



Conseil national  
de la consommation

## Groupe de travail

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



## Rapport et Avis

NOR : ECOC1819510P

**Adoptés le 13 juillet 2018**

## SOMMAIRE

<b>1</b>	<b>RAPPEL DU CONTEXTE .....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>MANDAT ET DÉROULEMENT DES TRAVAUX.....</b>	<b>3</b>
2.1	OBJECTIFS.....	4
2.2	DÉROULEMENT DES TRAVAUX .....	4
2.3	THÈMES DE TRAVAIL ET AUDITIONS.....	5
<b>3</b>	<b>TERMINOLOGIE .....</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR.....</b>	<b>11</b>
4.1	OBLIGATIONS FIXÉES PAR LA LÉGISLATION ALIMENTAIRE .....	11
4.2	OBLIGATION GÉNÉRALE DE CONFORMITÉ ET DE SÉCURITÉ DES PRODUITS NON ALIMENTAIRES.....	14
4.3	RÉGLEMENTATION SPÉCIFIQUE AUX PLACES DE MARCHÉ.....	16
<b>5</b>	<b>SANCTIONS APPLICABLES.....</b>	<b>16</b>
<b>6</b>	<b>RAPPORT DE SYNTHÈSE DES TRAVAUX.....</b>	<b>17</b>
6.1	AVANT-PROPOS.....	17
6.2	PRINCIPES DIRECTEURS.....	17
6.3	AMÉLIORATION DES PROCÉDURES DE RETRAIT-RAPPEL PAR LES PROFESSIONNELS.....	19
6.4	AMÉLIORATION DE LA COMMUNICATION SUR LES RAPPELS .....	30
6.5	AUTRES SUJETS ABORDÉS AU SEIN DU GROUPE DE TRAVAIL.....	41
6.6	ADAPTATION DU RÉGIME DES SANCTIONS.....	42
<b>7</b>	<b>AVIS DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION .....</b>	<b>43</b>
7.1	AVANT-PROPOS.....	43
7.2	RAPPEL DES GRANDS PRINCIPES DE GESTION DU RISQUE ET DES ALERTES .....	44
7.3	RECOMMANDATIONS RELATIVES À L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS.....	44
7.4	RECOMMANDATIONS RELATIVES AU RENFORCEMENT DES PROCÉDURES DE RETRAIT-RAPPEL.....	47
7.5	RECOMMANDATIONS COMPLÉMENTAIRES .....	50
<b>8</b>	<b>ANNEXE.....</b>	<b>51</b>

## I RAPPEL DU 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 défauts de conception ou de production ou d'information et concernent aussi bien les produits non-alimentaires de consommation courante que les denrées alimentaires. Ils sont parfois détectés après que les produits ont 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 le notifier aux autorités compétentes et, le cas échéant, 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 une majorité de cas, les mesures retenues permettent d'éviter ou de réduire significativement l'exposition des consommateurs au danger.

Dans les autres cas, et notamment dans les crises de grande ampleur médiatisées récemment, 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.

Même si rien ne permet de garantir un « risque zéro », il convient de conserver l'objectif consistant à tendre vers celui-ci.

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 dans l'exécution de ces procédures de retrait-rappel : des produits couverts par l'opération de retrait-rappel ont continué à être commercialisés et ce, bien après la publication de la mesure de rappel, comme cela a été mis en évidence par les contrôles d'effectivité menés par la DGCCRF.

Les services départementaux de la DGCCRF sont intervenus à tous les maillons de la chaîne de distribution pour vérifier que les produits concernés n'étaient plus commercialisés : grandes et moyennes surfaces, pharmacies, hôpitaux, maternités, crèches, sièges des centrales d'achat des grandes enseignes, grossistes mais aussi sites Internet.

Entre le 26 décembre 2017 et le 5 janvier 2018, il a été effectué une première vague de 2 500 contrôles au cours desquels les agents de la DGCCRF ont demandé le retrait immédiat des rayons de produits rappelés continuant pourtant d'être commercialisés. Ces contrôles, ont mis en évidence des non-conformités dans environ 3 % des établissements contrôlés. Sur 1 300 pharmacies, 600 grandes et moyennes surfaces et 300 hôpitaux et crèches, il a été constaté que, dans 91 établissements, des produits couverts par l'opération de retrait-rappel étaient encore commercialisés, dont plus de 500 boîtes de produits de nutrition infantile dans 30 grandes ou moyennes surfaces alors que, par ailleurs, des produits rappelés étaient encore à la vente dans 44 pharmacies. En outre, dans de nombreuses pharmacies, les clients n'étaient pas informés de l'opération de rappel par un affichage adapté.

Compte tenu de ces constats, le Ministre de l'économie et des finances a demandé à la DGCCRF d'engager une seconde vague de 3 600 contrôles entre le 12 et le 25 janvier. Des manquements ont été constatés dans 22 établissements. Sur 1 300 grandes et moyennes surfaces, deux proposaient encore à la vente 16 produits qui auraient dû être retirés du marché – même si une solution de blocage

en caisse avait été mise en place, ces produits ne pouvant donc pas être vendus. Sur les 1 600 pharmacies contrôlées au cours de cette seconde vague, 13 proposaient encore à la vente, entre une et 28 boîtes. Sur les 94 cliniques et hôpitaux contrôlés, un seul établissement mettait encore à la disposition des patients une unique boîte entamée qui était un produit de nutrition spécialisé – et qui n'était pas destiné aux enfants. Enfin, sur les 330 crèches contrôlées, aucun problème n'a été décelé. En vente en ligne, 61 sites commercialisaient des produits identifiés mais, après vérification, aucun ne pouvait être vendu.

Au-delà des mesures de retrait et des autres suites (avertissements aux professionnels pour les cas les moins graves, notamment lorsque l'information à destination des consommateurs était insuffisante, ou lorsqu'il y avait un très faible nombre de produits mis à la vente, procès-verbaux, transmis à la justice pour les cas les plus graves), les contrôles menés par la DGCCRF ont permis de constater des infractions chez un nombre trop élevé de professionnels, telles que le non-retrait des produits ou la remise en vente d'articles provenant de lots rappelés.

Cette situation où l'information ne parvient pas aux consommateurs, ou n'est pas suffisamment prise en compte par ces derniers, n'est malheureusement pas rare, comme en témoignent les accidents provoqués par des siphons culinaires dangereux qui avaient fait l'objet de mesures de retrait-rappel entre 2010 et 2014. Cette situation tragique illustre le fait que l'information sur les retraits-rappels peut ne pas parvenir à l'ensemble des consommateurs.

Plus largement, on observe au niveau européen une tendance de long terme à l'accroissement de procédures de retrait-rappel de produits depuis 2003, même si une stabilisation s'est opérée depuis 2010<sup>1</sup>. Ce phénomène concerne toutes les catégories d'acteurs économiques : grandes entreprises, ETI, PME, TPE, artisans, quel que soit son niveau dans la chaîne de commercialisation du produit : importateur, fabricant, distributeur, mandataire, fournisseur. Il concerne également de manière indifférente les produits commercialisés par circuit court, comme ceux commercialisés par circuit long, notamment ceux qui sont importés depuis un pays tiers à l'Union européenne.

Le Ministre de l'économie et des finances a donc demandé le 16 janvier 2018 au Conseil National de la Consommation d'installer un groupe de travail destiné à faire des propositions d'action sur deux aspects :

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

## 2 MANDAT ET DÉROULEMENT DES TRAVAUX

---

Le Conseil National de la Consommation a adopté un mandat portant création d'un groupe de travail relatif à l'amélioration de l'effectivité des retraits-rappels de produits dangereux.

La présidence de ce groupe a été confiée à M. Axel THONIER, Mme Delphine RUEL et M. Emmanuel KOEN, de la DGCCRF.

---

<sup>1</sup> Source : Rapport annuel RAPEX 2016

Ont été désignés comme rapporteurs :

- pour le collège des associations de défense des consommateurs : M. Jean-Yves MANO, Président de l'association Consommation, Logement, Cadre de Vie (CLCV) ;
- pour le collège des organisations professionnelles : Mme Émilie TAFOURNEL, Directrice qualité de la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD).

## 2.1 Objectifs

Les objectifs de ce groupe étaient de mettre en avant les bonnes pratiques existantes et faire des recommandations sur les sujets suivants :

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

- 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**

- 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.

## 2.2 Déroulement des travaux

Le groupe s'est réuni à huit reprises entre fin mars et fin juin 2018. Il a procédé à des auditions d'experts et de professionnels.

# CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Des représentants de la DGCCRF, de l'Institut National de la Consommation (INC), de la direction générale de l'alimentation (DGAL) du ministère de l'agriculture et de l'alimentation (MAA) et du Conseil national de l'alimentation (CNA), de la direction générale de la santé (DGS) du ministère des solidarités et de la santé (MSS) ont également participé aux travaux.

La liste des participants figure en annexe au présent rapport.

## 2.3 Thèmes de travail et auditions

Dates	Communications
<b>26/03/2018</b>	« Analyse de la problématique du mandat, agenda et méthode de travail » <ul style="list-style-type: none"><li>- Présentation d'ouverture des travaux par M. Emmanuel KOEN, et M. Axel THONIER (DGCCRF)</li></ul>
<b>06/04/2018</b>	« Le cadre des retraits-rappels », par Mme Delphine RUEL, Mme Roselyne HUREAUX-ROY et M. Emmanuel KOEN (DGCCRF) <ul style="list-style-type: none"><li>- Présentation du cadre réglementaire et juridique de la sécurité des produits de consommation courante alimentaires et non-alimentaires et de la gestion des alertes</li><li>- Outils administratifs à disposition des professionnels</li><li>- Acteurs nationaux et européens</li><li>- Statistiques</li><li>- Spécificités des places de marché</li></ul> « Process de gestion des retraits-rappels », par M. Stéphane DUFORT, Direction Qualité, Groupe Carrefour <ul style="list-style-type: none"><li>- Présentation des modalités d'organisation et de mise en œuvre des retraits-rappels dans une grande enseigne de la distribution</li><li>- Échanges sur les bonnes pratiques et les facteurs de succès d'un retrait-rappel</li></ul>
<b>17/04/2018</b>	« Belcrisis » par Mme Virginie RIVAS, Direction Affaires Réglementaire & Sécurité des Aliments, Groupe BEL <ul style="list-style-type: none"><li>- Présentation des modalités d'organisation et mise en œuvre des procédures de retrait-rappel par un grand producteur agro-alimentaire</li><li>- Échanges sur les bonnes pratiques et les facteurs de succès d'un retrait-rappel</li></ul> « Présentation des standards GSI pour faciliter l'interopérabilité des entreprises » par M. Xavier BARRAS, Directeur des opérations, GSI France « Comment redonner confiance au consommateur ? » par M. Philippe LEROUX, Directeur général, Fondation Avril <ul style="list-style-type: none"><li>- Présentation par une entité spécialisée dans la standardisation et par une fondation intéressée par les usages possibles des modalités techniques d'identification et de traçabilité des produits au moyen des codes-barres et DataMatrix</li><li>- Perspectives d'évolution vers une traçabilité accrue</li></ul>

<p><b>27/04/2018</b></p>	<p>« Retrait de produits cosmétiques : notre expérience » par M. Pierre CONTRERAS, Pharmacien, Pierre Fabre Dermo Cosmétique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation des modalités d'organisation et mise en œuvre des procédures de retrait-rappel par un grand producteur non-alimentaire</li> <li>– Échanges sur les bonnes pratiques et les facteurs de succès d'un retrait-rappel</li> </ul> <p>« Register my appliance » par M. Patrick LE DEVEHAT, Directeur technique, GIFAM (Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation d'une initiative britannique d'enregistrement des produits par les consommateurs auprès des fabricants afin d'améliorer la traçabilité des clients et de faciliter la communication en cas de retrait-rappel</li> </ul>
<p><b>28/05/2018</b></p>	<p>« Synthèse des débats des séances précédentes portant sur les mesures internes d'amélioration de l'effectivité », par M. Axel THONIER (DGCCRF)</p> <p>« Expériences étrangères en matière de retraits-rappels de produits – cas de l'Australie, du Royaume-Uni et des États-Unis » par M. Axel THONIER (DGCCRF)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation de comparaisons internationales</li> </ul> <p>« Oulah ! » par M. Franck VALAYER, créateur du site Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation d'une initiative citoyenne visant à recenser et centraliser, à titre de service gracieux pour le public, les informations disponibles sur les retraits-rappels de produits en France</li> <li>– Échanges sur les moyens de communication et la difficulté de recenser l'information</li> </ul> <p>« Affichage et transmission de l'information concernant les rappels produits » par Mme Émilie TAFOURNEL, Directrice qualité, FCD (Fédération du commerce et de la distribution)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation des procédures mises en œuvre par les enseignes de la distribution</li> <li>– Préconisations</li> </ul>
<p><b>06/06/2018</b></p>	<p>« Présentation du dispositif DP-Rappels » par Mme Carine WOLF-THAL, Présidente du Conseil national de l'ordre des pharmaciens (CNOP)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation des procédures de retrait-rappel pour des produits relevant de réglementations et de circuits de distribution spécifiques (médicaments, dispositifs médicaux) ; monopole officinal ; rôle du Dossier pharmaceutique</li> <li>– Traitement plus classique des produits ne relevant pas du monopole officinal (laits, compléments alimentaires, etc.)</li> </ul>

	<p>« Activité défauts qualité » par Mme Céline MOUNIER, Directrice Adjointe &amp; Mme Dominique DEBOURGES, Chef de Pôle Défauts qualité/Ruptures de stock, Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé (ANSM)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation de la gestion des retraits-rappels de médicaments et dispositifs médicaux</li> </ul> <p>« Gestion des rappels/alertes en Ville » par Mme Florence OLLE, SNITEM (Syndicat National de l'Industrie des Technologies Médicales) &amp; Mme France LETARD, société COLOPLAST</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cas concrets de retraits-rappels de dispositifs médicaux par un fabricant</li> </ul>
11/06/2018	<p>« Rappel de produits : politique de communication de la DGAL » par Mme Laurence DELVA, chef du service de l'Alimentation &amp; Mme Marie-Pierre DONGUY, Chef de la mission des urgences sanitaires (MUS), Direction générale de l'alimentation, Ministère de l'agriculture et de l'alimentation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation d'un retour d'expérience portant sur le cas de contamination de fromages à Salmonella Dublin 2015/2016</li> <li>– Travaux en cours sur l'information des parties prenantes</li> </ul> <p>« Information client en cas de rappel produit » par Mme Laetitia DORLA, GIE Cartes Bancaires &amp; M. Jérôme RAGUENES, Fédération bancaire française</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation des réflexions de la profession bancaire sur la possibilité d'utiliser les coordonnées bancaires des consommateurs dans le cadre d'une procédure de retrait-rappel de produit</li> </ul> <p>« Retrait-rappel et Marketplace » par M. Marc LOLIVIER, Délégué général, FEVAD (Fédération e-commerce et vente à distance)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Présentation du statut et des obligations des places de marché</li> </ul> <p>« Site unique de recensement des retraits-rappels de produits », par M. Axel THONIER et le Bureau 5A (DGCCRF)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Comparaisons internationales</li> </ul>
25/06/2018	<p>Examen du rapport et de l'avis relatifs à l' « Amélioration de l'efficacité des procédures de retrait-rappel des produits de consommation courante »</p>

### 3 TERMINOLOGIE

Sur un sujet aussi vaste et complexe, la terminologie revêt une importance cruciale afin de bien sérier les problématiques et d'apporter les réponses adéquates. En effet, les différentes notions ne doivent pas être confondues.



Il est par ailleurs rappelé que certains produits (médicaments, dispositifs médicaux) font l'objet, en raison de leur nature intrinsèque et de leur criticité, de définitions et de réglementations spécifiques en matière de retraits-rappels, qui ne sont pas reprises ici.

