

GROUPE DE TRAVAIL

« APPLICATIONS NUMÉRIQUES SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET COSMÉTIQUES »



©Gerd Altmann / Pixabay

RAPPORT

NOR : ECOC2326711P

Du 20 octobre 2023

Présidence

Pierre CHAMBU

*Chef du Service de la protection des consommateurs et de la régulation des marchés
Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)*

Assisté de

Catherine ARGOYTI

*Adjointe au chef du bureau 5B « Produits et prestations de santé et des services à la personne »
Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)*

Dominique BAELDE

*Adjointe au chef du bureau 4A « Valorisation nutritionnelle et information sur les denrées alimentaires »
Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)*

Rapporteurs

Au titre du collège des associations de défense des consommateurs

Familles rurales représentée par

Anne LEGENTIL

Au titre du collège des organisations professionnelles et entreprises assurant des missions de service public

Association nationale des industries alimentaires (ANIA) représentée par

Sandrine BLANCHEMANCHE, rapporteur

Mouvement des Entreprises de France (MEDEF) représenté par

Xavier GUEANT, co-rapporteur, de la Fédération des entreprises de la beauté (FEBEA)

SOMMAIRE

1.	CONTEXTE	1
1.1	ÉVOLUTION DU COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS ET CARACTÉRISTIQUES DES APPLICATIONS NUMÉRIQUES	1
1.2	À QUELS BESOINS RÉPONDENT LES APPLICATIONS NUMÉRIQUES ?	1
2.	PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES APPLICATIONS NUMÉRIQUES.....	4
2.1	VUE D'ENSEMBLE DES APPLICATIONS	4
2.2	DESCRIPTION SYNTHÉTIQUE DU FONCTIONNEMENT DES APPLICATIONS NUMÉRIQUES DE NOTATION	5
2.3	« SERVICES » PROPOSÉS PAR LES APPLICATIONS	6
2.4	MODÈLE ÉCONOMIQUE ET TRANSPARENCE.....	6
3.	CADRE JURIDIQUE APPLICABLE AUX APPLICATIONS SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET COSMÉTIQUES	7
3.1	L'APPLICABILITÉ DU DROIT DE LA CONSOMMATION	8
3.2	AUTRES QUALIFICATIONS JURIDIQUES.....	9
4.	IDENTIFICATION DES PROBLÈMES	10
4.1	CIRCUIT DES DONNÉES PRODUIT.....	10
4.2	DISPONIBILITÉ ET FIABILITÉ DES DONNÉES PRODUIT	12
4.3	TRAITEMENT DES DONNÉES	13
4.4	QUELLES DÉRIVES CONSTATÉES ET QUELS CRITÈRES POUR ASSURER, NOTAMMENT, L'INFORMATION LOYALE DES CONSOMMATEURS ?	14
4.5	QUESTION DE LA COMPLÉTUDE DU CADRE RÉGLEMENTAIRE ENCADRANT L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS SUR LES DENRÉES ALIMENTAIRES ET SUR LES COSMÉTIQUES.....	16
4.6	QUESTION DES DÉLAIS D'ÉVALUATION ET DE RÉVISION DES AUTORISATIONS	16
5.	RECOMMANDATIONS DU GROUPE DE TRAVAIL DU CNC	16
5.1	TRANSPARENCE	16
5.2	LOYAUTÉ	17
5.3	GESTION DES DONNÉES.....	18
5.4	POINTS DE CONTACT	18
5.5	PRODUITS ALTERNATIFS	18
5.6	RÉGLEMENTATION SUR LES PRODUITS	18
6.	ANNEXES	20

1. CONTEXTE

1.1 ÉVOLUTION DU COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS ET CARACTÉRISTIQUES DES APPLICATIONS NUMÉRIQUES

Des applications mobiles gratuites, d'apparition récente, permettent aux consommateurs par le biais de leur smartphone d'évaluer et de classer des denrées alimentaires ou des produits cosmétiques à partir de différents critères proposés en scannant le code-barres figurant sur l'étiquetage ou en les photographiant. Selon les résultats d'une étude IFOP réalisée en 2019, 25% des consommateurs français utilisent désormais une application de notation en faisant leurs courses.

