

## ASSISES REGIONALES DE LA TRACABILITE RENNES

Le 24 novembre 2005

« Du principe de précaution à l'avantage marketing »

ATELIER : Avantages marketing et réglementation de la traçabilité

### Intervenants :

Messieurs Peurière (marketing) et Barbier (juridique)

« *La traçabilité peut être associée à l'enregistrement d'une information par rapport à un bien* » Peurière

Dans cette citation, l'intervenant nous a transmis une définition globale de la traçabilité. Il souhaitait mettre l'accent sur le fait que la traçabilité favorise l'identification, l'authentification, la collecte et la diffusion des produits et des services.

Comment transformer la contrainte légale de la traçabilité en un avantage marketing ? Cette question reste en filigrane un des sujets de préoccupation des acteurs de la supply chain qui a été partagé au cours de la conférence.

Au cours de sa conférence l'intervenant a souhaité mettre en avant le fait que la traçabilité est un outil de marketing.

En effet, pour monsieur Peurière la traçabilité permet aux entreprises d'être plus efficaces d'une part, d'aller de l'avant en favorisant l'innovation, et d'autre part, de maîtriser les « risques » en cas de « crise ».

L'argumentation principale en lien avec la gestion de crise, est issue de la gestion du retour de lots lors de problèmes sanitaires du type encéphalopathie-spongiforme bovine, listéria des produits laitiers, ou rupture de la chaîne du froid.

Dans les cas évoqués ci-dessus, la traçabilité est un argument de vente à long terme. Elle permet d'instaurer une relation de confiance avec les consommateurs finaux toujours plus volatiles et complexes à analyser et à fidéliser.

Certaines entreprises ont capitalisé cette situation (via les labels) pour guider les clients vers leurs produits et développer une communication grand public dans ce sens.

Les consommateurs aujourd'hui mieux informés, plus exigeants, attendent d'être rassurés avec une information actualisée et transparente. En effet, la disponibilité accrue d'informations, permet aux consommateurs de choisir des produits par exemple selon leur capacité à respecter l'environnement.

Un autre avantage non négligeable de la traçabilité réside dans le fait qu'elle induit l'augmentation de la compétitivité des sociétés via la mise en place d'outils de pilotage de la supply chain.

L'intervention relative aux risques juridiques concernés par la traçabilité nous a donné une vision globale.

En effet, la traçabilité est un instrument de prévention des risques ; elle doit intégrer obligatoirement trois niveaux d'exigence :

- **sanitaire** : services administratifs, fournisseurs, clients consommateurs

- **source d'information** : les lois contraignent les entreprises à fournir une précieuse information en cas de litige sur l'ensemble de la chaîne globale (fournisseur du fournisseur, client du client)
- **juridique** : pour ce qui est des exigences juridiques, de nombreuses lois ont vu le jour depuis une dizaine d'années, sur le thème principal du traçage des flux physiques et d'informations sur les produits et les services.

Les textes législatifs obligent les « industriels », en les responsabilisant à informer les **consommateurs lors de la vente mais aussi dans l'étape suivante à savoir le SAV** (service après vente).

Les bases de données générées par la traçabilité, suivies par les services administratifs des entreprises et contrôlées par l'administration (Directions Sanitaire Vétérinaire, répression des fraudes..) permettent en cas de non respect des règles de transmettre aux consommateurs des informations transparentes en temps réel.

Dans ce cas la traçabilité permet dans le secteur agro alimentaire ou automobile, de retracer les acheteurs des produits afin qu'ils soient capables d'en faire retour à leurs distributeurs. Pour les industriels et distributeurs, la traçabilité est un dispositif permettant de maîtriser le risque juridique vis-à-vis du consommateur mais aussi en cas de conflit avec un autre acteur de la chaîne logistique.

Un autre problème se pose alors, celui de l'éthique et de l'atteinte à la vie privée.

En effet, connaître précisément le style de consommation personnelle de chaque individu génère des sources d'information dont l'utilisation peut être dévoyée. C'est un problème épineux qui tente d'être résolu par la CNIL (commission nationale informatique et liberté).

Un autre éclairage nous a été apporté par un consultant qui nous a présenté un nouveau système de traçage individuel pour animaux.

Le code barre biologique (technique permettant d'analyser l'ADN et les bactéries recherchées dans l'animal - expérimenté actuellement sur les poissons) prouve aux administrations le pays d'origine de l'animal.

Ce type d'expérimentation laisse à la traçabilité toutes les perspectives de développement à la condition que chacun des acteurs de la chaîne globale y trouve un intérêt opérationnel pour les industriels, une lisibilité pour le grand public et un intérêt financier pour l'ensemble.