---

## ACTEURS ET TRACABILITE

---

**Producteur (au sens du code de la consommation) :** a) Le fabricant du produit, lorsqu'il est établi dans l'Union européenne et toute autre personne qui se présente comme fabricant en apposant sur le produit son nom, sa marque ou un autre signe distinctif, ou celui qui procède à la remise en état du produit ; b) Le représentant du fabricant, lorsque celui-ci n'est pas établi dans l'Union européenne ou, en l'absence de représentant établi dans l'Union européenne, l'importateur du produit ; c) Les autres professionnels de la chaîne de commercialisation, dans la mesure où leurs activités peuvent affecter les caractéristiques de sécurité d'un produit.

**Lot de produits (article R. 112-2 du code de la consommation) :** « Une denrée alimentaire ne peut être commercialisée que si elle est accompagnée d'une mention qui permet d'identifier le lot auquel elle appartient. On entend par “ lot ” un ensemble d'unités de vente d'une denrée alimentaire qui a été produite, fabriquée ou conditionnée dans des circonstances pratiquement identiques. Le lot est déterminé par le producteur, fabricant ou conditionneur de la denrée alimentaire, ou par le premier vendeur établi à l'intérieur de l'Union européenne. La mention permettant d'identifier le lot est déterminée et apposée sous la responsabilité de l'un ou l'autre de ces opérateurs. Elle est précédée par la lettre “ L ”, sauf dans le cas où elle se distingue clairement des autres mentions d'étiquetage.

Il convient donc de noter que la traduction de la définition légale du lot et son application à un produit donné relève de la responsabilité du producteur.

En matière non-alimentaire, certains produits sont tenus par leur réglementation de présenter un numéro de lot (par exemple, les produits cosmétiques, les produits de construction, etc.) mais il ne s'agit pas d'une obligation générale s'appliquant à l'ensemble des produits non-alimentaires. Pour ces produits, il convient donc de se référer aux réglementations applicables.

**GSI France :** Anciennement GENCOD EAN France ou GENCOD, est une société anonyme à directoire et conseil de surveillance à but non lucratif, émanation locale de l'organisme international GSI, présent dans 111 pays. GSI a vocation à promouvoir les standards permettant aux entreprises de communiquer entre elles.

**EAN / GTIN / GENCODE :** Le code EAN (European Article Numbering) est un code d'identification d'objets utilisé par le commerce et l'industrie conformément aux spécifications d'EAN International, organisme aujourd'hui remplacé par GSI. Ce code est également connu sous l'appellation ancienne de GENCODE. Il est désormais connu officiellement sous le nom de code GTIN (Global Trade Item Number). Il existe différents formats de codes EAN/GTIN selon la quantité d'information véhiculée :

- codes-barres : EAN / GTIN 8, 12, 13, 14, etc. ;
- codes à deux dimensions : GSI DataMatrix ; celui-ci véhicule davantage d'information.

**EAN13 :** Le code EAN13, très fréquemment utilisé, est souvent structuré de la manière suivante : 3 chiffres pour désigner le pays, 5 chiffres pour désigner le fabricant au sein du pays, 5 chiffres pour désigner le produit chez le fabricant. Le 13<sup>ème</sup> chiffre correspond à une clé de contrôle qui sert à valider le code-barres. Le code EAN13 ne comporte donc pas de possibilité de coder le numéro de lot.

**Distributeur (au sens du code de la consommation) :** Tout professionnel de la chaîne de commercialisation dont l'activité n'a pas d'incidence sur les caractéristiques de sécurité du produit.

**Mise sur le marché :** Première mise à disposition d'un produit sur le marché de l'Union européenne (que celle-ci soit à titre onéreux ou gratuit).

**Mise à disposition sur le marché :** Toute fourniture d'un produit destiné à être distribué, consommé ou utilisé sur le marché de l'Union européenne dans le cadre d'une activité commerciale, à titre onéreux ou gratuit.

**Place de marché :** Les places de marché (« Marketplace ») sont des opérateurs économiques ayant le statut d'hébergeurs de contenus sur Internet qui ont un rôle d'intermédiaire entre vendeurs et acheteurs ; les consommateurs peuvent acheter les produits d'un grand nombre de vendeurs sur un seul site web. Les vendeurs utilisent la place de marché pour proposer leurs produits ; la plupart des vendeurs proposent plusieurs produits et une même référence de produit peut être proposée par plusieurs vendeurs. La place de marché héberge les annonces, gère les transactions, et peut offrir divers services (stockage, expédition, gestion des litiges, gestion des retours).

**Traçabilité :** La capacité à retracer le parcours d'un produit, depuis sa fabrication jusqu'à sa vente au détail.

**Traçabilité ascendante :** La capacité, en tout point de la chaîne d'approvisionnement, à retrouver l'origine et les caractéristiques d'un produit à partir d'un ou plusieurs critères donnés. La traçabilité ascendante permet de retrouver la cause d'un problème de qualité ou de sécurité.

**Traçabilité interne :** La capacité à retracer le parcours d'un produit en interne de l'entreprise.

**Traçabilité descendante :** La capacité, en tout point de la chaîne d'approvisionnement, à retrouver la localisation de produits à partir d'un ou plusieurs critères donnés. La traçabilité descendante permet le rappel ou le retrait de produits.

---

### **PRODUIT SÛR / PRODUIT DANGEREUX**

---

**Produit sûr au sens de la Directive sur la sécurité générale des produits (DSGP, Directive 2001/95/CE) :** Tout produit qui, dans des conditions d'utilisation normales ou raisonnablement prévisibles, y compris de durée et, le cas échéant, de mise en service, d'installation et de besoins d'entretien, ne présente aucun risque ou seulement des risques réduits à un niveau bas compatibles avec l'utilisation du produit et considérés comme acceptables dans le respect d'un niveau élevé de protection de la santé et de la sécurité des personnes, compte tenu, en particulier des caractéristiques du produit, de sa présentation, son étiquetage, des avertissements et instructions éventuels, des catégories de consommateurs concernés.

**Produit dangereux au sens de la Directive sur la sécurité générale des produits (DSGP, Directive 2001/95/CE) :** Tout produit qui ne répond pas à la définition de « produit sûr ».

**Denrée alimentaire dangereuse au sens du règlement 178/2002 :** Si, compte tenu des conditions d'utilisation normales de la denrée par le consommateur, de l'information fournie au consommateur, elle est considérée, comme : a) préjudiciable à la santé (compte tenu de l'effet probable immédiat et/ou à court terme et/ou à long terme de cette denrée sur la santé, des effets toxiques

cumulatifs probables, des sensibilités sanitaires particulières d'une catégorie spécifique de consommateurs à qui la denrée est destinée) ; b) impropre à la consommation humaine (inacceptable pour la consommation humaine compte tenu de l'utilisation prévue, pour des raisons de contamination, d'origine externe ou autre, ou par putréfaction, détérioration ou décomposition).

---

## **OBLIGATIONS GENERALES DE CONFORMITE ET DE SECURITE**

---

**Obligation générale de conformité (article L. 411-1 du code de la consommation) :** « Dès la première mise sur le marché, les produits et les services doivent répondre aux prescriptions en vigueur relatives à la sécurité et à la santé des personnes, à la loyauté des transactions commerciales et à la protection des consommateurs. Le responsable de la première mise sur le marché d'un produit ou d'un service vérifie que celui-ci est conforme aux prescriptions en vigueur ».

**Obligation générale de sécurité (article L. 421-3 du code de la consommation) :** « Les produits et les services doivent présenter, dans des conditions normales d'utilisation ou dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes. »

---

## **ALERTE, DANGER, RISQUE, CRISE, MESURES DE GESTION**

---

**Alerte :** Information sur la dangerosité d'un produit de consommation dont l'absence de traitement rapide peut nuire à la santé et/ou à la sécurité des consommateurs.

**Danger (au titre de la législation sur les produits alimentaires) :** Agent biologique, chimique ou physique présent dans un produit, ou un état de ce produit, pouvant avoir un effet néfaste sur la santé ou la sécurité du produit.

**Danger (au titre de la législation sur les produits non alimentaires) :** source potentielle d'effet dommageable.

**Effet dommageable :** Une blessure physique ou tout autre effet néfaste pour la santé, en ce compris les effets à long terme

**Risque (au titre de la législation sur les produits alimentaires) :** Fonction de la probabilité d'apparition, et de la gravité, d'un effet néfaste pour la santé ou la sécurité du fait de la présence d'un danger.

**Risque (au titre de la législation sur les produits non alimentaire) :** un taux probable de fréquence d'un danger causant un effet dommageable et le degré de gravité de ce dernier.

**Crise :** Situation de risque tant sanitaire qu'économique, réel ou supposé, qui crée une inquiétude collective et a des répercussions sur l'organisation habituelle (par exemple une modification soudaine des priorités et des temps de décision plus courts). Cette situation est aggravée par un contexte sensible et requiert donc un traitement en urgence. La dimension médiatique en est une composante essentielle.

**Gestion des alertes**, celle-ci consiste à :

- faire cesser au plus vite l'exposition des consommateurs au risque ;
- prévenir, limiter, contrôler la commercialisation et l'utilisation du produit en cause (actions préventives, restrictives ou correctives) ;
- communiquer sur les risques encourus.

Sa mise en œuvre suppose de surveiller le marché de manière efficace, de détecter de manière précoce les situations qui sont susceptibles d'appeler une réaction rapide et adaptée, et de communiquer sur les risques encourus.

**Retrait** : Toute mesure visant à empêcher la mise à disposition sur le marché d'un produit de la chaîne d'approvisionnement.

**Retrait-Rappel** : toute mesure visant à obtenir le retour d'un produit qui a déjà été mis à la disposition de l'utilisateur final.

**Signalement** : Déclaration d'un professionnel (article L. 423-3 du code de la consommation et articles 19 et 20 du Règlement (CE) n° 178/2002) avertissant les autorités compétentes de la dangerosité d'un produit qu'il a mis sur le marché et des mesures prises pour y remédier. Le signalement peut être réalisé sur la « Business Gateway » (non alimentaire) ou via un formulaire à transmettre directement à la DDI compétente (alimentaire).

---

## SYSTEMES EUROPEENS D'ECHANGE D'INFORMATIONS

---

**Réseau RASFF** : Système européen d'échange rapide d'informations entre États membres pour les produits alimentaires, y compris ceux destinés à l'alimentation animale et les matériaux au contact des denrées alimentaires.

**Réseau RAPEX** : Système européen d'échange rapide d'informations entre États membres pour les produits non-alimentaires.

## 4 RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR

---

### 4.1 Obligations fixées par la législation alimentaire

La législation applicable aux denrées alimentaires et aux aliments pour animaux mis sur le marché est en grande partie harmonisée dans l'Union européenne (4.1.1.). Cette réglementation vise à établir une politique de sécurité sanitaire des aliments transversale pour assurer la protection de la santé du consommateur. Elle repose sur une approche globale qui suppose une couverture complète de la chaîne alimentaire ainsi que sur une séparation de l'évaluation et de la gestion des risques. Elle repose également sur une responsabilisation des professionnels à travers notamment la diffusion de la méthode HACCP (« Analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise »). Pour assurer la sécurité sanitaire des aliments, cette législation fixe des obligations et des principes qui s'appliquent aussi bien aux opérateurs économiques qu'aux administrations de contrôle (4.1.2).

## 4.1.1 Une législation harmonisée au niveau de l'Union européenne

La législation alimentaire est composée de plusieurs règlements européens couramment regroupés sous le terme « paquet hygiène ». Ces textes, entrés en application le 1er janvier 2006, établissent des règles applicables à toutes les denrées alimentaires et à tous les acteurs du secteur alimentaire, y compris ceux de l'alimentation animale :

- Le **règlement (CE) n°178/2002**, couramment appelé « Food Law », constitue le socle de la législation alimentaire : il en établit les principes généraux (cf. partie 4.1.2.). Il institue également l'AESA (Autorité Européenne de Sécurité des Aliments) et le réseau d'alerte rapide européen RASFF. Ce règlement s'applique aussi bien aux exploitants du secteur alimentaire et de l'alimentation animale qu'aux autorités de contrôle.
- Le **règlement (CE) n°852/2004** établit des règles générales d'hygiène applicables à toutes les denrées alimentaires. Il s'applique aux exploitants du secteur alimentaire.
- Le **règlement (CE) n°853/2004** établit des règles spécifiques d'hygiène applicables aux produits d'origine animale. Ces règles viennent compléter celles qui sont fixées dans le règlement n°852/2004. Ce règlement s'applique aux exploitants du secteur alimentaire.
- Le **règlement (CE) n°183/2005** établit des exigences en matière d'hygiène des aliments pour animaux. Il établit des règles générales d'hygiène depuis la production primaire des aliments pour animaux jusqu'à l'alimentation des animaux producteurs de denrées. Il établit également les conditions et les modalités permettant d'assurer la traçabilité des aliments pour animaux.
- Le **règlement (CE) n°882/2004** établit les règles générales s'appliquant aux services officiels dans le cadre de leurs contrôles de la conformité avec la législation sur les aliments pour animaux et les denrées alimentaires (prévention ou élimination des risques pour les hommes et les animaux, loyauté des pratiques et protection des intérêts des consommateurs). Les dispositions de ce règlement ont été révisées récemment : le nouveau règlement UE 625/2017 remplacera prochainement le règlement (CE) n°882/2004.
- Le **règlement (CE) n°854/2004** définit les règles spécifiques s'appliquant aux services de contrôle inspectant les établissements soumis au règlement (CE) n°853/2004.

Les dispositions prévues par ces différents règlements sont complétées par des réglementations sectorielles spécifiques. Ces réglementations complémentaires viennent préciser les exigences auxquelles les denrées et aliments pour animaux mis sur le marché doivent répondre (étiquetage/information du consommateur, teneurs maximales en certains contaminants et résidus de pesticides, additifs autorisés, etc.). Dans les quelques secteurs qui ne sont pas totalement harmonisés, des dispositions nationales peuvent compléter cette législation. La structure de la législation alimentaire est en figure 1.

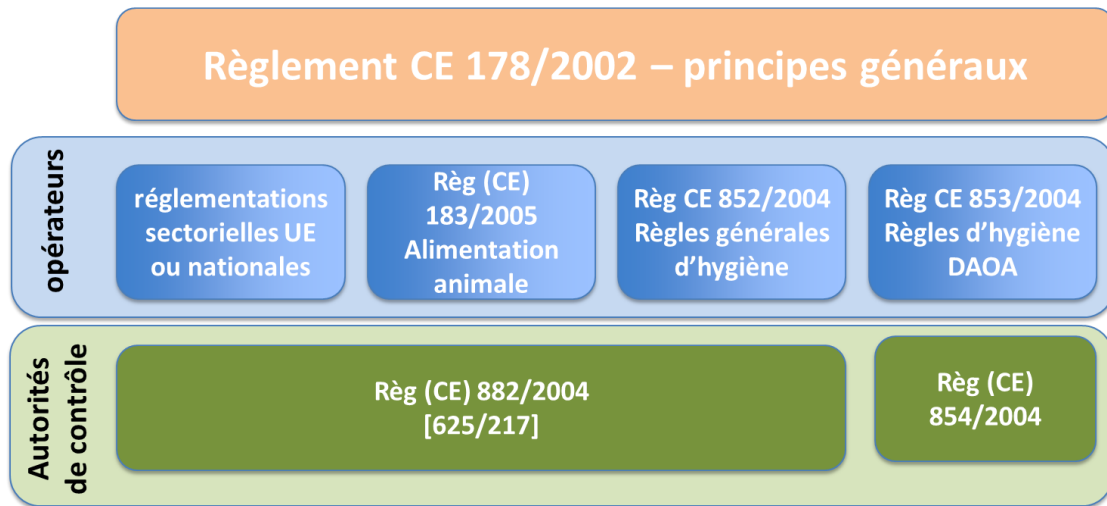


Figure I. Législation alimentaire

#### 4.1.2 La législation alimentaire fixe des principes et obligations concernant notamment la mise en œuvre des procédures de retrait-rappel par les opérateurs

Les principes généraux de la législation sur les denrées alimentaires et les aliments pour animaux sont énoncés dans le règlement CE 178/2002. Ce règlement constitue un cadre couvrant toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution des aliments ainsi que des aliments produits pour les animaux producteurs d'aliments. Il fixe un certain nombre de grands principes tels que le principe de recours à l'analyse des risques par les autorités compétentes et de séparation entre l'évaluation et la gestion des risques, le principe de précaution ou encore le principe de transparence.