Les applications numériques de notation des aliments et des cosmétiques décryptent la composition de ces produits. La progression du nombre d'applications disponibles et de leur utilisation répond à une demande des consommateurs en matière de transparence sur les produits, notamment leur impact sur la santé et l'environnement, ou d'autres caractéristiques comme par exemple la présence de certaines substances ou matières premières.

Ces nouveaux outils proposent au consommateur d'évaluer les produits, et de les classer selon des critères qui peuvent prendre en compte d'autres paramètres que les exigences de la réglementation.

1.2 À QUELS BESOINS RÉPONDENT LES APPLICATIONS NUMÉRIQUES ?

Les applications numériques de notation des produits répondent à plusieurs besoins des consommateurs.

Selon les enquêtes du CREDOC "Tendances de la Consommation", les nouvelles attentes des consommateurs en matière de qualité et sécurité des produits alimentaires ont évolué au fil du temps. En 2000, les mots les plus fréquemment associés à "aliment de qualité" étaient "naturel", "goût", "frais" et "sain". En 2007, les consommateurs ont commencé à accorder plus d'importance à la traçabilité et à l'origine des aliments. En 2015, la sécurité alimentaire est devenue une préoccupation majeure pour les consommateurs, qui recherchent plus fréquemment des aliments respectueux de l'environnement et du bien-être animal.

- ✓ Santé et bien-être : Les consommateurs sont de plus en plus attentifs à l'impact de leur alimentation et des produits de consommation courante tels que les cosmétiques sur leur santé et leur bien-être. Ils utilisent ces applications pour comprendre la composition des produits et évaluer leur qualité nutritionnelle, la présence d'additifs, d'allergènes, de certains nutriments ou de substances controversées.
- ✓ Préférences alimentaires spécifiques : Certains consommateurs ont des préférences alimentaires spécifiques : régimes végétariens, végétaliens, sans gluten, sans lactose, etc. Les applications de décryptage des ingrédients leur permettent de vérifier si les produits correspondent à ces exigences et de repérer rapidement les ingrédients qu'ils préfèrent éviter.
- ✓ Allergies et intolérances alimentaires : Les personnes souffrant d'allergies ou d'intolérances alimentaires doivent veiller étroitement à la composition des produits qu'elles consomment. Les applications peuvent leur permettre d'identifier plus facilement les allergènes spécifiques ou les ingrédients auxquels elles sont intolérantes, afin d'éviter les réactions indésirables.

Des échanges avec l'expert en allergologie intervenu auprès du groupe de travail, il apparaît que les attentes des consommateurs sont différentes, selon que l'on parle d'allergènes alimentaires (où une exposition accidentelle peut potentiellement mettre la vie en danger immédiatement) ou des allergènes de cosmétiques (où une exposition accidentelle pourra induire des lésions ne mettant pas la vie en danger).

On constate un accroissement du nombre d'informations que la réglementation française et européenne impose de faire figurer sur l'étiquetage, tant pour les denrées alimentaires que pour les produits cosmétiques.

Cet expert a noté que la réduction de la taille des emballages pour des motifs de préservation de l'environnement pouvait néanmoins avoir un impact négatif sur la lisibilité des mentions obligatoires. Dans ce contexte, il a estimé que les applications pouvaient être utiles pour identifier plus aisément les allergènes, en soulignant que la fiabilité de ces applications était tout particulièrement importante pour les consommateurs allergiques.

- ✓ Préoccupations environnementales : De nombreux consommateurs sont de plus en plus soucieux de l'impact environnemental de leurs choix de consommation. Les applications peuvent leur permettre d'évaluer si les produits sont fabriqués de manière durable, s'ils sont issus de l'agriculture biologique, etc. Cela leur permet de faire des choix en accord avec leurs valeurs écologiques.
- ✓ Comparaison des produits et recommandations personnalisées : Les consommateurs recherchent souvent des alternatives et souhaitent comparer différents produits avant de faire un choix.

Les applications de notation peuvent utiliser des algorithmes de recommandation pour proposer des produits similaires ou complémentaires en fonction des préférences et des habitudes d'achat des utilisateurs, constituant une occasion de découvrir de nouveaux produits qui correspondent à leurs attentes.

