- gants de cuisine
- napperons
- protège-matelas ou
- meubles rembourrés

Toutefois, si un détaillant choisit de faire une déclaration ou une allégation concernant le rembourrage ou le garnissage utilisé (par exemple, « cet oreiller est rembourré de ouate de coton ») dans l'un des articles ci-dessus, la teneur en fibres du rembourrage ou du garnissage doit être indiquée sur l'étiquette fédérale. Cette règle ne s'applique pas si la déclaration ou l'allégation est faite dans le cadre d'une étiquette provinciale.

Veillez consulter les directives du Bureau de la concurrence Canada sur le rembourrage et le garnissage pour obtenir plus d'informations

<https://competition-bureau.canada.ca/en/labelling/textile-labelling/guide-labelling-stuffed-or-filled-textile-articles>

## **Charte de la langue française du Québec**

Certaines modifications apportées à la *Charte de la langue française* du Québec (la « Charte ») et au *Règlement sur la langue du commerce et des affaires* sont désormais en vigueur. Ces modifications actualisent les exigences existantes en matière de traduction en français, notamment en révisant les règles relatives à l'utilisation des marques de commerce sur :

- l'emballage et l'étiquetage des marchandises vendues au Québec; et
- les affiches et les publicités commerciales présentées au public québécois.

Bien que nous fournissions dans le présent document un résumé de ces modifications et que nous décrivions les attentes de Foot Locker en matière de conformité des marchandises et des présentoirs promotionnels connexes, nous vous encourageons à consulter vos conseillers juridiques afin de confirmer votre conformité.

### Modifications apportées à l'emballage et à l'étiquetage

À compter du **1<sup>er</sup> juin 2025**, la Charte exige que tout terme générique ou toute description de produit figurant dans une marque de commerce apposée sur un produit ou son emballage (y compris tout matériel d'accompagnement) apparaisse en français, de manière tout aussi visible, à moins que la marque de commerce ne soit le nom d'une entreprise ou le nom du produit tel qu'il est vendu.

Les marchandises qui ne répondent pas aux exigences ci-dessus peuvent continuer à être vendues dans les magasins Foot Locker jusqu'au **1<sup>er</sup> juin 2027** si :

- les marchandises ont été fabriquées avant le 1<sup>er</sup> juin 2025; et
- aucune version française de la marque de commerce applicable n'était enregistrée au Canada au 25 juin 2024.

L'Office québécois de la langue française (OQLF), l'autorité québécoise en matière de langue française, a publié des directives pour aider les entreprises à se conformer à ces exigences. Vous pouvez consulter ces directives (disponibles uniquement en français) ici :

<https://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/marque-commerce-produits.html>

### Modifications apportées au matériel promotionnel accompagnant les marchandises

En vertu des exigences préexistantes en matière de traduction en français, tous les textes (à l'exception des marques de commerce) figurant sur les panneaux et les affiches, tels que les présentoirs sur pied, doivent être en français ou en français et dans une autre langue. Depuis le **1<sup>er</sup> juin 2025**, si une affiche est en français et une autre langue, le texte en français doit figurer de façon nettement prédominante lorsque le texte rédigé en français a un impact visuel beaucoup plus

important que le texte rédigé dans une autre langue. À cet effet, les conditions suivantes doivent être remplies :

1. le texte français occupe au moins deux fois plus d'espace que l'autre langue;
2. le texte français est tout aussi lisible et visible en permanence; et
3. le « même champ visuel » désigne une vue d'ensemble où tous les éléments des panneaux et des affiches sont visibles et lisibles en même temps sans avoir à se déplacer.

Des directives supplémentaires de l'OQLF (disponibles uniquement en français) sont accessibles ici : <https://www.oqlf.gouv.qc.ca/francisation/entreprises/Affichage-marques-commerce-noms-entreprises.pdf>

Veillez noter que les fournisseurs qui approvisionnent Foot Locker en marchandises non conformes destinées à être vendues dans la province de Québec seront en violation de la Charte.