Ce règlement définit **des obligations spécifiques aux professionnels et notamment :**

- 1) **L'obligation de mettre sur le marché des denrées sûres** (article 14 §1). Le règlement précise en effet qu' « aucune denrée alimentaire n'est mise sur le marché si elle est dangereuse ».
- 2) **L'obligation d'établir la traçabilité amont/aval des produits** à toutes les étapes de production, transformation et distribution (article 18). Cette traçabilité est indispensable pour garantir si nécessaire l'efficacité des procédures de retrait-rappel.
- 3) **L'obligation d'action des exploitants en cas de risque associé à des produits qu'ils ont mis sur le marché** (articles 19 et 20). Cette obligation impose aux opérateurs de réaliser une analyse de risque et, si nécessaire, d'engager des procédures de retrait-rappel lorsque des denrées ou aliments pour animaux mis sur le marché ne répondent pas aux prescriptions relatives à la sécurité des denrées alimentaires et qu'ils ne sont plus sous leur contrôle direct. Ils doivent dans ce cas informer et collaborer avec les autorités. Ils doivent également informer les consommateurs.

## 4.2 Obligation générale de conformité et de sécurité des produits non alimentaires

La directive 2001/95/CE sur la sécurité générale des produits impose aux professionnels une **obligation générale de sécurité** (article 3) : « les producteurs sont tenus de ne mettre sur le marché que des produits sûrs. »

Cette obligation est transposée à l'article L. 421-3 du code de la consommation : « Les produits et les services doivent présenter, dans des conditions normales d'utilisation ou dans d'autres conditions raisonnablement prévisibles par le professionnel, la sécurité à laquelle on peut légitimement s'attendre et ne pas porter atteinte à la santé des personnes. »

La notion de « conditions raisonnablement prévisibles » permet de prendre en compte des usages particuliers du produit, notamment s'ils sont destinés à certaines catégories d'utilisateurs tels que des enfants, susceptibles par exemple d'imaginer à des fins ludiques des usages du produit allant au-delà des conditions normales d'utilisation initialement prévus par le professionnel.

L'article 5 de la directive 2001/95/CE établit les obligations des producteurs et des distributeurs : informer immédiatement les autorités administratives compétentes, indiquer les actions engagées pour prévenir les risques.

L'article 8 établit les obligations des autorités compétentes : mettre en œuvre des moyens de surveillance des marchés, se doter d'un dispositif de sanctions efficaces.

Pour les produits non-alimentaires harmonisés, la directive 2001/95 ne trouve pas à s'appliquer car la sécurité des produits est généralement assurée par la réglementation européenne sectorielle. Pour ces produits réglementés au niveau européen, la directive 2001/95 doit être considérée comme un « filet de sécurité » si certains aspects de sécurité n'étaient pas couverts par ailleurs.

Ainsi, pour les produits harmonisés, les règles sont celles fixées dans chaque texte sectoriel européen, et leur mise en œuvre est garantie par l'article 20 du Règlement 765/2008 sur la surveillance du marché pour la commercialisation des produits.

Ces éléments sont complétés par le code de la consommation, qui impose aux producteurs et distributeurs de prendre toute mesure utile pour respecter l'ensemble des obligations de sécurité (article L. 421-4).

Par ailleurs, les réglementations européennes sectorielles imposent des exigences de conformité des produits pour assurer le respect de tous les intérêts publics protégés au niveau européen (ex : protection de l'environnement, protection de la santé au travail, ordre public, etc.)

Le respect de ces intérêts publics protégés par la réglementation transparait dans **l'obligation générale de conformité**, posée aux articles L. 411-1 et L. 411-2 du code de la consommation, qui rappelle que les professionnels sont tenus d'informer sans délais et par tout moyen les opérateurs situés en amont et en aval de toute non-conformité à la réglementation portant sur une qualité substantielle :

- Article L. 411-1 : Dès la première mise sur le marché, les produits et les services doivent répondre aux prescriptions en vigueur relatives à la sécurité et à la santé des personnes, à la loyauté des transactions commerciales et à la protection des consommateurs. Le responsable de la première mise sur le marché d'un produit ou d'un service vérifie que celui-ci est conforme

aux prescriptions en vigueur. À la demande des agents habilités, il justifie des vérifications et contrôles effectués.

- Article L. 411-2 : Tout opérateur ayant connaissance, après avoir acquis ou cédé des produits, d'une non-conformité à la réglementation portant sur une qualité substantielle de tout ou partie de ces produits, en informe sans délai, par tous moyens dont il peut justifier, celui qui lui a fourni ces produits et ceux à qui il les a cédés.

De manière générale, le code de la consommation impose aux **producteurs** de s'organiser pour être en capacité de prendre toutes les mesures utiles pour maîtriser les risques, y compris **le retrait ou le rappel des produits mis sur le marché** :

- Article L. 423-2 Le producteur adopte les mesures qui, compte tenu des caractéristiques des produits qu'il fournit, lui permettent :
  - 1° De se tenir informé des risques que les produits qu'il commercialise peuvent présenter.
  - 2° D'engager les actions nécessaires pour maîtriser ces risques, y compris le retrait du marché, la mise en garde adéquate et efficace des consommateurs ainsi que le rappel auprès des consommateurs des produits mis sur le marché.
  - Ces mesures peuvent notamment consister en la réalisation d'essais par sondage ou en l'indication sur le produit ou son emballage d'un mode d'emploi, de l'identité et de l'adresse du producteur, de la référence du produit ou du lot de produits auquel il appartient. Ces indications peuvent être rendues obligatoires par arrêté du ministre chargé de la consommation et du ou des ministres intéressés.

**Les producteurs et les distributeurs** sont par ailleurs tenus de mettre en œuvre toute action nécessaire pour prévenir les risques et d'en informer les autorités de surveillance de marché :

- Article L. 423-3 Lorsqu'un producteur ou un distributeur sait que des produits destinés aux consommateurs qu'il a mis sur le marché ne répondent pas aux exigences énoncées à l'article L. 421-3, il engage les actions nécessaires pour prévenir les risques pour les consommateurs et en informe immédiatement les autorités administratives compétentes. Les modalités de cette information sont définies par arrêté du ministre chargé de la consommation et des ministres intéressés. Le producteur ou le distributeur ne peut s'exonérer de ses obligations en soutenant n'avoir pas eu connaissance des risques qu'il ne pouvait raisonnablement ignorer.

**Les distributeurs** sont tenus de retirer du marché tout produit dont ils savent qu'ils présentent un risque, et doivent également coopérer aux actions engagées :

- Article L. 423-4 Les distributeurs s'interdisent de fournir des produits dont ils savent, sur la base des informations en leur possession et en leur qualité de professionnel, qu'ils ne satisfont pas aux obligations de sécurité définies au présent titre. En outre, dans les limites de leurs activités respectives, les distributeurs participent au suivi de la sécurité des produits mis sur le marché par la transmission des informations concernant les risques liés à ces produits, par la tenue et la fourniture des documents nécessaires pour assurer leur traçabilité, ainsi que par la collaboration aux actions engagées par les producteurs et les autorités administratives compétentes, pour éviter les risques.



## 4.3 Réglementation spécifique aux places de marché

(Cf. Directive sur le commerce électronique 2000/31/CE transposée par la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique)

Les places de marché n'ont qu'une responsabilité limitée, la place n'étant ni propriétaire du produit proposé, ni partie à la transaction. Elle est considérée comme un éditeur de contenu. À ce titre : elle doit intervenir promptement pour supprimer ou rendre inaccessible les contenus illicites dont elle a effectivement connaissance et conscience pour dégager sa responsabilité (procédure dite de « notification et action » pour chaque signalement d'un produit non-conforme ou dangereux ; le produit ainsi signalé n'est pas censé réapparaître dans une nouvelle annonce). Toutefois, un signalement ne vaut que pour un modèle de produit : il n'existe pas d'obligation de surveillance systématique des contenus similaires mis en ligne.

La place de marché est exemptée de toute autre responsabilité quant à la distribution de produits non-conformes et/ou dangereux ; elle n'est pas assimilée à un distributeur.

## 5 SANCTIONS APPLICABLES

---

**Les sanctions encourues** par les opérateurs en cas de non-respect de leurs obligations sont précisées dans les articles suivants du code de la consommation (version en vigueur à la date de remise du rapport) :

- ✓ Non-respect de l'obligation de signalement (article R. 452-2 du code de la consommation) :
  - Le fait de ne pas informer les autorités administratives compétentes des actions engagées en application de l'article L. 423-3 est puni de l'amende prévue pour les contraventions de la 5<sup>ème</sup> classe. La récidive est réprimée conformément aux dispositions des articles 132-11 et 132-15 du code pénal.
- ✓ Non mise en œuvre d'une procédure de retrait-rappel
  - Pour un produit d'origine animale (article L. 237-2 du code rural et de la pêche maritime) : quatre ans d'emprisonnement et une amende de 600 000 euros, dont le montant peut être porté à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel.
  - Pour une denrée alimentaire, autre qu'un produit d'origine animale (article L. 452-5 du code de la consommation) : cinq ans d'emprisonnement et une amende de 600 000 euros, dont le montant peut être porté à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel.
- ✓ Non-respect des injonctions des agents de contrôle (article L. 532-2 du code de la consommation) : deux ans d'emprisonnement et 15 000 euros d'amende, 30 000 euros lorsque les produits ou services sont susceptibles de présenter un danger pour la santé publique ou la sécurité des consommateurs.
- ✓ Non-exécution des mesures ordonnées (article L. 532-3 du code de la consommation) : deux ans d'emprisonnement et 15 000 euros d'amende, 30 000 euros lorsque les produits ou services sont susceptibles de présenter un danger pour la santé publique ou la sécurité des consommateurs.

- ✓ Tromperie (tous les produits) (article L. 441-I du code de la consommation) :
  - Il est interdit pour toute personne, partie ou non au contrat, de tromper ou tenter de tromper le contractant, par quelque moyen ou procédé que ce soit, même par l'intermédiaire d'un tiers : [...] 3° Soit sur l'aptitude à l'emploi, les risques inhérents à l'utilisation du produit, les contrôles effectués, les modes d'emploi ou les précautions à prendre.
  - Les dispositions du présent article sont également applicables aux prestations de services.
  - La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-I est punie d'une peine d'emprisonnement de deux ans et d'une amende de 300 000 euros.
  
- ✓ Tromperie aggravée (article L. 454-3 du code de la consommation) :
  - La violation de l'interdiction prévue à l'article L. 441-I est punie d'une peine d'emprisonnement de sept ans et d'une amende de 750 000 euros si le délit ou la tentative de délit : 1° A eu pour conséquence de rendre l'utilisation de la marchandise dangereuse pour la santé de l'homme ou de l'animal ; 2° A été commis en bande organisée.

**Le groupe de travail prend acte de l'intention du Ministre de l'économie et des finances de renforcer et d'harmoniser le régime des sanctions applicables.**

## 6 RAPPORT DE SYNTHÈSE DES TRAVAUX

---

### 6.1 Avant-propos

Il est précisé que les synthèses et recommandations ci-après portent sur les situations de retraits-rappels de produits à raison de leur dangerosité, et non du fait de simples défauts de qualité qui n'impliqueraient aucune conséquence sur la sécurité du produit.

Tout ou partie des secteurs professionnels ont formulé des propositions afin d'améliorer les procédures de retraits-rappels en termes d'effectivité. Ces propositions sont soit intégrées dans les recommandations formulées au nom du CNC, soit développées en fin de paragraphe et en italique. Le collège des associations de défense des consommateurs a également formulé des recommandations complémentaires lorsque cela lui est apparu pertinent.

Les propositions formulées dans ce document sont, pour la plupart d'entre elles, portées par une majorité de secteurs professionnels. Il convient de garder à l'esprit que chaque secteur peut y travailler individuellement ou en association avec d'autres secteurs, mais également selon son propre calendrier. En effet, ceci se justifie par la spécificité de certains produits, procédures et outils. Enfin, certaines de ces propositions ne sont pas adaptées à une mise en œuvre par tous les secteurs, pour des raisons de coûts ou en raison de contraintes technologiques, ce qui n'empêche pas que des solutions adaptées et proportionnées à la situation doivent être recherchées.

De manière générale, les deux collèges soulignent que les travaux se sont déroulés dans une optique de convergence de points de vue et se félicitent du consensus obtenu.

### 6.2 Principes directeurs

À titre liminaire, le CNC rappelle l'importance d'un certain nombre de points utiles dans le cadre de la gestion des risques et des alertes.

En premier lieu, le CNC rappelle que, dans le cadre de processus de production, que ceux-ci soient industriels ou artisanaux, **le « risque zéro » n'existe pas** : celui-ci demeure un objectif vers lequel il convient de tendre. Ceci implique donc de disposer d'une méthodologie précise de gestion des dangers susceptibles d'entraîner un risque grave.

Tel est le sens des **obligations légales qui pèsent sur les professionnels** en application du droit de l'Union européenne : si ceux-ci ont, d'une part, l'obligation de ne mettre sur le marché que des produits sûrs, ils ont également, de manière indissociable, l'obligation de s'organiser pour faire face aux alertes et aux crises qui peuvent survenir.

En deuxième lieu, le CNC souligne **le principe de prévention et d'anticipation**, qui correspond au demeurant à une obligation légale qui s'impose aux professionnels. En application de ce principe, il est notamment nécessaire de procéder à des analyses de risque et de mettre en place des procédures de gestion des retraits-rappels et de gestion de crise (ainsi, en agro-alimentaire, ces procédures sont intégrées au Plan de Maîtrise Sanitaire - PMS).

En troisième lieu, le CNC rappelle **le principe de proportionnalité ou de réponse graduée** aux risques, alertes et crises, qui se traduit par la proportionnalité des mesures adoptées à tous les niveaux. Celui-ci se justifie par un double objectif :

- d'une part, ne pas minimiser des situations d'importance majeure, au risque que celles-ci se transforment en crises sanitaires dont la gestion serait rendue complexe par un défaut de prise en compte correcte au départ ; en outre, une sous-estimation erronée de la gravité potentielle d'une situation est susceptible de conduire à une aggravation de l'accidentologie ;
- et, d'autre part, ne pas mettre en œuvre des mesures excessives, notamment en ce qui concerne la communication vis-à-vis du public, de manière à éviter la banalisation génératrice d'erreurs et la saturation médiatique, permettre aux consommateurs de conserver une appréciation correcte de la gravité relative de la situation, et ne pas générer un impact sur l'économie disproportionné par rapport à la réalité.

En application de ce principe, **l'ensemble des recommandations formulées par le CNC ont vocation à être mises en œuvre de manière adaptée aux profils des acteurs économiques et en fonction des situations rencontrées qui peuvent avoir été anticipées (notamment lors de la rédaction du plan de maîtrise sanitaire)**. En particulier, le niveau d'effort consenti par les professionnels concernés doit refléter le niveau de risque de la situation.

En quatrième lieu, le CNC rappelle, de manière indissociable des précédents, **le principe d'adaptabilité dynamique** aux évolutions de la situation rencontrée. L'expérience montre qu'il est en effet impossible d'anticiper la totalité des issues possibles, mais qu'une maîtrise correcte des situations réside dans la capacité à faire évoluer très rapidement les mesures de gestion.

Enfin, en cinquième et dernier lieu, le CNC se réfère au **principe de précaution**, principe équilibré qui trouve son origine dans le domaine environnemental, mais qui a également été aménagé dans le domaine de la santé en général, et dans le cadre du règlement (CE) n°178/2002 (« Food Law ») établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires, où il se trouve défini comme suit :

- *Article 7 – Principe de précaution*
  - I. Dans des cas particuliers où une évaluation des informations disponibles révèle la possibilité d'effets nocifs sur la santé, mais où il subsiste une incertitude scientifique, des mesures provisoires de gestion du risque, nécessaires pour

assurer le niveau élevé de protection de la santé choisi par la Communauté, peuvent être adoptées dans l'attente d'autres informations scientifiques en vue d'une évaluation plus complète du risque.