- ✓ Facilitation et rapidité du choix : Les applications numériques de notation représentent pour le consommateur un nouvel outil mobilisable dès l'acte d'achat lui permettant sur la base des données réglementaires figurant sur l'étiquetage des produits de décrypter ces informations en donnant un avis global sur le produit. Le consommateur a, en effet, accès sur l'étiquetage des denrées et des produits cosmétiques à un nombre important de mentions réglementaires visant à renforcer la sécurité et l'information loyale des consommateurs ainsi que la transparence sur la composition de ces produits.

Ces règles d'information du consommateur sont souvent définies dans des textes européens comme le rappelle l'encadré figurant ci-après.

Aspects réglementaires***Cosmétiques***

En matière de produits cosmétiques, un exemple de ces fiches figure sur le site internet de la DGCCRF : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/letiquetage-de-vos-produits-cosmetiques>. Elle rappelle que la réglementation relative aux produits cosmétiques définit les informations devant figurer sur leur étiquetage. Le consommateur doit pouvoir lire sur l'étiquetage les mentions suivantes : le nom et l'adresse d'un contact au sein de l'Union européenne, le pays de fabrication (si hors UE), le poids ou volume, la fonction du produit et les précautions d'emploi, des dates de durabilité, numéro de lot de fabrication et enfin la liste des ingrédients. Cette dernière, obligatoire, obéit à des règles précises de présentation : l'intégralité des ingrédients doit y figurer en utilisant le glossaire international des dénominations communes (dite liste INCI). Ainsi les ingrédients sont toujours dénommés de la même façon, en latin (pour les produits issus de plantes) ou en anglais (pour les substances chimiques) ; cela évite des dénominations fantaisistes pouvant s'avérer trompeuse. Enfin, les principaux allergènes odoriférants doivent être mentionnés. Si cet ensemble de normes a pour but de fournir au consommateur les éléments d'informations nécessaires à son choix puis ultérieurement à une utilisation sûre de son produit, la lecture de la liste des ingrédients demeure une opération fastidieuse et complexe pour une personne non avertie. L'opération de décryptage des ingrédients proposée par les applications prend ainsi tout son sens.

Denrées alimentaires

Dans le domaine alimentaire, le règlement (UE) n° 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires dit « INCO » impose depuis décembre 2014, notamment, un certain nombre de mentions obligatoires sur les denrées pré-emballées dont la dénomination de la denrée alimentaire, la liste des ingrédients, la présence d'ingrédients reconnus pour leur caractère allergène ou pour provoquer des intolérances, la quantité de certains ingrédients ou catégories d'ingrédients, dans certains cas le pays d'origine ou le lieu de provenance et depuis décembre 2016 une déclaration nutritionnelle. Ce règlement a introduit une nouvelle obligation dans le cas de la vente à distance car il impose que les informations obligatoires sur les denrées alimentaires, à l'exception de la date limite de consommation, soient fournies avant la conclusion de l'achat et figurent sur le support de la vente à distance ou soient transmises par tout autre moyen approprié clairement précisé par l'exploitant du secteur alimentaire. Lorsque d'autres moyens sont utilisés, les informations obligatoires sur les denrées alimentaires sont fournies sans que l'exploitant du secteur alimentaire puisse imputer de frais supplémentaires aux consommateurs.

En outre, au plan national, l'affichage volontaire du Nutri-Score sur l'étiquetage des denrées est recommandé par l'État depuis 2017 dans le cadre de démarches d'engagement. Ce logo nutritionnel, déposé comme marque par Santé Publique France, est apposé en face avant des emballages et informe sur la qualité nutritionnelle des produits sous une forme simplifiée et complémentaire à la déclaration nutritionnelle obligatoire prévue par les dispositions du règlement INCO. Il est basé sur une échelle de 5 couleurs : du vert foncé à l'orange foncé associé à des lettres allant de A à E pour optimiser son accessibilité et sa compréhension par le consommateur. Le logo est attribué sur la base d'un score prenant en compte pour 100 gr ou 100 ml de produit, la teneur en nutriments et aliments à favoriser (fibres, protéines, fruits, légumes, légumineuses, fruits à coques, huile de colza, de noix et d'olive) et celle en nutriments à limiter (énergie, acides gras saturés, sucres, sel). Après calcul, le score obtenu par un produit permet de lui attribuer une lettre et une couleur. L'ensemble des dispositions en vigueur concernant Nutri-Score figurent sur le site de Santé Publique France¹.

