

Fur Products Labeling Act (FPLA)

Title 15, United States Code, Chapter 2, Subchapter IV, Section 69

16 CFR 301, Rules and Regulations Under the Fur Products Labeling Act (FPLA) Any fur apparel manufactured, imported, or sold, must comply with the labeling requirements under Fur Products Labeling Act (FPLA). Fur products - made entirely or partly of fur animal - must have a label disclosing:

- whether the fur is natural or installed, bleached or dyed;
- the name of the animal;
- if fur covers more than 10 percent of the surface area of the product;
- the country of origin of imported fur products, including the country of origin of fur imported into the United States to be made into fur products;
- any other information required or permitted;
- the name or registered identification number ("RN") of the manufacturer or dealer;
- if the fur is used or damaged.

The information required above must also appear on invoices and advertising for fur products.

Fur products made within the United States may have labels to show their origin, but the law does not require them. Fur within the United States may also be labeled to show the specific state or region of the country from which the fur originated.

Truth in Fur Labeling Act of 2010

Public Law 111–313

In December 2010, the US Congress passed the Truth in Fur Labeling Act. As of March 18, 2011, the FTC's exemption to the Fur Products Labeling Act for fur products with an ingredient value of \$150 or less was no longer in effect.

Cat and dog fur products

Tariff Act of 1930, prohibited the importation of Dog and Cat Fur Products

Title 19, United States Code, Chapter 4, Section 1308

19 USC 1308 prohibits the import, export, distribution, transportation, manufacture, or sale in the United States of products containing dog or cat hair. As of November 9, 2000, the Dog and Cat Protection Act 2000 requires the seizure and confiscation of items containing dog or cat fur. The Act amended the Fur Products Labeling Act to exclude dog and cat fur products from items for which the FTC is authorized to exempt labeling and other requirements of the Fur Act and its regulations. presently.

Leather tanning products

16 CFR 24, Guide to Selecting Leather and Imitation Leather Products

These guidelines apply to the manufacture, sale, distribution, marketing or advertising of tanned or simulated leather, including footwear.

Environmental statement

16 CFR 260, Guide to the Use of Environmental Marketing Claims

These guidelines apply to environmental claims, including labeling, advertising, promotional materials and all other forms of marketing, whether made directly or by implication, through words, symbols, logos, emblems, product brand names, or through other means, including marketing through digital or electronic means, such as the Internet or mail electronic. These guidelines apply to any claim about the environmental attributes of a product, packaging or service in connection with the sale, offering for sale or marketing of such product, packaging or serving. for personal, family or household use, or for organizational, business or industry use.

In 2012, the FTC update revised the existing guidance sections on claims related to general environmental benefit, compostable, biodegradable, ozone, recyclable, and recyclable. The update also adds new sections on carbon emission reduction, certifications and seals of approval, free of this and that claims, non-toxic claims, made with renewable energy claims, and made with renewable raw material claims.

Đạo luật Ghi nhãn Sản phẩm dùng lông thú (FPLA)

Tiêu đề 15, Bộ luật Hoa Kỳ, Chương 2, Tiểu chương IV, Mục 69

16 CFR 301, Các quy tắc và quy định theo Đạo luật Ghi nhãn Sản phẩm dùng lông thú (FPLA) Bất kỳ hàng may mặc có lông thú nào được sản xuất, nhập khẩu hoặc bán, phải tuân thủ các yêu cầu ghi nhãn theo Đạo luật Ghi nhãn Sản phẩm dùng lông thú (FPLA). Các sản phẩm dùng lông thú - được làm hoàn toàn hoặc một phần bằng lông thú - phải có một nhãn tiết lộ:

- Liệu lông thú là tự nhiên hay được cài cắm, tẩy hoặc nhuộm;
- Tên của động vật;
- Nếu lông thú có trên 10 phần trăm diện tích bề mặt của sản phẩm;
- Quốc gia gốc của các sản phẩm lông thú nhập khẩu, kể cả quốc gia gốc của lông thú nhập vào Mỹ để làm thành sản phẩm lông thú;
- Bất kỳ thông tin nào khác được yêu cầu hoặc cho phép;
- Tên hoặc số nhận dạng đã đăng ký ("RN") của nhà sản xuất hoặc đại lý;
- Nếu là lông đã qua sử dụng hoặc có hư hại.