- 2. Les mesures adoptées en application du paragraphe 1 sont proportionnées et n'imposent pas plus de restrictions au commerce qu'il n'est nécessaire pour obtenir le niveau élevé de protection de la santé choisi par la Communauté, en tenant compte des possibilités techniques et économiques et des autres facteurs jugés légitimes en fonction des circonstances en question. Ces mesures sont réexaminées dans un délai raisonnable, en fonction de la nature du risque identifié pour la vie ou la santé et du type d'informations scientifiques nécessaires pour lever l'incertitude scientifique et réaliser une évaluation plus complète du risque.

### **6.3 Amélioration des procédures de retrait-rappel par les professionnels**

Les travaux du CNC ont permis de formuler les recommandations suivantes sur le plan de l'organisation des professionnels.

Si certaines d'entre elles sont de nature fondamentalement obligatoire, notamment celles qui découlent du respect des obligations légales en matière de sécurité des produits, d'autres ont au contraire vocation à être considérées comme un ensemble de bonnes pratiques constituant une « boîte à outils » et à être mises en œuvre de manière proportionnée en fonction de la gravité de la situation.

Les recommandations du présent rapport peuvent ainsi être modulées et adaptées selon le secteur de l'opérateur ou ses spécificités techniques.

#### ***Disposer d'outils de traçabilité performants***

Afin de satisfaire à leurs obligations légales, les professionnels doivent, en premier lieu, disposer d'outils de traçabilité performants, vers l'amont comme vers l'aval. Ils peuvent s'appuyer, pour cela, sur des outils donnant l'état des achats, des ventes et des stocks, si possible en temps réel, et comporter des éléments de nature à permettre l'identification des produits au moins jusqu'au niveau du lot de fabrication. Ces outils peuvent permettre d'effectuer des recherches de traçabilité ascendante et descendante, y compris jusqu'au point de vente, de généalogie, de stocks résiduels, de mouvements de stocks, etc. afin d'identifier les produits susceptibles de faire l'objet d'un retrait-rappel.

Par ailleurs, en application des obligations légales des professionnels, le consommateur doit être correctement informé, notamment par les informations ou mentions prévues par la réglementation. Une attention particulière doit donc être accordée à la manière de faire ressortir, de manière visible, lisible et durable, les informations de traçabilité qui figurent sur les produits eux-mêmes ou leurs emballages.

Enfin, les outils de traçabilité doivent permettre de tenir une comptabilité des retours afin de mesurer, en temps réel et ex-post, l'efficacité des retraits-rappels.

Ces dispositions concernent tout particulièrement les produits préemballés.

**Proposition du collège des organisations professionnelles :**

*Les professionnels s'engagent à travailler conjointement et avec l'organisation GSI afin d'identifier et développer une ou des solutions techniques partagées qui permettraient d'accroître l'efficacité et la rapidité des retraits-rappels via une traçabilité plus précise et rapide. Ce travail pourra être réalisé par secteur si des spécificités le nécessitent.*

*Des pistes d'actions ont d'ores et déjà été envisagées :*

- Améliorer la précision et la fiabilité des informations transmises sur les avis d'expédition (papier comme électroniques).*
- Augmenter le recours à l'utilisation d'avis d'expédition électroniques (DESADV).*

*Points de vigilance :*

- La mise en place sera graduelle car les ressources à mettre en œuvre sont importantes ; des points de situation réguliers seront nécessaires.*
- Ces futurs standards ne sont pas adaptés à toutes les entreprises, notamment certaines PME et TPE, en particulier celles qui vendent des produits non préemballés.*

**Proposition du collège des organisations professionnelles :**

*Renforcer l'information et la sensibilisation des entreprises concernant leurs obligations en termes d'affichage du numéro de lot, ainsi que l'importance de garantir la bonne visibilité et lisibilité de ce dernier.*

**Proposition du collège des associations de défense des consommateurs :**

*Envisager la possibilité de modifier les codes d'identification des produits, dès lors qu'une reformulation est opérée sur le produit.*

**Accélérer les travaux visant à améliorer à terme la traçabilité des produits industriels préemballés par le déploiement des codes d'identification produits plus détaillés**

Les auditions menées par le CNC ont permis de rappeler que les numéros de lots ne sont pas véhiculés aujourd'hui par les codes-barres à 13 chiffres (EAN13), qui sont les plus répandus.

Il arrive également fréquemment que les changements de recette d'un produit ne se traduisent pas nécessairement par un changement de code-barres, de sorte qu'un même code-barres puisse désigner en réalité plusieurs produits semblables, mais de compositions différentes.

Les entités spécialisées dans la codification des informations entre l'industrie et le commerce, telles que GSI, ont fait part au CNC de travaux en cours avec les professionnels et de la possibilité technique, qui existe déjà, d'utiliser des codes-barres étendus à plus de 13 chiffres (EAN 13 +2/+3, GSI-128), voire des identifiants 2D tels que les DataMatrix/QR-codes, qui permettent de fournir davantage d'informations (jusqu'à 2335 caractères).

Les auditions du CNC ont souligné que l'ensemble des boîtes de médicaments commercialisés en Europe passeront le 9 février 2019 à un système de traçabilité « à la boîte », grâce à l'utilisation d'un DataMatrix 2D, en application de la directive 2001/62/UE. Chaque boîte de médicament portera un numéro unique d'identification, ce qui permettra de connaître le jour et la personne à qui elle a été vendue.

La mise en œuvre de codes-barres 1D plus longs, ou 2D, sera onéreuse pour l'ensemble des acteurs professionnels en raison du remplacement nécessaire des logiciels et des matériels de logistique et de caisse.

Elle réclamera également des délais importants de mise en œuvre, et elle suppose naturellement la coopération de l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur ajoutée pour que l'information puisse circuler. L'audition des acteurs du médicament et des dispositifs médicaux a montré que ce type d'évolution doit s'envisager à l'horizon de plusieurs années.

Il s'agit toutefois de la seule manière d'améliorer réellement la traçabilité des produits et notamment de permettre une identification par lots, voire à l'unité.

À plus long terme, il est par exemple permis d'imaginer qu'un consommateur pourra, en scannant le DataMatrix d'un produit avec son téléphone portable, obtenir des informations sur le produit, ses caractéristiques de production et de consommation, sa date limite, etc. et que la fiabilité de ces informations soit garantie par des procédés ad hoc.

À brève échéance, le CNC rappelle en outre la possibilité de modifier les codes-barres EAN13 des produits lorsque ceux-ci subissent des changements de composition substantiels de nature à affecter leur profil de risque pour le consommateur, afin de garantir une traçabilité plus fine en cas de rappel.

### **Proposition du collège des organisations professionnelles :**

*Cf. Propositions détaillées dans le titre précédent.*

### **Planifier de manière détaillée l'organisation de la gestion des retraits-rappels**

En application de leurs obligations légales, les producteurs et distributeurs doivent se doter de procédures d'analyse et de maîtrise des risques leur permettant de faire face à ces situations.

Tous ces éléments seront actualisés dès que nécessaire et notamment à la lumière des retours d'expérience établis à la suite des crises rencontrées.

**De manière adaptée** à la taille et à la situation de l'entreprise, ainsi qu'aux produits commercialisés et à la clientèle concernée, ces outils prennent en compte les problématiques suivantes :

- plan d'autocontrôles ;
- analyse des risques ;
- traçabilité ;
- plans de contrôles et analyses des résultats de ceux-ci ;
- prise en compte des réclamations clients
- notifications aux autorités. À ce sujet, il est important de noter qu'en application des obligations légales, les notifications aux pouvoirs publics ne devraient pas être retardées dans l'espoir de disposer avec davantage de temps d'une information plus complète : bien que ce souci soit en apparence louable, il est préférable de procéder à une notification précoce de manière à faire débiter le plus tôt possible la gestion de l'alerte ;
- communication ;
- formation ;
- tests et retour d'expérience.

En règle générale, les procédures de gestion des retraits-rappels doivent comprendre notamment :

- le rappel des définitions et des obligations légales ;
- le rôle des différents acteurs ;
- l'enchaînement des étapes ;
- les outils mis à disposition des acteurs pour mettre en œuvre la procédure.

De manière également adaptée et proportionnée, il est recommandé que les procédures de gestion des retraits-rappels soient construites en associant l'ensemble des parties prenantes internes qui auront à les mettre en œuvre :

- achats, design, production, qualité ;
- gestion des risques ;
- supply-chain/logistique, commercial, marketing, réseaux de points de vente, service après-vente ;
- juridique, assurance, finance et comptabilité, communication/relations publiques.

Ils doivent également impliquer, le cas échéant, les différentes parties prenantes externes :

- fournisseurs ;
- distributeurs ;
- autres partenaires commerciaux ou juridiques, notamment les organismes d'évaluation de la conformité ;
- administrations, notamment les autorités de surveillance de marché compétentes ;
- syndicats professionnels ;
- média et relais de communication, y compris, le cas échéant, les associations de consommateurs.

Les procédures doivent être validées au niveau hiérarchique le plus élevé de l'entreprise. L'efficacité des procédures doit par ailleurs être indépendante de la forme juridique des parties prenantes (par exemple, réseaux intégrés ou indépendants).

Leur rédaction et mise en œuvre doit être la plus intuitive possible. Les procédures doivent inclure toutes les mesures de communication à mettre en œuvre vis-à-vis des différentes parties prenantes internes comme externes, notamment la quantité, la précision et la périodicité des informations fournies.

Elles doivent également accorder une place adéquate à l'analyse des signaux faibles (réclamations, plaintes, rapports qualité, etc.).

Par ailleurs, les travaux du CNC ont montré que les facteurs suivants contribuent de manière importante au succès de la mise en œuvre d'une procédure de retrait-rappel :

- la rapidité d'exécution doit être un point-clé des procédures ;
- le cas échéant, un personnel d'astreinte aux différents niveaux concernés ;
- les réseaux d'alerte et de communication doivent être dédiés, réactifs et posséder un minimum de redondance, de manière à pouvoir faire face à la défaillance d'un canal de communication ;
- à chaque étape, toute l'information utile doit être fournie aux autres maillons de la chaîne commerciale, de manière à ce que chaque acteur puisse prendre commodément les mesures adéquates ;
- les instructions à appliquer doivent être les plus claires et les plus simples possibles (par exemple, les affiches et autres supports de communication doivent être rédigés de manière standardisée et fournis d'emblée aux points de vente) ;
- il est nécessaire que les mesures de communication interne s'opèrent en fonction de la gravité du risque : le niveau de communication interne doit être adapté à la situation et tous les canaux de médias disponibles doivent être mobilisables en tant que de besoin.

### ***Renforcer la formation des personnels concernés dès leur recrutement, y compris pour les plus petites entreprises***

Les personnels concernés par les procédures de retrait-rappel, y compris les personnels intérimaires ou stagiaires, doivent être spécifiquement et régulièrement formés dès leur recrutement.

La problématique de la formation revêt une importance particulière pour les plus petites entreprises, les artisans et les commerces, qui ne disposent à l'évidence pas du même niveau de ressources qu'un grand groupe ou une enseigne nationale de distribution. Or, le fait qu'une entreprise soit petite ne signifie pas nécessairement que les risques potentiels associés à ses produits soient négligeables. Il convient en conséquence de rechercher les moyens de les aider à renforcer leur niveau de formation aux procédures de retrait-rappel.

#### **Proposition du collège des organisations professionnelles :**

*Il convient de sensibiliser également les personnels/bénévoles dans les associations d'aide alimentaire.*

#### **Proposition du collège des organisations professionnelles :**

*Les professionnels s'engagent à renforcer et renouveler les actions de formation de l'ensemble des personnels des entreprises impliquées dans la mise en œuvre des procédures de retrait-rappel ; ils s'engagent à effectuer des tests régulièrement.*



## ***S'assurer, par des exercices et des audits, de l'application effective des procédures de retrait-rappel définies***

De manière générale, afin de tendre vers une effectivité de retrait-rappel de 100% (ce qui est très rarement le cas en pratique pour un certain nombre de raisons) :

- les procédures doivent être testées par des exercices de mise en œuvre en conditions réelles, y compris parfois sans signaler en interne qu'il s'agit d'un exercice ;
- les procédures doivent faire l'objet d'audits, internes ou externes à des fins de réévaluation.

## ***Anticiper et intégrer aux procédures les risques liés aux erreurs humaines dans la chaîne de mise en œuvre des retraits-rappels***

Les auditions du CNC ont montré que, parmi les causes avancées par les distributeurs pour expliquer la remise en rayon de produits rappelés lors de la crise « Lactalis », il y a potentiellement des erreurs humaines.

À titre d'exemple, un client rapporte une boîte à l'accueil puis celle-ci est remise en rayon par habitude, car des produits sont souvent rapportés sans qu'il y ait de problème de sécurité sanitaire. Il aurait fallu faire une vérification, et les acteurs concernés ont reconnu qu'il n'aurait pas fallu laisser remettre en rayon du lait infantile.

Sans chercher à faire la part des responsabilités, ce qui n'est ni dans son rôle ni dans son mandat, le CNC estime essentiel que les procédures de gestion des acteurs anticipent et intègrent les sources d'erreur humaines potentielles les plus vraisemblables et y apportent les réponses adéquates, en particulier sur le plan de la formation ; ils doivent également mettre en place des mécanismes redondants de type « garde-fous ».

## ***Anticiper et intégrer aux procédures les risques liés au cumul de circonstances défavorables (tester les procédures par rapport à un scénario « pire cas »)***

Afin de tirer tous les enseignements de l'expérience « Lactalis », le CNC recommande de prendre en compte explicitement dans les procédures de gestion les scénarios « pire cas » résultant d'un cumul de circonstances défavorables, notamment lorsque :

- les alertes concernent un produit présentant un risque potentiellement grave ;
- les alertes concernent un public vulnérable (enfants, personnes âgées, etc.) ;
- certains paramètres de l'alerte ne sont pas encore entièrement cernés lorsque l'alerte est lancée ;
- les alertes sont lancées un jour férié, ou une veille de fin de semaine ou de jour férié, lorsque les disponibilités en moyens et effectifs sont réduites ;
- les alertes concernent des quantités importantes de produits, qui appellent un renforcement des effectifs dédiés à la mise en œuvre du retrait-rappel (tri des produits, manutention, etc.).

## ***Rendre les procédures flexibles afin d'ajuster la mise en œuvre des procédures de manière dynamique aux circonstances d'espèce***

Il est important de s'assurer que les procédures précitées, qui ont été développés de manière générique, soient régulièrement revues et ajustées en fonction des retours d'expérience spécifiques des alertes rencontrées, et ce dans une démarche d'amélioration continue.

### ***En cas de criticité élevée, prévoir le cas échéant le déclenchement rapide de mesures de gestion simplificatrices : rappel de la totalité des lots, blocage en caisse d'une référence produit, etc.***

Aux niveaux de risques les plus élevés, le CNC estime nécessaire, en application du principe de précaution, de prendre toutes les mesures susceptibles de faciliter la gestion de la crise.

Aujourd'hui, il existe, de manière implicite, deux niveaux de risque correspondant à des niveaux de mesures de gestion différentes :

- 1) le Retrait simple, sans rappel du produit, qui est réservé aux situations de risque limité ;
- 2) le Retrait-rappel, qui est justifié par un risque grave.

Ce dernier peut en pratique comprendre de manière informelle plusieurs degrés, selon par exemple, mais sans exhaustivité, qu'un communiqué de presse national est publié par l'administration, ou que des mesures exceptionnelles sont mises en œuvre, telles que le blocage en caisse de l'ensemble des références du produit ou de l'ensemble des lots, l'utilisation des données nominatives de paiement des clients, etc.