Dans le domaine alimentaire s'est donc construit depuis des années un corpus réglementaire imposant visant, notamment, à renforcer la transparence sur la composition des produits, leur mode de production, leur composition nutritionnelle ou la présence d'allergènes. Par exemple l'indication d'origine est obligatoire pour tous les fruits et légumes (article 76 du règlement (UE) n°1308/2013 du parlement européen et du conseil du 17 décembre 2013. La provenance des fruits et légumes vendus au détail doit être affichée en caractères d'une taille égale à celle du prix. En matière de denrées alimentaires, des exemples de ces fiches figurent sur le site internet de la DGCCRF : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/letiquetage-denrees-alimentaires> ; <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/reglementation-origine-geographique-produits-alimentaires#> ; <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/fruits-et-legumes-frais-ameliorer-la-tracabilite-des-produits>

¹ <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/articles/nutri-score>

2. PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES APPLICATIONS NUMÉRIQUES

2.1 VUE D'ENSEMBLE DES APPLICATIONS

2.1.1 Typologie des applications mobiles

Au niveau national une majorité d'applications mobiles évalue les produits alimentaires et cosmétiques sur la base de critères en lien avec la santé et permettent aux consommateurs de scanner les codes-barres des produits pour accéder à une évaluation de ceux-ci.

Du point de vue des types de produits ciblés, on trouve une très large majorité d'applications alimentaires mais aussi des applications relatives aux cosmétiques ou mixtes.

La répartition des applications selon les impacts des choix des consommateurs est indiquée ci-après :

- ✓ Domaine de la santé : qualité nutritionnelle, additifs, allergènes, composants « controversés ».
- ✓ Éthique et environnement : performance environnementale, huile de palme, consignes de tri.
- ✓ Régimes alimentaires : par exemple le végétarisme.

Concernant le mode d'information du consommateur la majorité des applications mobiles permettent au consommateur d'évaluer les produits grâce à un ou plusieurs scores globaux qui agrègent plusieurs critères. Le Nutri-Score, dont l'utilisation est définie et encadrée par la réglementation, et qui évalue les produits en fonction de leur qualité nutritionnelle, est largement utilisé. Des scores encore expérimentaux sont également utilisés (par exemple Planet Score, Eco-Score). Cependant de nombreuses applications proposent leur propre score établi en fonction de critères pondérés par des pourcentages selon le choix du développeur de l'application.

2.1.2 Principales données que ces applications collectent et fournissent

- ✓ Informations sur les produits : Afin de permettre à l'utilisateur de disposer automatiquement d'un avis ou d'une notation sur un produit lorsqu'il le scanne avec son téléphone portable ou qu'il recherche des informations directement dans l'application, cette dernière doit disposer d'une banque de données dans laquelle figure ce produit. À cet effet, les applications recueillent des données sur les produits de manière manuelle à partir de différentes sources telles que : i) l'étiquetage, ii) le code-barres figurant sur l'emballage des produits, iii) les fabricants, iv) des bases de données publiques, v) des contributeurs bénévoles (Crowdfunding) comme Open Food Facts, vi) les utilisateurs eux-mêmes, et également pour certaines applications, de manière plus récente, vii) à partir de flux automatiques de données sur les produits émanant des professionnels qui rémunèrent des acteurs spécialisés pour les véhiculer (Code Online Foods, Alkemics/Salsify, GDSN par exemple). Ces données produites ne se limitent pas aux aspects réglementaires. Elles peuvent inclure la liste des ingrédients, les valeurs nutritionnelles, le Nutri-Score, les additifs, les allergènes, l'origine, les certifications, les différents labels dont ceux écologiques et également des informations sur les emballages, une photo de l'emballage ainsi que d'autres informations.
- ✓ Analyse des ingrédients : Les ingrédients contenus dans une denrée alimentaire ainsi que les composants des cosmétiques figurent parmi des données clés analysées par les applications afin de fournir une notation automatique sur un produit.