Thông tin yêu cầu trên cũng phải xuất hiện trên hoá đơn và quảng cáo cho sản phẩm lông thú.

Sản phẩm lông thú làm bên trong nước Mỹ có thể ghi nhãn để cho thấy nguồn gốc, nhưng luật không yêu cầu. Lông thú trong nước Mỹ cũng có thể được ghi nhãn để hiển thị tên tiểu bang cụ thể hoặc vùng của quốc gia mà lông có nguồn gốc.

Đạo luật năm 2010 về Sự thật khi Ghi nhãn lông thú

Luật công 111–313

Vào tháng 12 năm 2010, Quốc hội Mỹ đã thông qua Đạo luật về Sự thật khi Ghi nhãn lông thú. Kể từ ngày 18 tháng 3 năm 2011, việc miễn trừ của FTC cho Đạo luật Ghi nhãn Sản phẩm lông thú cho các sản phẩm lông thú có giá trị thành phần là 150 đôla hoặc thấp hơn đã không còn hiệu lực.

Sản phẩm lông mèo và chó

Đạo luật Thuế quan năm 1930, cấm nhập khẩu các Sản phẩm lông chó và mèo

Tiêu đề 19, Bộ luật Hoa Kỳ, Chương 4, Mục 1308

19 USC 1308 cấm nhập khẩu, xuất khẩu, phân phối, vận chuyển, sản xuất hoặc bán tại Hoa Kỳ các sản phẩm có lông chó hoặc lông mèo. Kể từ ngày 9 tháng 11 năm 2000, Đạo luật Bảo vệ Chó và Mèo năm 2000 yêu cầu nắm giữ và tịch thu các mặt hàng có lông chó hoặc mèo. Đạo luật đã sửa đổi Đạo luật Ghi nhãn Sản phẩm lông thú để loại trừ các sản phẩm lông chó và mèo khỏi những mặt hàng mà FTC được phép miễn trừ ghi nhãn và các yêu cầu khác của Đạo luật Lông thú và các quy định thực hiện.

Sản phẩm thuộc da

16 CFR 24, Hướng dẫn để chọn Sản phẩm da thuộc và da giả

Các hướng dẫn này áp dụng cho việc sản xuất, bán, phân phối, tiếp thị hoặc quảng cáo các loại da thuộc da hoặc da mô phỏng, kể cả giày dép.

Tuyên bố về môi trường

16 CFR 260, Hướng dẫn sử dụng các tuyên bố tiếp thị môi trường

Các hướng dẫn này áp dụng cho các tuyên bố về môi trường, bao gồm việc ghi nhãn, quảng cáo, tài liệu khuyến mãi và tất cả các hình thức tiếp thị khác, dù được khẳng định trực tiếp hay bằng ngụ ý, thông qua các từ, ký hiệu, biểu trưng, logo, biểu tượng, tên thương hiệu sản phẩm, hoặc thông qua các phương tiện khác, bao gồm tiếp thị thông qua các phương tiện kỹ thuật số hoặc điện tử, chẳng hạn như Internet hoặc thư điện tử. Các hướng dẫn này áp dụng đối với bất kỳ tuyên bố nào về các thuộc tính môi trường của một sản phẩm, bao bì hoặc dịch vụ liên quan đến việc bán, chào bán hoặc tiếp thị sản phẩm như vậy, đóng gói hoặc phục vụ cho mục đích sử dụng cá nhân, gia đình hoặc hộ gia đình, hoặc sử dụng cho tổ chức, doanh nghiệp hoặc ngành công nghiệp.

Trong năm 2012, bản cập nhật của FTC đã sửa đổi các phần hướng dẫn hiện có về các tuyên bố liên quan đến lợi ích môi trường chung, có thể phân hủy, dễ phân

huỷ, ozon, có thể tái chế và tái chế. Bản cập nhật cũng bổ sung thêm các phần mới về giảm phát thải carbon, chứng nhận và con dấu chấp thuận, tuyên bố không có cái này cái nọ, tuyên bố không độc hại, được làm bằng tuyên bố về năng lượng tái tạo, và được làm bằng các tuyên bố về nguyên liệu tái tạo.