Le CNC estime que la mise en œuvre des mesures exceptionnelles, lorsque la gravité de la situation les appelle, c'est-à-dire en pratique dans un nombre limité de cas par an, pourrait être facilitée par une désignation explicite et partagée par l'ensemble des parties prenantes du niveau de risque. Les situations évaluées comme étant à niveau de risque sanitaire le plus élevé pourraient faire l'objet d'une annonce formelle de la part de l'administration, en concertation avec les professionnels et en transparence avec les associations de consommateurs. Une telle annonce ne modifierait pas les obligations légales existantes des parties prenantes mais permettrait de faciliter la mise en œuvre de certaines mesures.

S'agissant des mesures exceptionnelles à mettre en œuvre, comme plusieurs grandes enseignes nationales ont eu l'occasion de l'indiquer dans le cadre de leurs auditions par la Commission d'enquête de l'Assemblée nationale, lorsque des incertitudes existent sur les lots concernés, et en application du principe de précaution, il peut ainsi être préférable :

- d'appliquer dans un premier temps la procédure de retrait-rappel à l'ensemble de la référence produit concernée, tous lots confondus, avant de procéder à des tris par lots dans un deuxième temps ; cette mesure présente en outre l'intérêt de simplifier la communication interne et externe, qui peut être rendue confuse lorsque l'alerte porte sur des séries de plusieurs numéros de lots ;
- de déclencher de manière ciblée une procédure de blocage en caisse même si les systèmes de codes-barres les plus répandus à l'heure actuelle (EAN13) ne permettent pas d'identifier précisément un lot, et que cette procédure peut ainsi s'avérer plus coûteuse. Elle est en

revanche plus efficace sur le plan de la sécurité des consommateurs, et plus protectrice également pour les enseignes en situation de crise ;

- dans certaines circonstances particulières, où il est difficile d'identifier précisément la source d'un risque grave au sein d'une zone de production géographique, le principe de précaution peut éventuellement aller jusqu'à commander la mise en œuvre d'une procédure de retrait-rappel étendue à l'ensemble des produits fabriqués dans le bassin de production (cf. le cas de la contamination bactérienne des fromages Mont d'Or en 2015-2016).

À titre de précaution supplémentaire, il peut en outre s'avérer utile :

- d'empêcher les opérateurs de caisse de passer manuellement outre le blocage ;
- de procéder à la fin de chaque journée de vente, quand cela est possible, à un contrôle informatique a posteriori de la totalité des produits vendus afin de s'assurer que tous les produits qui devaient être bloqués en caisse l'ont effectivement été.

Le CNC recommande aux professionnels de la grande distribution d'engager les évolutions logicielles et matérielles susceptibles de faciliter un recours plus aisé aux procédures de blocage en caisse avec contrôle de vérification ex-post, lorsque la situation le justifie.

Il est précisé que les mesures exceptionnelles ont par nature vocation à être mises en œuvre pour l'ensemble des circuits de vente : en magasin, en ligne, etc.

### ***Porter une attention particulière à l'étanchéité des circuits de retour des produits à l'accueil et en zone de manutention***

Il a été mis en évidence que des produits faisant l'objet d'un retrait-rappel et retournés par les consommateurs à l'accueil des points de vente ont pu être remis en rayon par erreur du fait d'erreurs à l'accueil, en rayon, ou en zone de manutention.

Le CNC recommande de renforcer les procédures d'étanchéité entre les zones de produits destinés à être commercialisés, d'une part, et les zones de quarantaine où sont stockés les produits faisant l'objet d'un retrait-rappel, qui devraient être clairement identifiées (signalétique, etc).

Sur un plan pratique, le CNC recommande également de former spécifiquement le personnel d'accueil en vue de traiter différemment les produits qui sont retournés pour des raisons de conformité ou de sécurité.

### ***Continuer à développer les procédures spécifiques au secteur du médicament et au réseau de distribution officinal***

Après avoir auditionné le Conseil National de l'Ordre des Pharmaciens (CNOP), l'Agence Nationale de Sécurité du Médicament (ANSM), et le Syndicat National de l'Industrie des Technologies Médicales (SNITEM), le CNC a notamment pu constater que les retraits-rappels de médicaments sont gérés selon une procédure spécifique faisant intervenir le laboratoire fabricant du médicament, l'ANSM et le CNOP.

Celle-ci est mise en œuvre par l'intermédiaire des logiciels de gestion du Dossier Pharmaceutique (DP), qui présentent un certain nombre de fonctionnalités de sécurité spécifiques au secteur et de nature à garantir son efficacité, notamment l'affichage prioritaire des alertes sur les écrans de gestion de l'officine, et l'obligation de traiter l'alerte avant de pouvoir poursuivre.

S'y ajoute également la règle spécifique selon laquelle les officines ne reprennent jamais de médicament en vue de le remettre dans le circuit de commercialisation : tout médicament repris est mis en quarantaine en vue de son retour au grossiste-répartiteur, ce qui limite les risques de confusion dans la gestion des stocks.

Les procédures de retrait-rappel s'appuient également sur la spécificité du régime juridique du médicament, dont les textes imposent une traçabilité accrue par rapport aux produits de consommation courante, ainsi qu'un certain nombre d'autres obligations aux titres des Bonnes Pratiques de Fabrication (BPF) pharmaceutiques. Ainsi, les boîtes de médicament portent un code en deux dimensions (DataMatrix), qui permettra une traçabilité « à la boîte » à compter de février 2019.

Toutefois, s'agissant de procédures complexes au niveau matériel et logiciel, un délai d'entrée en vigueur de plusieurs années s'est écoulé entre la publication des textes qui les ont instaurées de manière harmonisée sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne, et leur entrée en vigueur.

On ne peut donc pas considérer qu'il s'agit d'un schéma simple, qui serait transposable à brève échéance à l'ensemble des produits de consommation courante dans les circuits de vente de la distribution classique, même si des évolutions en ce sens peuvent être engagées au travers des autres recommandations du présent rapport (amélioration de la traçabilité, évolution des dispositifs de blocage en caisse).

S'agissant des autres produits vendus en officine, le CNC prend acte de la volonté du CNOP de réfléchir à la possibilité de s'inspirer de l'exemple du médicament pour continuer à améliorer l'efficacité des retraits-rappels. Ainsi, des produits tels que les compléments alimentaires peuvent en bénéficier au moins partiellement, et des travaux ont déjà été engagés en vue de pérenniser et développer les procédures qui ont été mises en œuvre en urgence dans le cadre de la crise « Lactalis ».

Le CNC accueille également avec intérêt les travaux menés par les professionnels du secteur des dispositifs médicaux pour intégrer leurs retraits-rappels dans le cadre du Dossier Pharmaceutique et mettre en place un système de traçabilité intégrant le numéro de lot.

Sur un plan de réflexion connexe, le CNC n'a pas envisagé la possibilité de traiter l'ensemble des laits infantiles, y compris ceux commercialisés en grandes surfaces, comme des médicaments, notamment parce que le médicament répond à des critères de définition précis fixés par le droit de l'Union européenne et le droit national. Par ailleurs, une telle requalification supposerait probablement, de manière indissociable, de faire évoluer le monopole officiel.

Or, cette dernière problématique est nettement distincte du champ du mandat du CNC et doit être traitée dans d'autres instances. Au demeurant, il est rappelé que, si le groupe de travail trouve son origine dans la crise « Lactalis », son mandat est plus large que le seul secteur des laits de nutrition infantile, puisqu'il englobe l'ensemble des produits de consommation courante.

## **Réfléchir à la traçabilité des produits non-emballés / vendus en vrac, et de manière plus générale à la situation des commerces de bouche et de proximité**

Le CNC estime qu'une attention complémentaire devra être accordée sur le plan de la traçabilité à la question des produits non-emballés. Ce point concerne notamment les produits vendus en vrac (céréales, etc.), les fruits et les légumes, et les produits vendus à la coupe (fromages, charcuterie, ...). Cette procédure doit figurer dans les guides de bonnes pratiques d'hygiène et d'application de l'HACCP.

Cette attention est également indissociable de la question des métiers de bouche, de la restauration, de la vente à emporter et des commerces de proximité.

## **Prendre en compte le statut spécifique des places de marché en ligne (« marketplaces »)**

Comme indiqué supra (rubrique « Terminologie »), les places de marché en ligne, ou opérateurs de plateformes en ligne, relèvent d'un régime de responsabilité limité fixé par la Loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 ainsi que par le code de la consommation, la place n'étant ni propriétaire du produit proposé, ni partie à la transaction.

Celle-ci est considérée comme un hébergeur de contenu, et sa responsabilité pénale ne peut être engagée du fait des activités des vendeurs ; en outre, les places de marché ne sont pas soumises à une obligation générale de surveiller les informations diffusées, ni à une obligation générale de rechercher des activités illicites.

C'est donc au vendeur du produit lui-même qu'il incombe au premier chef de ne commercialiser que des produits sûrs et de mettre en œuvre leur retrait-rappel éventuel.

Néanmoins, la place de marché doit intervenir promptement pour supprimer ou rendre inaccessible les contenus illicites dont elle a effectivement connaissance et conscience pour dégager sa responsabilité (procédure dite de « notification et action » pour chaque signalement d'un produit non-conforme ou dangereux ; le produit ainsi signalé n'est pas censé réapparaître dans une nouvelle annonce). Cependant, un signalement ne vaut que pour un modèle de produit : il n'existe pas d'obligation de surveillance systématique des contenus similaires mis en ligne.

Compte tenu de l'accroissement des ventes effectuées au travers des places de marché, le CNC estime nécessaire que les places de marché accessibles aux consommateurs français travaillent sur le sujet de la dangerosité des produits et la gestion des retraits-rappels. A cette fin le CNC encourage les places de marché à signer le Code de Conduite pour la Sécurité des Produits mis en place par la Commission Européenne le 25 juin 2018.

### **Proposition du collège des associations de défense des consommateurs :**

*Le collège des associations de défense des consommateurs recommande de prévoir les mesures complémentaires suivantes s'agissant des places de marché :*

- ✓ *une information en amont du vendeur par la place de marché quant à ses obligations en matière de sécurité des produits, par exemple au moyen des conditions générales d'utilisation, de la signature d'une charte de bonnes pratiques des vendeurs, de FAQ, de tutoriels et de pages ou rubriques dédiées ou de liens vers des ressources documentaires institutionnelles permettant d'accéder à la réglementation sur la sécurité des produits ;*
- ✓ *la consultation périodique, par la place de marché, des produits rappelés, notamment sur les sites institutionnels (RAPEX, RASFF, sites des autorités de surveillance du marché, portail global OCDE) ;*
- ✓ *l'exploitation de ces informations publiques pour :*
  - *ex-ante : détecter en amont des annonces susceptibles de poser problème sur la base de mots-clés liés aux produits déjà interdits ou rappelés, actualisés régulièrement, et un examen préalable des projets d'annonces ainsi repérés avant mise en ligne ;*
  - *ex-post : retirer de la vente les annonces publiées proposant à la vente les produits concernés par des retraits-rappels ;*
- ✓ *la mise en place d'une procédure d'examen préalable à toute publication d'annonces des vendeurs ayant proposé ou tenté de proposer de manière réitérée des produits dangereux ou illicites ;*
- ✓ *la mise en place de procédures de signalement par les autorités de produits dangereux ou illicites ; à cette fin des mécanismes de contact dédiés (boîte mël fonctionnelle, ligne téléphonique) devraient être mis en place et communiqués aux autorités ;*
- ✓ *la mise en place de procédures de signalement de produits dangereux ou illicites par les tiers (consommateurs, professionnels), donnant lieu à des vérifications ; à cette fin des mécanismes de contact dédiés (boîte mël fonctionnelle, ligne téléphonique) devraient être mis en place et faciles à trouver sur le site web de la plateforme ;*
- ✓ *la mise en place de procédures internes pour assurer le traitement rapide des signalements de produits dangereux ou illicites et réaliser le retrait des annonces concernées dans un délai inférieur à 48h (dans le cas d'un signalement par une autorité) ;*

- ✓ *la mise en place de procédures internes pour assurer rapidement une information personnalisée des consommateurs ayant acheté sur la plateforme un produit identifié comme dangereux avec des recommandations appropriées ;*
- ✓ *un reporting régulier sur les rappels auprès des autorités.*

### **6.4 Amélioration de la communication sur les rappels**

Les travaux du CNC ont permis d'identifier les préconisations suivantes concernant la communication externe. De même que pour les mesures internes, ces mesures de communication externes doivent, pour certaines, être considérées comme absolument incontournables et, pour d'autres, comme faisant partie d'une « boîte à outils », à mettre en œuvre de manière proportionnée à la gravité de la situation et non pas de manière systématique à l'occasion de chaque retrait-rappel.

#### ***Ajuster les actions de communication au niveau de gravité de la situation***

De même qu'en interne, le CNC rappelle qu'il est nécessaire que le niveau de communication externe s'adapte de manière dynamique au niveau de risque et à la situation afin :

- d'une part, ne pas minimiser des situations d'importance majeure, au risque de les aggraver ;
- et, d'autre part, d'éviter la banalisation génératrice d'erreurs ainsi que la saturation, et permettre aux consommateurs de conserver une appréciation correcte de la gravité relative de la situation.

#### ***Adopter de bonnes pratiques générales de communication***

Le CNC souligne qu'il est par ailleurs indispensable que les messages passés répondent aux besoins fondamentaux d'information du consommateur. Les éléments ci-après ont notamment été identifiés comme facteurs de succès de la communication d'alerte ou de crise :

- organiser une multiplicité/redondance des canaux de communication ;
- veiller à la clarté et à l'intelligibilité du discours ;
- veiller à la concision ;
- mettre l'accent sur le caractère pratique des conseils : indication claire de la démarche à suivre par le consommateur, simplicité de la procédure à mettre en œuvre ;
- adopter une communication incitative : utilisation d'incitations commerciales et/ou comportementales.

Ces bonnes pratiques sont détaillées ci-après.

#### ***Créer un site administratif public qui recense les rappels de produits***

Les professionnels ont l'obligation de notifier les rappels aux pouvoirs publics nationaux ou européens. Or, force est de constater que le dossier « Lactalis » a mis en évidence des marges de progression en

termes de qualité et d'exhaustivité de l'information fournie aux administrations et au public. Les consommateurs et les professionnels sont demandeurs d'un « site unique » qui recense de manière exhaustive les rappels de produits dangereux.

En conséquence, le CNC préconise que l'administration développe un site / un registre Internet public et accessible aux consommateurs, recensant l'ensemble des produits faisant l'objet d'un rappel pour des raisons liées à la sécurité en France.

L'exhaustivité de ce registre devrait être garantie par une obligation de notification pesant sur les professionnels concernés, dès lors qu'un rappel est décidé, et quelle que soit l'origine du rappel (volontaire ou obligatoire) sans toutefois multiplier les démarches pour les entreprises notamment les TPE.

Ce registre permettrait une information aisée des consommateurs comme des professionnels, sans pour autant se substituer aux obligations pesant sur les professionnels, qui restent les premiers responsables de la communication sur les rappels auprès des consommateurs.

Il permettrait de disposer, sur un lieu unique, d'éléments précis, de manière à éviter les informations alarmantes, confuses ou contradictoires.

En particulier, il permettrait aux consommateurs et aux professionnels d'effectuer des recherches par mots-clés et de s'abonner (en mode « push » par SMS ou messagerie) à des alertes sur des sujets et produits ciblés. Un tel système d'abonnement faciliterait d'ailleurs la réactualisation ou la relance des annonces.

Sur un autre plan, le site pourrait contribuer à harmoniser la présentation des supports d'affichage utilisables dans la communication par les professionnels, en générant automatiquement une « affichette » comportant les informations essentielles à l'identification du produit et à la conduite à tenir. Les professionnels pourraient en parallèle répondre au besoin d'harmonisation dans une charte de bonnes pratiques graphiques.