- ✓ Recommandations et alternatives : Sur la base des informations fournies, ces applications peuvent recommander des alternatives considérées comme plus saines ou plus adaptées tout en répondant aux besoins et aux préférences des utilisateurs. Récemment il a été constaté que certaines applications allaient au-delà et proposait un classement des produits aux consommateurs sur un secteur donné au regard du choix éditorial de l'application.

Les données produit collectées par ces applications sont donc au cœur de leur fonctionnement et proviennent de sources diverses. Elles peuvent varier en termes de précision et de fiabilité du fait, notamment, de l'évolutivité de ces données produit inhérente à la vie des marchés.

2.2 DESCRIPTION SYNTHÉTIQUE DU FONCTIONNEMENT DES APPLICATIONS NUMÉRIQUES DE NOTATION

Le fonctionnement des applications numériques de notation des produits est généralement le suivant. Le consommateur télécharge l'application sur son smartphone et la majorité fonctionne à l'aide d'un système de scanner : l'appareil photo du smartphone du consommateur permet de capturer le code-barres qui figure sur l'étiquetage du produit. Cela permet ensuite d'afficher les informations que l'application a choisi de délivrer.

Certaines demandent au consommateur de leur adresser une photo de l'étiquetage du produit ou de compléter, en mode collaboratif, directement les informations de la banque de données produit de l'application.

D'autres concluent des accords avec les fabricants des produits notés afin qu'ils transmettent par voie digitale les données sources sur les produits nécessaires à leur notation, via le plus souvent des acteurs spécialisés, directement dans la base de données produit mise en place par l'application. Cette pratique dynamique peut favoriser la prise en compte synchrone de l'évolutivité des données produit mais représente un coût pour les professionnels à l'origine des données.

Afin d'assurer la loyauté de l'avis ou de la notation délivrés par l'application sont mis en place des processus internes, humains et/ou robotisés, de vérification et de validation des données relatives au produit, parfois avec l'appui d'opérateurs spécialisés externes.

Puis l'application doit extraire de ces données les éléments nécessaires pour sa fonction de notation.

Dans ce cadre le décryptage des ingrédients par l'application peut être réalisé par des robots afin de fiabiliser et d'accélérer cette étape.

Les développeurs des applications numériques sur la qualité des produits déterminent le choix éditorial de leur service au moyen de critères (exemples : santé, nutrition, toxicologie, allergie, production locale, BIO, environnement), de leur hiérarchie ainsi que de leur pondération respective pour établir un avis. Ces éléments alimentent un algorithme permettant d'analyser automatiquement certaines données sur un produit afin de fournir aux consommateurs, *in fine*, une appréciation sur celui-ci lors de l'utilisation de l'application.

Le fondement scientifique des critères choisis par le gestionnaire de l'application repose, le plus souvent, sur l'avis demandé à des experts extérieurs mais certaines applications ont fait le choix de recruter en interne une expertise sur une thématique (ex : toxicologie).

Un exemple de fonctionnement d'application est repris en annexe 4.

2.3 « SERVICES » PROPOSÉS PAR LES APPLICATIONS

Outre l'appréciation globale sur un produit les applications mobiles de notation proposent, à ce stade, aux consommateurs des utilisations complémentaires parmi lesquelles :

