

MANDAT DU CNC

Amélioration de l'efficacité des procédures de retrait-rappel des produits de consommation courante

Adopté le 7 mars 2018

Contexte :

Les professionnels ont l'obligation de mettre sur le marché des produits sûrs. Néanmoins, il arrive que des produits présentent des risques pour la santé ou la sécurité des personnes. Ces risques peuvent provenir de défaut de conception ou de production et concernent aussi bien les produits industriels que les denrées alimentaires. Ils sont parfois détectés après que les produits aient été mis sur le marché. Dès lors qu'un professionnel a une raison de penser ou sait qu'un produit qu'il a mis sur le marché n'est pas sûr, il doit engager une opération de retrait-rappel pour protéger le consommateur. Si l'entreprise responsable n'engage pas volontairement les mesures appropriées, les autorités peuvent les lui imposer.

Chaque année, de nombreux retraits-rappels sont ainsi mis en œuvre par des opérateurs. Dans ce contexte, il est nécessaire que la mise sur le marché des produits concernés soit suspendue efficacement dans les plus brefs délais, de manière à éviter que le consommateur ne puisse l'acheter après l'alerte. Il est également nécessaire de s'assurer que le consommateur soit informé pour déterminer s'il est concerné ou non par la mesure et, le cas échéant, cesser l'utilisation du produit en cause ou sa consommation.

Force est de constater que l'exécution de ces procédures n'est pas optimale. Le retour d'expérience des opérations de retrait-rappel des produits de nutrition infantile et spécialisée du groupe Lactalis a notamment mis en évidence des défaillances : des produits couverts par l'opération de retrait-rappel ont continué à être commercialisés et ce, bien après l'alerte. Il semble également que l'information concernant le rappel de certains lots ne soit pas parvenue à l'ensemble des consommateurs. Cette situation n'est malheureusement pas rare, comme en témoignent par exemple les derniers accidents provoqués par des siphons culinaires dangereux qui avaient fait l'objet de mesures de retrait-rappel entre 2010 et 2014, dont l'accident fatal survenu en juin 2017.

Dans ce contexte, le Ministre de l'Économie et des Finances a annoncé le 16 janvier 2018 vouloir confier au CNC une réflexion visant à renforcer l'efficacité de ces procédures. Cette réflexion doit couvrir deux grands axes :

1. l'optimisation des procédures de retrait-rappel afin d'écartier rapidement les produits concernés de la vente et d'éviter qu'ils ne puissent être remis sur le marché ou achetés par erreur ;
2. les moyens à mettre en œuvre pour améliorer l'information des consommateurs.

Axe 1 : Renforcer l'efficacité des procédures de retrait-rappel

Le groupe de travail devra mettre en avant les bonnes pratiques existantes et faire des recommandations sur les sujets suivants :

- traçabilité des produits pour permettre l'identification des différents clients (professionnels comme consommateurs) ;
- transmission de l'information entre les différents maillons de la chaîne de distribution, descendante comme ascendante ;
- mesures permettant d'empêcher la commercialisation et l'utilisation (restauration) des produits ayant fait l'objet d'un retrait, y compris dispositions particulières pour la vente en ligne ;
- mesures organisationnelles au sein des distributeurs pour gérer le retour en magasin des produits retournés par des clients ou écartés des rayons ;
- suivi de l'efficacité du rappel (nombre de produits bloqués ou retournés par les consommateurs, remontée de cette information dans la chaîne de distribution).

Axe 2 : Améliorer l'information des consommateurs en cas de rappel

Pour qu'un rappel soit efficace, il faut que l'information à son sujet parvienne au consommateur et que le consommateur agisse ensuite en conséquence, en cessant d'utiliser/consommer le produit ou en le rapportant sur le lieu de vente. Le groupe de travail devra ainsi mettre en avant les bonnes pratiques existantes et faire des recommandations sur les sujets suivants :

- Les moyens à mettre en œuvre pour que le message atteigne le maximum de consommateurs. Il s'agit à la fois de recenser l'ensemble des canaux de communication à actionner et leurs modalités d'utilisation (en magasin, sur les sites internet, sur les réseaux sociaux, dans des newsletters, des catalogues, voire d'autres médias, en fonction de la dangerosité des produits et de la quantité de produits concernés, etc.) mais aussi les informations personnelles disponibles qui peuvent être utilisées pour identifier et prévenir les consommateurs concernés en cas d'alerte : utilisation des cartes de fidélité, des comptes clients pour la vente en ligne, des coordonnées liées aux moyens de paiement.
- Le contenu de l'information diffusée pour augmenter l'efficacité de la procédure de rappel. En effet, en fonction de la formulation du message diffusé, l'effet ne sera pas identique (message minimisant le risque par exemple). Par ailleurs, la question du remboursement ou remplacement du produit accordé aux consommateurs qui rapporteraient en magasin un produit défectueux devra aussi être étudiée, ce paramètre pouvant entrer en compte dans la réaction du consommateur au message de rappel. La question des éventuels conseils pratiques à dispenser au consommateur pourra également être étudiée.

Le gouvernement fera par ailleurs ses propres propositions en termes d'information institutionnelle.