**Le groupe de travail se félicite de l'annonce faite par le Ministre de l'économie et des finances, lors de son audition par la Commission d'enquête de l'Assemblée nationale, de lancer des travaux interministériels en vue de créer un tel site.**

## ***Prévoir la possibilité pour les consommateurs et associations de consommateurs de soumettre des signalements de produits dangereux ou rappelés***

Il est rappelé que l'administration met à la disposition des consommateurs des formulaires de signalement des produits dangereux ou des événements sanitaires indésirables, notamment dans le cadre des systèmes de vigilance :

- pour les produits de consommation courante : cf. site de la DGCCRF : <https://www.economie.gouv.fr/courrier/4212> ;
- Pour les compléments alimentaires, aliments enrichis, nouveaux aliments, médicaments vétérinaires, produits phytopharmaceutiques : cf. site de l'ANSES : <https://www.anses.fr/fr/content/particuliers-signaler-un-%C3%A9v%C3%A8nement-sanitaire-ind%C3%A9sirable> ;



- Pour les produits potentiellement toxiques : cf. site des Centres Anti-Poison : <http://www.centres-antipoison.net/> ;
- Pour les médicaments humains, dispositifs médicaux, produits cosmétiques ou tatouages : cf. site de l'ANSM : [http://ansm.sante.fr/Declarer-un-effet-indesirable/Comment-declarer-un-effet-indesirable/Declarer-un-effet-indesirable-mode-d-emploi/\(offset\)/0](http://ansm.sante.fr/Declarer-un-effet-indesirable/Comment-declarer-un-effet-indesirable/Declarer-un-effet-indesirable-mode-d-emploi/(offset)/0) ;
- Une partie de ces systèmes de signalements sont accessibles au moyen du portail de signalement des événements sanitaires indésirables du Ministère des solidarités et de la santé : <http://solidarites-sante.gouv.fr/soins-et-maladies/signalement-sante-gouv-fr>.

### **Proposition du collège des associations de défense des consommateurs :**

*Prévoir la possibilité de créer un moyen de communication dédié (numéro vert, adresse électronique, formulaire sur le site unique) pour effectuer des signalements. Ces données de signalement feraient ensuite l'objet d'un traitement dont l'exploitation pourrait donner, ou non, lieu au lancement d'une notification de retrait-rappel.*

**La DGCCRF a informé le CNC, qui en prend note avec intérêt, du lancement d'un projet informatique consistant à confier à une start-up d'État la réalisation d'une application par téléphone mobile qui permettra de signaler des manquements. Par ailleurs, le futur site unique de recensement des retraits-rappels pourra fournir un portail de liens vers les différents formulaires de signalement cités ci-dessus.**

### **Prévoir de manière adaptée une diversification et une redondance des canaux de communication**

### **Faire en sorte que ceux-ci soient correctement dimensionnés en cas de pic de demande et puissent fournir des retours adéquats**

L'utilisation d'un seul canal de communication est généralement peu efficace, notamment s'il s'agit d'une simple affiche en magasin. En effet, au-delà de la question du lieu d'apposition de l'affiche et de sa visibilité, se pose aussi celle de la fréquence de visite des consommateurs dans les magasins autres que la grande distribution classique.

En fonction des caractéristiques et de la criticité du retrait-rappel (niveau de risque, étendue de la diffusion du produit, pertinence des données, informations de traçabilité, etc.) le CNC recommande de se préparer à mettre en œuvre un éventail potentiellement large de canaux de communication, chacun présentant des avantages et ciblant un public propre :

- de manière générale :
  - affichage en magasin ;
  - sites Internet des professionnels concernés notamment sites de vente à distance ;
  - réseaux sociaux, par exemple et de manière non-limitative : Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat, Pinterest, blogs ;
  - message direct via courrier électronique lorsque l'adresse du consommateur est connue ;
- en fonction de la situation :
  - catalogues et autres publicités commerciales de type « imprimé sans adresse » ;
  - campagnes de presse (presse écrite, radio, TV) ;

- message direct via SMS lorsque les coordonnées sont connues, le cas échéant en collaboration avec les opérateurs téléphoniques afin de gagner du temps ;
- appel téléphonique lorsque les coordonnées sont connues ;
- Dans les cas de criticité très élevée, et en accord avec les autorités, mise en place d'un bandeau d'alerte sur les médias importants y compris Internet.

De manière proportionnée, le CNC préconise le parallélisme des canaux de communication entre ceux qui sont habituellement utilisés pour effectuer la promotion du produit rappelé, et ceux qui seront actionnés en cas de retrait-rappel.

En outre, les études menées aux États-Unis et au Royaume-Uni sur l'effectivité des retraits-rappels ont montré que les taux de retour effectifs des produits sont plus élevés lorsque les consommateurs sont contactés par un canal direct nominatif, ce qui peut être rendu plus aisé par le recours aux cartes de fidélité ou aux moyens de paiement (*cf.* recommandations spécifiques *infra*).

Le CNC recommande également de veiller à ce que les canaux de communication soient dimensionnés de manière proportionnée à l'usage attendu, de sorte que les consommateurs ne soient pas renvoyés sur des sites Internet indisponibles ou des numéros de téléphone saturés.

Enfin, les professionnels devront collecter toute indication permettant de mesurer le taux d'efficacité des moyens de communication utilisés (par exemple, pour un site Internet, le nombre de visiteurs uniques, de clics, ou, pour un courrier électronique, du nombre d'ouvertures, etc.).

### **Proposition du collège des associations de défense des consommateurs :**

*La question des supports particuliers (messages audio, tickets de caisse), ainsi que celle de l'harmonisation du graphisme sur les sites Internet des professionnels, pourraient faire l'objet d'une réflexion complémentaire.*

### **Veiller à la clarté et à la concision du message**

Les études menées au Royaume-Uni et aux États-Unis sur des panels de consommateurs ont montré que l'efficacité des retraits-rappels pouvait être améliorée de manière significative par l'utilisation de messages courts, rédigés dans un style clair et intelligible.

L'information doit être présentée d'une manière claire sur le plan visuel, avec un titre appelant l'attention et contenant des mots dépourvus d'ambiguïté, tels que « Avertissement de sécurité important » ou « Rappel de produit dangereux ».

Lorsque le rappel a été décidé volontairement par le professionnel, il ne faut pas utiliser les termes « rappel volontaire » dans la communication envers le consommateur ; celui-ci pourrait en effet croire à tort que le retour du produit est volontaire et facultatif.

Le message tel que diffusé sur les affichettes est rédigé par le fabricant ou le metteur sur le marché du produit concerné, l'affichette étant ensuite apposée en lieu de vente. Tous les autres messages de communication se basent ensuite sur le contenu de l'affichette. Il est donc nécessaire de disposer de la plus grande collaboration entre les industriels et leurs clients distributeurs lors de la phase de validation des textes. Le site unique administratif de notification et de recensement des retraits-rappels pourra

par ailleurs contribuer à l'harmonisation de la présentation des affichettes, par exemple en générant automatiquement des supports d'affichage.

L'information doit comporter tous les éléments permettant au consommateur d'identifier précisément le produit concerné (marque, modèle, numéro de lot, le cas échéant numéro de série, couleur, taille, photographie), le risque encouru, des informations indiquant quand et où le produit a été commercialisé.

Il est indispensable d'indiquer clairement la marche à suivre par un consommateur estimant qu'il détient un produit susceptible d'être concerné par l'annonce. Des détails seront fournis sur les aspects pratiques. Ainsi, il sera clairement indiqué au consommateur si :

- le niveau de risque et les conséquences sur la santé et la sécurité
- des mesures d'urgence doivent être prises (par exemple, débrancher le produit s'il s'agit d'un risque électrique ; ne plus s'en servir, etc.) ;
- le produit peut être jeté ou détruit par le consommateur ;
- le produit doit être rapporté en magasin s'il est portable ;
- le produit sera collecté par un tiers s'il n'est pas aisément transportable (par exemple, pour les produits « blancs » lourds) ;
- le produit est susceptible d'être réparé par les professionnels ;
- etc.

De même, on indiquera clairement au consommateur les modalités de compensation, notamment les modalités d'échange ou de remboursement intégral.

Un renvoi à une source d'informations complémentaires sera prévu le cas échéant : site Internet, numéro vert, etc.

Seule l'information utile au consommateur doit figurer dans le message ; il est recommandé d'éviter l'usage d'une terminologie technique nuisant à la clarté. À titre d'exemple, on décrira un « risque d'incendie » comme tel, au lieu de synonymes moins clairs tels que « risque de surchauffe » ou trop génériques tels que « défaut de qualité ».

### ***Avant diffusion, veiller à l'exactitude des messages diffusés et à la disponibilité des moyens de communications***

Il va sans dire qu'une vérification point par point doit être effectuée avant diffusion afin de s'assurer que les informations publiées sont factuellement correctes, notamment au regard des informations de dernière minute qui auraient pu parvenir aux acteurs.

L'expérience de certains professionnels montre qu'il est également nécessaire de vérifier que les canaux de communications prévus sont effectivement disponibles et consultables par le public : il est arrivé que le canal de communication principal soit défaillant au moment de lancer l'alerte.

On s'assurera également que les pouvoirs publics ont été notifiés conformément aux obligations légales.

## ***Mieux informer de manière générale le consommateur en magasin : visibilité, harmonisation, persistance des messages***

Le CNC appelle les professionnels à faire des efforts en matière d'harmonisation, de visibilité et de persistance des messages de rappels sur le lieu de vente.

En magasin, l'information doit figurer de manière très visible pour éviter les situations, soulignées par plusieurs membres du groupe de travail, où les avis de retrait-rappel sont quasiment invisibles de la majorité des consommateurs, parce qu'ils sont uniquement signalés par un dépliant à l'entrée du magasin, ou écrits en petits caractères, et que le lot n'est pas identifié de manière suffisamment nette.

Le CNC préconise de faire figurer l'information de manière redondante à plusieurs emplacements :

- entrée du magasin / emplacement visible de l'extérieur ;
- accueil / caisse centrale du magasin (où les consommateurs sont susceptibles de rapporter les produits rappelés) ;
- rayons concernés par le produit (il est rappelé que, outre un rayon « principal », des rayons « secondaires » peuvent également proposer le produit à la vente).

Les consommateurs en « Drive » et en livraison à domicile doivent être également informés par des moyens appropriés à déterminer (affichettes, « flyers » dans les sacs de livraison, etc.).

Une taille minimale doit être prévue et spécifique à chaque endroit d'affichage dans le magasin.

L'utilisation d'affichettes doit se faire sous un format unique et standardisé entre tous les distributeurs et vendeurs (liste d'informations essentielles ou obligatoires, photographie du produit ainsi que charte graphique globale avec un liseré rouge, par exemple).

Par ailleurs, la durée de l'affichage doit être adaptée à la situation et à l'efficacité constatée de la procédure de retrait-rappel. La mise en place et le maintien de l'information, même après la fin des dates limites de consommation ou de l'écoulement des stocks, sont en effet des points cruciaux afin de prendre en compte les différents modes de consommation et de conservation opérés par les consommateurs.

## ***Mieux informer de manière générale le consommateur sur le site Internet des entreprises concernées***

L'audition du responsable du site citoyen « Oulah ! », qui recense à titre de service privé et gracieux les retraits-rappels de produits, a montré qu'il peut être difficile, voire impossible, de localiser l'information sur les retraits-rappels sur les sites de certaines enseignes de distribution.

Le CNC recommande que, lorsque l'information sur les retraits-rappels figure sur les sites Internet des professionnels, celle-ci doit être aisément accessible depuis la page d'accueil ou par un lien figurant sur la page d'accueil.

Le collègue des associations de défense des consommateurs souligne notamment qu'il conviendrait d'uniformiser la présentation des messages relatifs aux produits rappelés (encart avec une couleur

harmonisée ou un emplacement qui peut se retrouver facilement sur les différents sites, etc.) sur les sites Internet des distributeurs.

### ***Réévaluer régulièrement l'opportunité de relancer la communication sur les alertes anciennes***

Il est souhaitable que les alertes anciennes, mais toujours en vigueur, soient régulièrement réévaluées et, le cas échéant, fassent l'objet d'une communication réactualisée, comme l'a montré récemment le cas des siphons culinaires où des accidents surviennent longtemps après la publicité du retrait-rappel, lorsque des consommateurs remettent en service un produit dont ils ne se sont pas servis depuis longtemps.

### ***Veiller au caractère pratique des procédures***

### ***Mettre en œuvre des incitations commerciales et/ou comportementales visant à améliorer le taux de réponse à la campagne de retrait-rappel***

Les études menées au Royaume-Uni et aux États-Unis ont également montré que l'efficacité des retraits-rappels pouvait être améliorée de manière significative par la mise en œuvre de procédures les plus pratiques possibles et d'incitations commerciales et/ou comportementales appropriées.

En particulier, les expériences étrangères mettent en évidence les bonnes pratiques suivantes pour augmenter le taux de retour d'un produit :

- lorsque le rappel a été décidé volontairement par le professionnel, il ne faut pas utiliser les termes « rappel volontaire » dans la communication envers le consommateur ; celui-ci pourrait en effet croire à tort que le retour du produit est volontaire et facultatif ;
- il est indispensable d'informer clairement le consommateur que celui-ci ne perdra rien en rapportant le produit, par exemple en annonçant clairement un remboursement intégral, un échange à l'identique ou une réparation selon la situation ; il a également été constaté à l'étranger qu'il peut être utile d'annoncer des cadeaux, rabais, ou autres incitations financières en échange du retour du produit ;
- il est indispensable de rendre l'acte de retour le plus simple possible pour le consommateur, notamment par la prise en charge intégrale des frais de retour, l'instauration de plages horaires pratiques pour le service client, etc.

### ***Éviter tout obstacle susceptible de dissuader le consommateur de retourner le produit rappelé***

Inversement, il a été démontré que l'existence d'inconvénients ou d'obstacles, même mineurs, pouvait fortement diminuer le taux de retour du produit par le consommateur. Ainsi, le simple fait d'exiger un ticket de caisse pour reprendre le produit peut se révéler contre-productif en situation de retrait-rappel. Le CNC souligne en conséquence la nécessité de fluidifier le processus de retour du produit,

au besoin en allégeant les procédures consistant à réclamer systématiquement des tickets de caisse ou autres justificatifs d'achat.

### ***Anticiper et intégrer aux procédures le fait que le taux de réponse des consommateurs est, par essence, variable***

En effet, le niveau de réponse des consommateurs peut être influencé par des facteurs, y compris des facteurs psychologiques, tels que :

- la nature et la valeur du produit ;
- le temps pendant lequel le produit a été commercialisé (notamment s'il s'agit d'un produit ancien que le consommateur n'a plus utilisé depuis longtemps, mais qu'il est susceptible de remettre en service) ;
- la durée de vie estimée du produit (pour les mêmes raisons que précédemment) ;
- l'efficacité de la communication ;
- l'attachement du consommateur au produit ;
- une perception erronée du risque ou une imprécision sur le risque ;
- une certaine tolérance du consommateur dans le cas où le risque perçu serait jugé limité ou modéré.

En fonction de ces paramètres et des taux de retours, il peut notamment s'avérer nécessaire de renforcer ou de relancer des actions ciblées.

### ***En cas de criticité élevée, envisager des mesures adaptées de communication et de soutien aux clients : numéro vert, cellule d'assistance***

Afin de tenir compte des enseignements du dossier « Lactalis », le CNC souhaite que les procédures de gestion des professionnels prévoient la possibilité de mettre en œuvre, le cas échéant en fonction de la criticité du rappel et de la capacité de l'entreprise à le faire (cas des TPE/commerces de proximité), un numéro vert et une cellule d'aide médicale.

### ***Développer l'information directe du consommateur via l'enregistrement du produit***

L'enregistrement d'un produit non-alimentaire qui s'y prête auprès du fabricant ou du distributeur peut avoir plusieurs finalités (commerciale, mise en œuvre des garanties, utilisation de fonctions connectées, etc.) et peut notamment servir à communiquer avec les consommateurs en cas de retrait-rappel.