- proposition d'alternatives considérées plus saines et mieux notées dans la catégorie de produit correspondante ;
- proposition de notation en fonction de critères déterminés par le consommateur en fonction de ses choix en matière de santé le cas échéant complété par d'autres objectifs en lien avec l'environnement ou la responsabilité sociale notamment ;
- affichage de la liste complète des ingrédients avec une lisibilité améliorée par rapport à l'étiquette ;
- glossaire des additifs avec description de son numéro, de son rôle dans la fabrication d'un produit et le cas échéant de l'existence d'une controverse scientifique à son sujet ;
- possibilité d'accéder à une fiche décrivant chaque ingrédient utilisé dans le produit et le cas échéant l'existence d'une controverse scientifique à son sujet ;
- possibilité d'entrer le nom de marque d'un produit s'il ne peut pas être scanné (pas de réseau dans les magasins) ;
- onglet « nutrition » fournissant des données plus détaillées sur les repères nutritionnels ou permettant de suivre l'apport calorique quotidien, au regard des besoins estimés, compte tenu des produits consommés renseignés dans l'application ;
- module de comparaison de produits permettant de scanner plusieurs produits de la même catégorie et l'application se charge de comparer les composants afin d'indiquer au consommateur quel produit obtient le meilleur score et représente donc un meilleur choix pour sa santé ; de plus, des palmarès des meilleurs produits par catégorie sont parfois proposés ;
- présence d'un onglet « alertes » qui souligne les composants allergisants dans les cosmétiques ou la présence des allergènes alimentaires dont la déclaration est obligatoire sur les denrées alimentaires ;
- onglet « impact environnemental » qui informe le consommateur si certains ingrédients sont estimés à caution pour l'environnement.

2.4 MODÈLE ÉCONOMIQUE ET TRANSPARENCE

2.4.1 Transparence

Face à la multiplication des applications, de leur nombre de téléchargements (plus de 35 millions de consommateurs en a téléchargé au moins une), leur utilisation généralisée et de l'impact de ce modèle de consommation sur le marché, la DGCCRF a mené une enquête en 2020 dont elle a présenté les résultats essentiels au groupe de travail. Son objectif était de contrôler :

- l'indépendance des développeurs d'applications vis-à-vis des marques et des industriels ;
- la fiabilité des sources d'information servant de référence à l'évaluation des produits ;
- la fiabilité de la technologie de reconnaissance des produits via l'outil de reconnaissance des caractères ;
- l'objectivité des critères d'évaluations des ingrédients ;

- l’objectivité des critères de comparaison pour les applications qui proposent des produits de substitution ;
- la réalité de la prestation annoncée : les applications permettent-elles aux utilisateurs de faire des choix meilleurs pour leur santé ?
- l’information sur le traitement et l’éventuelle cession à des tiers des données collectées.

Le modèle économique des applications a été étudié en amont de la vérification du service proposé afin de déterminer le caractère commercial des pratiques mises en œuvre et d’appréhender les modes de fonctionnement et les interactions avec les autres acteurs du marché. Notamment, il a été procédé à l’identification des sources de revenus directes ou indirectes et des partenaires.

S’agissant du contrôle du service proposé ont été vérifiés l’origine et les moyens mis en œuvre pour le traitement de la base de données tant du point de vue du contrôle de son contenu que de sa mise à jour ainsi que les fondements sur lesquels l’application s’appuie pour évaluer un ingrédient (références scientifiques...) et le classement de l’ingrédient dans une catégorie de risques. Les critères de notation du produit et l’absence de discrimination dans la mise en œuvre de la méthode de notation, l’impartialité et l’absence de discrimination dans la comparaison des produits ont été examinés et enfin la réalité de toutes les allégations valorisantes présentées à l’appui de la présentation du service.

Ce contrôle a permis de faire apparaître des coûts de création allant de 15 000 à 700 000 €, des coûts de maintenance annuelle allant de 7 000 à 95 000 € et un chiffre d’affaires moyen de 50 000 €.

2.4.2 Modèle économique

Le modèle économique des applications mobiles de décryptage des ingrédients n’est pas standardisé. Sur le périmètre des applications qui ont été contrôlées par le Service National des Enquêtes de la DGCCRF, l’enquête qui a été réalisée n’a pas identifié de financements de ces applications de nature à soulever des difficultés sous l’angle de leur indépendance vis-à-vis des industriels fabricant ou distribuant des denrées alimentaires ou des produits cosmétiques.

Les applications sont gratuites pour le consommateur et génèrent relativement peu de revenus directs, à ce stade, pour les développeurs des applications. Certaines applications peuvent également proposer des fonctionnalités payantes ou des abonnements premium payants permettant d’accéder à davantage d’informations sur les produits notés.

3. CADRE JURIDIQUE APPLICABLE AUX APPLICATIONS SUR LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES ET COSMÉTIQUES

Le groupe s’est spécifiquement interrogé sur le cadre juridique applicable aux applications et les textes éventuellement mobilisables pour s’assurer qu’elles soient de qualité et fiables, tant pour protéger les consommateurs que pour assurer la loyauté de la concurrence.

Sa réflexion a été nourrie par une contribution du professeur Bernheim-Desvaux, de l’Université d’Angers, élaborée notamment à partir de la jurisprudence se construisant autour des mises en cause des applications².

² Décisions rendues par le Tribunal de commerce d’Aix en Provence (13 septembre 2021), par les Cour d’appel d’Aix en Provence (8 décembre 2022) et de Paris (7 juin 2023).

Il apparaît que d'éventuelles mauvaises pratiques dans ce domaine sont susceptibles d'être appréhendées sous l'angle du droit de la consommation et sur le terrain de la responsabilité civile délictuelle.

À ce jour aucune décision de justice devenue définitive ne conclut qu'une application a enfreint le droit positif.

La DGCCRF a donné plusieurs exemples concrets de pratiques qui seraient susceptibles d'être appréhendées sur la base des dispositions du code de la consommation relatives aux pratiques commerciales trompeuses.

Par ailleurs, des actions semblent pouvoir être entreprises au plan civil sur le terrain de la responsabilité délictuelle (concurrence déloyale) à l'encontre d'une application qui fournirait indument une note basse ou ferait une mauvaise évaluation d'un produit.

3.1 L'APPLICABILITÉ DU DROIT DE LA CONSOMMATION

Il ressort aussi bien de la définition que le code de la consommation donne du professionnel que de celle de la directive 2005/29 sur les pratiques commerciales déloyales (DPCD) que doit être considéré comme tel « *toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel* ».

La Cour de justice de l'Union européenne³ consacre une acception très large de la notion de « professionnel » en incluant même les entités poursuivant une mission d'intérêt général ou relevant du droit public dès lors qu'elles exercent une activité rémunérée.

On peut ainsi conclure que, *a fortiori*, les applications mobiles, dès lors qu'il aura été constaté qu'elles exercent une activité rémunérée, doivent être considérées comme des professionnels.

Par ailleurs le groupe de travail s'accorde à penser que le critère relatif à l'existence d'une activité rémunérée peut et doit lui-même être entendu d'une façon relativement large dès lors qu'il existe un lien suffisant entre la rémunération prise en considération et l'activité principale de l'application.

Le critère de l'activité rémunérée semble pouvoir être entendu de façon extensive⁴ et inclure une activité indirecte.

De même, la loi et la jurisprudence développent une définition très large de la pratique commerciale⁵ pouvant ainsi permettre de qualifier potentiellement les pratiques des applications de trompeuses.

Saisis à plusieurs reprises sur ce fondement, les tribunaux nationaux n'ont pas contesté que « le fait d'informer le consommateur, par le biais d'une application, sur les qualités d'un produit proposé dans un magasin doit être considéré comme une action en relation directe avec la vente de ce produit » et constitue donc une pratique commerciale au sens du code de la consommation et de la directive 2005/29.

³ Arrêt du 3 octobre 2013 (C-59/12 « BKK Mobil Oil Körperschaft des Öffentlichen Rechts »).

⁴ Il est par exemple admis que le fait qu'une organisation soit « sans but lucratif » n'est pas déterminant pour l'appréciation de sa qualité de professionnel.

⁵ Cf. point 16 de l'article liminaire du code de la consommation et du point d de l'article 2 de la directive 2005/29, une pratique commerciale s'entend de « toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un bien, d'un service, ou portant sur des droits et obligations ».

En l'espèce ils n'ont pas constaté d'allégations ou pratiques mensongères et pouvant être qualifiées de trompeuses pour le consommateur⁶. Ils ont également relevé que « *le caractère mensonger des allégations et indications [lui] étant reproché ne concernant pas des services par elle proposés, mais des produits fabriqués par un tiers* ».