Cette démarche fait l'objet d'une promotion active au Royaume-Uni, où un portail d'enregistrement des produits électriques a été mis en place par les fabricants : <https://www.registermyappliance.org.uk/registration/>

Le CNC appelle les fabricants et les distributeurs à développer les programmes d'enregistrement de produits dont le niveau de prix et de risque ainsi que la durée de conservation du produit sont susceptibles de le justifier, par exemple pour les produits électroménagers et électroniques, les outils

de bricolage électroportatifs, les produits destinés au déplacement personnel (vélos, hoverboards, trottinettes électriques, etc.) ou encore les meubles ou articles de grande puériculture (liste non exhaustive). Le développement de l'enregistrement des produits peut notamment passer par des incitations appropriées (offre de services complémentaires aux consommateurs).

### ***Développer l'information directe du consommateur via les programmes de fidélité***

Le CNC recommande que les conditions d'adhésion des programmes de fidélité prévoient la possibilité de joindre le consommateur pour lui communiquer des informations utiles en matière de conformité et de sécurité des produits rappelés.

### ***Développer, lorsque la criticité de la situation le justifie, l'information directe du consommateur via les moyens de paiement utilisés***

Selon le moyen de paiement utilisé, le distributeur dispose d'un degré d'information très variable sur l'identité et les coordonnées du consommateur, ce qui a un impact direct sur la possibilité de l'alerter.

Lorsque le client a utilisé un chèque, ses coordonnées figurent sur celui-ci, ce qui permet au commerçant de le joindre mais ne permet pas de faire le lien entre les clients et ce qui a été acheté.

Lorsque le moyen de paiement utilisé est une carte, le commerçant peut exploiter, dans certains cas, l'information figurant sur les tickets de paiement. Le système bancaire dispose alors de la possibilité technique de tracer l'information figurant sur le ticket de paiement jusqu'à la banque du client, laquelle peut techniquement accéder et fournir les coordonnées de ce dernier, voire le contacter.

Toutefois, aucune procédure généralisée n'est prévue à cet effet, et les établissements bancaires qui ont fourni une assistance à certaines enseignes dans le cadre du dossier « Lactalis » l'ont fait selon des modalités variables.

Il est par ailleurs apparu lors des travaux que l'usage d'une telle procédure soulève des questions de responsabilité des établissements bancaires, ainsi que de levée ponctuelle du secret professionnel prévu par le code monétaire et financier.

La profession bancaire (Fédération Bancaire Française et Groupement d'Intérêt Économique Cartes Bancaires) travaille actuellement à la définition d'une procédure générale, qui pourrait consister à fournir un point de contact unique aux enseignes de la distribution en cas de crise.

Il est rappelé que ce type de procédure aurait vocation à être réservé à la gestion de crises d'un niveau élevé de criticité. Les situations évaluées comme étant à niveau de risque sanitaire le plus élevé pourraient faire l'objet d'une annonce formelle de la part de l'administration, en concertation avec les professionnels et en transparence avec les associations de consommateurs.

### **Proposition du collège des organisations professionnelles :**

*Les enseignes du commerce et de la distribution estiment qu'il est essentiel de pouvoir mettre en place une procédure harmonisée entre les distributeurs et les représentants du secteur bancaire afin de pouvoir, lorsque la situation le nécessite, contacter les clients ayant acheté des produits incriminés dans une crise par carte bancaire.*

*Un assouplissement de la réglementation sur l'utilisation des fichiers bancaires dans le cas précis des rappels (avec un système d'autorisation exceptionnelle, par exemple) est souhaitable afin de permettre la mise en œuvre d'un tel projet.*

**Le CNC prend note avec intérêt du lancement de ces travaux et recommande leur accélération en vue de déboucher sur des procédures clairement définies et opérationnelles. Il recommande également de réfléchir à l'opportunité de procéder à des modifications législatives ou réglementaires relatives au secret professionnel si les travaux faisaient apparaître leur utilité pour en faciliter l'avancement, par la mise en place d'un cadre juridique clair.**

**Note complémentaire : l'association UFC-Que Choisir souhaite signaler son opposition à cette mesure.**

### **Anticiper la problématique de l'utilisation des données personnelles**

Il est apparu que les consommateurs individuels n'ont, de manière légitime, pas nécessairement tous le même degré de sensibilité par rapport à la question de l'utilisation des données personnelles en cas de retrait-rappel : certains consommateurs peuvent souhaiter être systématiquement avertis au moyen de l'utilisation de leurs coordonnées bancaires, d'autres au contraire peuvent souhaiter limiter les intrusions non-sollicitées dans leur vie privée, d'autres encore peuvent souhaiter que cette procédure soit, de manière équilibrée, réservée aux situations les plus graves.

Le CNC souligne la nécessité de traiter cette question en amont, par exemple, en informant les clients dans les conditions générales des contrats d'adhésion aux systèmes de fidélité ou aux systèmes de paiement que leurs données personnelles sont susceptibles d'être utilisées en vue de les prévenir d'un risque les concernant, et en recueillant explicitement leur accord ou leur refus à cet effet. Les consommateurs concernés doivent pouvoir se rétracter d'un tel système à tout moment, et les coordonnées transmises doivent être détruites après leur utilisation.

Le CNC rappelle que ce travail devra faire l'objet d'une concertation avec la CNIL et la profession bancaire et, de manière plus générale, être conforme aux prescriptions du Règlement européen sur la protection des données (RGPD).



## **Veiller à l'information du consommateur dans le cadre de la restauration hors domicile**

Les professionnels de la restauration hors domicile et de la restauration collective doivent également être en mesure de fournir toutes les informations utiles à leurs clients, conformément à leurs obligations légales.

### **Développer la communication et le retour d'expérience entre professionnels, fédérations professionnelles, associations de consommateurs et administrations**

Le CNC recommande de développer en amont les échanges entre les acteurs économiques et leurs fédérations professionnelles, de manière à faciliter la remontée de signaux faibles convergents susceptibles d'améliorer la prise en charge des situations.

En aval, il est recommandé de développer les échanges entre les fédérations professionnelles, les professionnels non-adhérents aux fédérations, et les administrations compétentes et les associations de consommateurs pour mutualiser les signaux de risque et déterminer si une convergence d'indices permet de déterminer plus rapidement la conduite appropriée.

Il est proposé que les parties prenantes au niveau national dans la gestion d'alertes prennent l'engagement d'au minimum une réunion annuelle pour faire le point sur les rappels engagés. Celle-ci pourrait prendre la forme d'un retour d'expérience avec la MUS (Mission des Urgences Sanitaires) de la DGAL et l'UA (Unité d'Alertes) de la DGCCRF, les fédérations professionnelles et les associations de consommateurs.

### **Proposition du collège des organisations professionnelles :**

*Les professionnels s'engagent à améliorer les procédures de retour d'expériences sur la gestion des rappels ayant entraîné une crise ou des cas avérés d'incidence sur la santé et la sécurité des consommateurs. Les entreprises pourraient rédiger une fiche de synthèse de gestion de ces rappels, à dispositions des DDPP. Un format de fiche synthétique pourrait être proposé dans le cadre de la révision du Guide de gestion des alertes.*

*Par ailleurs, durant une « crise » d'ampleur, il pourrait être procédé à un point à date entre les fédérations concernées et les associations de consommateurs.*

## 6.5 Autres sujets abordés au sein du groupe de travail

Le CNC recommande également une poursuite des travaux, le cas échéant dans d'autres enceintes, sur un certain nombre d'aspects complémentaires, structurels ou organisationnels, susceptibles de concourir également à l'amélioration de l'effectivité des procédures de retrait-rappel de produits dangereux.

### **Renforcer les moyens et les effectifs des autorités de surveillance de marché**

Les auditions parlementaires récentes, et antérieurement des rapports de la Cour des comptes ou du Sénat, ont rappelé l'utilité de prendre en compte la question des moyens financiers et des effectifs mis à la disposition des autorités de surveillance de marché pour programmer et mener à bien des contrôles réguliers et efficaces, tant préventifs que ceux relatifs à la vérification de la bonne exécution des retraits-rappels.

Le CNC souligne l'importance de ce point pour l'efficacité de la surveillance de marché, qui complète de manière indispensable les actions d'autocontrôle menées par les professionnels en application de leurs obligations légales.

### **Mettre à jour le « Guide de gestion des alertes alimentaires » de l'administration**

Le CNC recommande de réviser le Guide de gestion des alertes alimentaires (« GUIDE D'AIDE À LA GESTION DES ALERTES D'ORIGINE ALIMENTAIRE entre les exploitants de la chaîne alimentaire et l'administration lorsqu'un produit ou un lot de produits est identifié »), rédigé conjointement par la DGCCRF, la Direction générale de la santé (DGS), la Direction générale de l'alimentation (DGAL), et les professionnels.

Ce guide est en effet très consulté par les professionnels, pour lesquels il constitue une référence. Le CNC souhaite que cette mise à jour s'accompagne d'un travail similaire relatif aux produits non-alimentaires. En particulier il conviendrait de travailler à un format numérique des fiches de transmission des alertes / notification transmises aux pouvoirs publics.

Les professionnels s'engagent à collaborer activement à cette révision et à proposer des pistes d'amélioration (exemple : qualification du niveau d'alerte en fonction du risque pour la santé humaine).

**Le groupe de travail accueille favorablement l'annonce par l'administration du lancement d'un chantier de mise à jour.**

### **Mettre à jour les « Guides de Bonnes Pratiques d'Hygiène » sectoriels**

En parallèle de la mise à jour du « Guide de gestion des alertes », le CNC estime nécessaire de remettre à jour les « Guides des bonnes pratiques d'hygiène et d'application de l'HACCP » sectoriels, qui font

également autorité. Il serait nécessaire que les administrations disposent de personnel suffisant pour examiner dans des délais raisonnables les guides soumis par les professionnels.

### ***Repenser l'organisation et la place des autocontrôles effectués par les professionnels***

Le collège des associations de défense des consommateurs estime que le dossier « Lactalis » a montré l'utilité de réfléchir à la manière d'améliorer les dispositifs d'autocontrôles mis en œuvre par les professionnels.

Parmi les pistes de réflexion à envisager, pourraient figurer la transmission aux autorités d'informations relatives aux autocontrôles en cas de résultats non conformes, ainsi que des éléments relatifs à l'environnement de production).

À cet égard, le Gouvernement a annoncé son intention de renforcer les obligations des professionnels. Il est pris acte du fait que le Projet de loi « pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous » prévoit, en l'état actuel, une modification en ce sens de l'article L.201-7 du code rural et de la pêche maritime.

Il conviendra de s'assurer que les nouvelles procédures soient fluides et efficaces, notamment qu'elles ne conduisent pas à une banalisation des informations relatives aux alertes et qu'elles ne nuisent pas à l'exploitation des alertes d'un niveau de criticité élevé.

### ***Remettre l'humain au cœur des processus. Prêter davantage d'attention aux lanceurs d'alerte***

Au regard de la crise « Lactalis », il semble par ailleurs fondamental de prendre en compte l'influence du facteur humain chez les consommateurs comme chez les professionnels, et notamment la manière de remettre l'humain au cœur des processus industriels et commerciaux. En outre, il est recommandé de prêter de manière générale une plus grande attention aux signaux émis par les lanceurs d'alerte internes aux entreprises ou de la société civile, au sens de l'article 6 de la loi du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique.

#### **6.6 Adaptation du régime des sanctions**

L'administration a informé le Parlement et le CNC, qui en prend acte, de son intention de moderniser et d'harmoniser les sanctions encourues en cas de manquement à la réglementation sur les retraits-rappels, en cas de commercialisation de produits retirés ou rappelés, afin de rendre celles-ci plus dissuasives et de sanctionner plus facilement les opérateurs défaillants.

## 7 AVIS DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

---

### 7.1 Avant-propos

Dans le cadre du contexte de la crise des laits de nutrition infantile de décembre 2017 (crise « Lactalis »), Monsieur Bruno Le Maire, Ministre de l'Économie et des Finances, a chargé le Conseil National de la Consommation de rendre un avis sur les procédures de retrait-rappel de produits dangereux, dans le but d'améliorer leur efficacité, d'une part, et, d'autre part, de permettre aux consommateurs d'être correctement informés tout au long de leur déroulement.

Chaque année, plusieurs centaines de procédures de retrait-rappel de produits sont mises en œuvre par des opérateurs en France. Toutes ne présentent heureusement pas le même niveau de gravité et d'urgence que dans le cas « Lactalis ».

Cependant, quel que soit le niveau de risque, 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 rapidement et efficacement 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.

Or, force est de constater que le retour d'expérience des opérations de retrait-rappel du cas « Lactalis » a mis en évidence un certain nombre de dysfonctionnements : des hésitations et des incertitudes sur le périmètre du rappel, ainsi qu'une communication inadéquate, ont contribué à rendre la situation confuse ; en outre, des produits couverts par l'opération de retrait-rappel ont continué à être commercialisés et ce, bien après la publication de la mesure de rappel, comme cela a été mis en évidence par les contrôles d'effectivité menés par la DGCCRF.

De ce fait, la confiance des consommateurs sur la qualité des produits mis sur le marché tend à être altérée, d'autant que l'on assiste depuis 2012 à une recrudescence structurelle des alertes sanitaires concernant les denrées distribuées en Europe<sup>2</sup>.

L'organisation des contrôles sanitaires par les autorités publiques qui, aux yeux des consommateurs, sont les garants d'alimentation et de produits sûrs, repose sur la capacité des services compétents à exercer leur fonction, permettant aussi une action préventive. Les consommateurs, compte tenu des événements récents et nombreux, s'interrogent sur le niveau des moyens et des effectifs permettant aux services de contrôle d'exercer leur action dans la plénitude de leur rôle. Le collège des associations de défense des consommateurs considère indispensable de faire en sorte que les autorités de surveillance de marché soient en capacité de remplir leur mission.

Même si rien ne permet de garantir un « risque zéro », il convient de conserver l'objectif consistant à tendre vers celui-ci. Dans cette perspective, le groupe de travail a cherché à poser les bases d'une démarche d'amélioration pragmatique en formulant des recommandations concrètes et détaillées, fondées sur l'expérience.

Dans le cadre de la préparation de cet avis, le groupe de travail s'est réuni à huit reprises entre fin mars et fin juin 2018 ; de nombreuses auditions lui ont permis d'analyser les pratiques des fabricants

---

<sup>2</sup> Cf. rapport d'activité RASFF 2016.

et des distributeurs, de procéder à un « benchmarking » international, et de recenser ainsi les améliorations indispensables pour la sécurité des consommateurs.

Le collège des associations de défense des consommateurs et le collège des organisations professionnelles soulignent la qualité des échanges, ainsi que l'attitude constructive de part et d'autre qui a présidé aux travaux et permis de converger vers un large consensus dans le choix et la formulation des recommandations.

## 7.2 Rappel des grands principes de gestion du risque et des alertes

La réglementation européenne et nationale pose de manière détaillée les règles en matière de sécurité des produits alimentaires et non-alimentaires (cf. détail en partie 4 supra) ; elle répartit notamment les responsabilités entre les différents acteurs économiques et fixe les sanctions en cas d'infractions ou de manquements.

Ce cadre n'appelle pas de refonte majeure ; en revanche, sa mise en œuvre suppose de veiller systématiquement à appliquer les grands principes de la gestion des alertes (cf. détail dans le Rapport en partie 6 supra) :

- principe de prévention et d'anticipation ;
- principe de proportionnalité ou de réponse graduée ;
- principe d'adaptabilité dynamique ;
- principe de précaution.

**Pour le détail des recommandations ci-dessous, le lecteur est renvoyé au Rapport du groupe de travail en partie 6 supra. Certaines recommandations du Rapport ont été regroupées ou fusionnées pour en faciliter la lecture.**

## 7.3 Recommandations relatives à l'information des consommateurs

### ***1) Créer un site administratif public qui recense les retraits-rappels de produits***

Le CNC préconise que l'administration développe un site / un registre Internet unique, public et accessible aux consommateurs, recensant l'ensemble des produits faisant l'objet d'un rappel pour des raisons liées à la sécurité en France. Il y a nécessité de communiquer sur l'existence d'un tel site pour que les consommateurs y aient facilement recours.

Le Ministre de l'économie et des finances a annoncé, lors de son audition par la Commission d'enquête de l'Assemblée nationale, le lancement des travaux en vue de créer un tel site.

## **2) Mieux informer de manière générale le consommateur en magasin : veiller à la visibilité, à l'harmonisation des messages, à leur persistance**

Le CNC préconise de faire figurer l'information de manière redondante à plusieurs emplacements : entrée du magasin, accueil / caisse centrale du magasin, rayons concernés, etc. Les consommateurs en « Drive » et en livraison à domicile doivent être également informés par des moyens appropriés.

Une taille minimale doit être prévue et spécifique à chaque lieu d'affichage dans le magasin.

L'utilisation d'affichettes doit se faire sous un format unique et standardisé entre tous les distributeurs et vendeurs.

La durée de l'affichage doit être adaptée à la situation et à l'efficacité constatée de la procédure de retrait-rappel.

## **3) Ajuster les actions de communication au niveau de gravité de la situation et adopter de bonnes pratiques générales**

Le niveau de communication externe doit s'adapter de manière dynamique au niveau de risque.

Le CNC rappelle par ailleurs des principes de bon sens, dont l'efficacité a été démontrée dans le cadre d'études de panels de consommateurs à l'international : la communication doit se baser sur des canaux multiples, être concise, claire et intelligible, et mettre l'accent sur le caractère pratique des conseils.

## **4) Diversifier les canaux de communication**

Le CNC appelle à faire passer davantage l'information sur les retraits-rappels par les canaux les plus consultés par les consommateurs : sites Internet, réseaux sociaux, etc.

## **5) Réévaluer régulièrement l'opportunité de relancer la communication sur les alertes anciennes**

Dans le cas des produits manufacturés présentant des risques importants dans leur utilisation (cf. par exemple le cas des siphons culinaires), le CNC recommande une réévaluation de la communication à intervalles réguliers.

## **6) Mieux informer de manière générale le consommateur sur le site Internet des entreprises concernées**

Le CNC recommande que, lorsque l'information sur les retraits-rappels figure sur les sites Internet des professionnels, celle-ci doit être aisément accessible depuis la page d'accueil ou par un lien figurant sur la page d'accueil. Le collège des associations de défense des consommateurs souligne notamment qu'il conviendrait d'uniformiser la présentation des produits au rappel (encart avec une couleur harmonisée, etc.) sur les sites Internet des distributeurs et vendeurs.

**7) En cas de criticité élevée, envisager des mesures adaptées de communication et de soutien aux clients : numéro vert, cellule d'assistance, etc.**

**8) Éviter tout obstacle susceptible de dissuader le consommateur de retourner le produit rappelé**

Afin d'optimiser le taux de retour des produits, le CNC recommande de fluidifier les processus de retour de produits, en allégeant le cas échéant les obstacles tels que la demande systématique du ticket de caisse ou de justificatifs.

**9) Développer l'information directe du consommateur via les programmes de fidélité**

**10) Développer l'information directe du consommateur via l'enregistrement des produits**

**11) Développer l'information directe du consommateur via les moyens de paiement lors de situations exceptionnelles**

**Dans tous les cas, anticiper la problématique de la gestion des données personnelles.**

Lorsqu'une situation de gravité exceptionnelle le justifie, le CNC préconise d'utiliser les informations nominatives des moyens de paiement (chèque, carte bancaire) pour joindre les consommateurs. Les situations évaluées comme étant à niveau de risque sanitaire le plus élevé pourraient faire l'objet d'une annonce formelle de la part de l'administration, en concertation avec les professionnels et en transparence avec les associations de consommateurs.

Les clients doivent être informés en amont, via les conditions générales des contrats, que leurs données personnelles sont susceptibles d'être utilisées dans le cadre de rappel de produits présentent un risque sanitaire important et leur accord ou leur refus à cet effet doit être explicitement recueilli. Les consommateurs concernés doivent pouvoir se rétracter d'un tel système à tout moment, et les coordonnées transmises doivent être détruites après leur utilisation.

Ce chantier devra faire l'objet d'une concertation avec la CNIL et, de manière plus générale, être conforme aux prescriptions du Règlement européen sur la protection des données (RGPD).

Le collège des organisations professionnelles a annoncé le lancement de travaux spécifiques relatifs à l'utilisation des coordonnées des moyens de paiement (cf. détail dans le Rapport supra).

**12) Proposition du collège des associations de défense des consommateurs : donner la possibilité pour les consommateurs et associations de consommateurs de soumettre des signalements de produits dangereux ou rappelés**

Il s'agit de prévoir la possibilité de créer un moyen de communication dédié (pouvant être : numéro vert, adresse électronique, formulaire sur le site unique, application mobile) pour donner aux consommateurs la possibilité de faire un signalement sur un produit. Ces données de signalement feront ensuite l'objet d'un traitement dont l'exploitation pourrait donner ou non, lieu au lancement d'une notification de retrait rappel.

La DGCCRF a informé le CNC du lancement d'un chantier informatique en ce sens.

**13) Développer la communication et le retour d'expérience entre professionnels, fédérations professionnelles, associations de consommateurs et administrations**

Le collège des organisations professionnelles a annoncé des engagements en ce sens.

**14) Réfléchir à la situation particulière de la restauration hors domicile / collective**

**7.4 Recommandations relatives au renforcement des procédures de retrait-rappel**

**15) Disposer d'outils de traçabilité performants**

**16) Accélérer les travaux visant à améliorer à terme la traçabilité des produits industriels préemballés par le déploiement des codes d'identification produits plus détaillés**

Le CNC rappelle que les professionnels doivent, en premier lieu, disposer d'outils de traçabilité performants, vers l'amont comme vers l'aval, donnant l'état des achats, des ventes et des stocks, si possible en temps réel, et comporter des éléments de nature à permettre l'identification des produits au moins jusqu'au niveau du lot de fabrication.

Le CNC recommande d'accélérer les travaux de standardisation associant les professionnels et les entités spécialisées dans la codification des informations. Il s'agit d'améliorer la traçabilité des produits et notamment de permettre à terme une identification par lots.

Le collège des organisations professionnelles a annoncé le lancement de travaux en ce sens ; le collège des associations de défense des consommateurs a formulé une recommandation complémentaire (cf. détail dans le Rapport supra).



**17) Planifier de manière détaillée l'organisation de la gestion des retraits-rappels**

Le CNC rappelle qu'en application de leurs obligations légales, les producteurs et distributeurs doivent se doter de procédures d'analyse et de maîtrise des risques leur permettant de faire face à ces situations.

Les procédures doivent être construites en associant l'ensemble des parties prenantes internes qui auront à les mettre en œuvre et le cas échéant, les parties externes. Les procédures doivent être validées au niveau hiérarchique le plus élevé de l'entreprise, être intuitives et inclure des méthodes de communication efficaces. L'efficacité des procédures doit par ailleurs être indépendante de la nature des circuits de distribution (par exemple, réseaux intégrés ou indépendants).

Le Rapport supra comporte un certain nombre de recommandations pratiques en ce sens.

**18) S'assurer, par des exercices et des audits, de l'application effective des procédures de retrait-rappel définies au 17. supra**

Le CNC préconise que les procédures soient régulièrement testées par des exercices de mise en œuvre en conditions réelles, y compris parfois sans signaler en interne qu'il s'agit d'un exercice ; elles doivent faire l'objet d'audits réguliers, internes comme externes à des fins de réévaluation.

**19) Renforcer la formation dès le recrutement, y compris pour les plus petites entreprises**

Les personnels concernés par les procédures de retrait-rappel, y compris les personnels intérimaires ou stagiaires, doivent être spécifiquement et régulièrement formés dès leur recrutement.

Le collège des organisations professionnelles a formulé des engagements en ce sens (cf. détail dans le Rapport supra), ainsi qu'une recommandation complémentaire.

**20) Rendre les procédures flexibles afin d'ajuster leur mise en œuvre de manière dynamique aux circonstances d'espèce.**

**21) Anticiper et intégrer aux procédures les risques liés au cumul de circonstances défavorables (tester les procédures par rapport à un scénario « pire cas », incluant les erreurs humaines prévisibles)**

Afin de tirer tous les enseignements de l'expérience « Lactalis », le CNC recommande de rendre les procédures flexibles et de prendre en compte explicitement les scénarios « pire cas » résultant d'un cumul de circonstances défavorable, incluant les erreurs humaines prévisibles.

**22) En cas de criticité élevée, prévoir le cas échéant le déclenchement rapide de mesures de gestion simplificatrices : rappel de la totalité des lots, blocage en caisse d'une référence produit, etc.**

Aux niveaux de risques les plus élevés, le CNC estime nécessaire, en application du principe de précaution, de prendre toutes les mesures susceptibles de faciliter la gestion de la crise. Il peut ainsi être préférable d'appliquer dans un premier temps la procédure de retrait-rappel à l'ensemble de la référence produit concernée, tous lots confondus, avant de procéder à des tris par lots dans un deuxième temps mais aussi de déclencher de manière ciblée une procédure de blocage en caisse.

Dans certaines circonstances particulières (cf. le cas des fromages Mont d'Or), le principe de précaution peut éventuellement aller jusqu'à commander la mise en œuvre d'une procédure de retrait-rappel étendue à l'ensemble des produits fabriqués dans le bassin de production.

Le CNC estime que la mise en œuvre des mesures exceptionnelles, lorsque la gravité de la situation les appelle, c'est-à-dire en pratique dans un nombre limité de cas par an, pourrait être facilitée par une désignation explicite et partagée par l'ensemble des parties prenantes du niveau de risque. Les situations évaluées comme étant à niveau de risque sanitaire le plus élevé pourraient faire l'objet d'une annonce formelle de la part de l'administration, en concertation avec les professionnels et en transparence avec les associations de consommateurs. Une telle annonce ne modifierait pas les obligations légales existantes des parties prenantes mais permettrait de faciliter la mise en œuvre de certaines mesures.

**23) Porter une attention particulière à l'étanchéité des circuits de retour des produits à l'accueil et en zone de manutention**

Le CNC préconise de renforcer les procédures d'étanchéité entre les zones de produits destinés à être commercialisés, d'une part, et les zones de quarantaine où sont stockés les produits faisant l'objet d'un retrait-rappel, qui doivent être clairement signalées. Il est également nécessaire de scanner les produits retirés de la vente afin de favoriser la connaissance de l'effectivité des retrait-rappel.

**24) Prendre en compte le statut spécifique des places de marché en ligne (« marketplaces »)**

Compte tenu de l'accroissement des ventes effectuées au travers des places de marché, le CNC estime nécessaire que les places de marché accessibles aux consommateurs français travaillent sur le sujet de la dangerosité des produits et la gestion des retraits-rappels et encourage à cette fin les places de marché à signer le Code de Conduite pour la Sécurité des Produits annoncé par la Commission Européenne le 25 juin 2018.

Le collège des associations de défense des consommateurs formule à ce titre un certain nombre de recommandations spécifiques pouvant être incluses dans les codes de bonnes pratiques (cf. détail en partie 6 supra).

**25) Réfléchir à la question spécifique des produits non-emballés / vendus en vrac**

7.5 Recommandations complémentaires

**26) Renforcer les moyens et les effectifs des autorités de surveillance de marché**

Le CNC a souligné l'importance de ce point.

**27) Mettre à jour le « Guide de gestion des alertes alimentaires » rédigé conjointement par les administrations et les professionnels**

La DGCCRF, la DGAL et les professionnels ont annoncé le lancement d'un chantier de mise à jour. Un travail similaire est souhaitable pour les produits non-alimentaires.

**28) Mettre à jour les « Guides de Bonnes Pratiques d'Hygiène » sectoriels**

**29) Proposition du collège des associations de défense des consommateurs : repenser l'organisation et la place des autocontrôles effectués par les professionnels.**

Parmi les pistes de réflexion à envisager, pourraient notamment figurer la transmission aux autorités d'informations relatives aux autocontrôles en cas de résultats non conformes, ainsi que des éléments relatifs à l'environnement de production.

Le CNC a pris acte d'une modification en ce sens lors de l'examen au Parlement du Projet de loi « pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous ».

**30) Prêter davantage d'attention au facteur humain / remettre l'humain au cœur des procédures**

## 8 ANNEXE

## MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL

## Au titre du collège des associations de défense des consommateurs

Associations	Représentant(e)s
ADEIC (Association de défense, d'éducation et d'information du consommateur)	Anne-Sophie QUERITE
AFOC (Association Force Ouvrière consommateurs)	Etienne DEFRANCE
ALLDC (Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs)	Micheline BERNARD-HARLAUT
CLCV (Consommation, logement et cadre de vie)	Jean-Yves MANO, Rapporteur Wendy SI HASSEN
CNAFAL (Conseil national des associations familiales laïques)	Patrick CHARRON
CNAFC (Confédération nationale des associations familiales catholiques)	Laurent WALLUT
CSF (Confédération syndicale des familles)	Elsa COHEN Cécile TERRANCLE
Familles de France	Jamy BELKIRI
Familles Rurales	Nadia ZIANE
INDECOSA-CGT (Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés-CGT)	Patrice BOUILLON
UFC-Que Choisir (Union fédérale des consommateurs-Que Choisir)	Olivier ANDRAULT
UNAF (Union nationale des associations familiales)	Morgane LENAIN

**Au titre du collège des organisations professionnelles**

Organisations	Représentant(e)s
ANIA (Association nationale des industries alimentaires)	Sandrine BLANCHEMANCHE
CNMCCA (Confédération nationale de la mutualité, de la coopération et du crédit agricoles)	Nathan CHAU
FCD (Fédération du commerce et de la distribution)	Émilie TAFURNEL, Rapporteur
✓ Carrefour France	Stéphane DUFORT
✓ Groupe Casino	David LE GOFF
✓ Coopérative U Enseigne	Sylvie VAISSAIRE
FEVAD (Fédération e-commerce et vente à distance)	Laure BAETE Marc LOLIVIER
FICIME (Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique)	Christophe DUMINY
FIEEC (Fédération des industries électriques, électroniques et de communication)	Gilles ROUVIERE
FJP (Fédération française des industries jouet-puériculture)	Martial DOUMERC
MEDEF (Mouvement des entreprises de France)	Christine BARATELLI
U2P (Union des entreprises de proximité)	Sandrine BIZE Isabelle FILLAUD

### Autres organisations professionnelles

Organisations	Représentant(e)s
CGI (Confédération du commerce de gros et international)	Marine TOQUE
COOP DE FRANCE	Philippe AMAR
E.LECLERC	Stéphan ARINO
FCJPE (Fédération des commerces spécialistes des jouets et des produits de l'enfant)	Catherine BUFFET
FEBEA (Fédération des entreprises de la beauté)	Anne DUX
FMB (Fédération des magasins de bricolage et de l'aménagement de la maison)	Caroline HUPIN
GIFAM (Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager)	Patrick LE DEVEHAT
Groupe BEL	Virginie RIVAS
Groupe BIC	Paul-Louis IMBERTON
Groupement Les Mousquetaires	Olivier TOUZE
SNITEM (Syndicat National de l'Industrie des Technologies Médicales)	Florence OLLE

### Membres de droit

Organismes	Représentant(e)s
CNA (Conseil national de l'alimentation)	Karine BOQUET
INC (Institut national de la consommation)	Charles BABIN Françoise HEBERT-WIMART

**Administrations**

Services	Représentant(e)s
DGAL - MUS (Direction générale de l'alimentation - Mission des urgences sanitaires), Ministère de l'agriculture et de l'alimentation	Marie-Pierre DONGUY
DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes), Ministère de l'économie et des finances	Axel THONIER, Président du Groupe de travail Emmanuel KOEN & Delphine RUEL, Co-présidents
✓ UA (Unité d'alerte)	Roselyne HUREAUX-ROY & Hubert HERBER
DGS - CORRUS (Direction générale de la santé - Centre opérationnel de réception et de régulation des urgences sanitaires et sociales), Ministère des solidarités et de la santé	Manuel ZURBARAN