Les services de la DGCCRF, sur la base des constats effectués lors d'une enquête récente, ont donné plusieurs exemples de pratiques qui, si elles étaient constatées, seraient susceptibles de faire l'objet d'une qualification juridique sous l'angle des pratiques commerciales déloyales :

- ✓ Éditeur annonçant que son application est fiable alors que la note globale peut être, pour différentes raisons, erronée.
- ✓ Éditeur déclinant toute responsabilité quant à l'exactitude des informations fournies alors que la fiabilité du décryptage des ingrédients est annoncée comme garantie.
- ✓ Absence ou manque de diligence dans la mise à jour de la base de données.
- ✓ Erreurs de décryptage du robot qui est sensé identifier les substances controversées.
- ✓ Allégations sur le fait que l'application décrypte plusieurs centaines de milliers de produits alors que le décryptage est complet sur la moitié d'entre eux.
- ✓ Omission ou fourniture à contretemps des informations sur les critères d'évaluation ou sur les sources scientifiques sur lesquelles les évaluations reposent ou les modalités de classement des produits.

3.2 AUTRES QUALIFICATIONS JURIDIQUES

Ont été également évoquées, comme possibles autres chefs de qualification juridique d'éventuelles mauvaises pratiques, notamment les dispositions principales suivantes⁷ :

3.2.1 Dispositions relatives à la diffamation⁸

Les tribunaux ont considéré qu'« *une allégation concernant un produit ne peut constituer un acte diffamatoire, sauf lorsque cette allégation est destinée de manière expresse à porter atteinte à l'honneur ou à la considération de son fabricant ou distributeur clairement identifié* ».

3.2.2 Dénigrement

Il s'agit de la divulgation par une personne d'une information de nature à jeter le discrédit sur un produit commercialisé par une autre, même si elle est exacte.

Cette notion jurisprudentielle permet d'engager la responsabilité délictuelle de son auteur sur le fondement de l'article 1240 du code civil et de l'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits

⁶ « Les informations relatives au caractère « à éviter » des additifs employés et au risque élevé qu'ils pourraient représenter ne peuvent être considérées comme mensongères ou de nature à induire en erreur le consommateur ».

⁷ De manière incidente, a également été évoquée la notion de boycott, qui ne semble pas pertinente à examiner dans le cadre de ce groupe de travail.

⁸ En vertu de l'article 29 de la loi du 29 juillet 1881, « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé est une diffamation. La publication directe ou par voie de reproduction de cette allégation ou de cette imputation est punissable, même si elle est faite sous forme dubitative ou si elle vise une personne ou un corps non expressément nommés, mais dont l'identification est rendue possible par les termes des discours, cris, menaces, écrits ou imprimés, placards ou affiches incriminés ».

de l'homme et des libertés fondamentales. C'est une limite à la liberté d'expression et au droit de critique.

L'auteur peut en être exonéré sous trois conditions cumulatives dont le respect est soumis à l'appréciation souveraine du juge⁹ :

- l'information divulguée se rapporte à un sujet d'intérêt général ;
- l'information repose sur une base factuelle suffisante ;
- l'auteur doit s'exprimer avec une certaine mesure.

Jusqu'à présent, s'agissant des applications de notation des produits, les juges ont examiné ces conditions et ont conclu qu'elles étaient réunies.

Cependant la responsabilité pourrait être engagée sur le fondement de l'article 1240 du code civil, sous réserve de prouver le caractère excessif ou disproportionné, et l'absence de subsidiarité.

Conclusion et perspectives d'invocation du droit pour mieux réguler l'activité des applications

Ce bref panorama des dispositions juridiques susceptibles d'être appliquées aux applications suggère que leur activité se situe fréquemment à la lisière d'une activité éditoriale, disposant d'une liberté plutôt large et d'une activité commerciale de nature à affecter notablement le comportement du consommateur, soumise de ce fait à des limites claires tenant à la loyauté des pratiques.

Les quelques jugements déjà intervenus sur l'activité des applications vont dans le sens de la possibilité de questionner juridiquement les pratiques des applications, notamment en ce qui concerne la véracité des informations qu'elles véhiculent et la transparence qu'elles donnent au traitement et à la hiérarchisation des informations qu'elles opèrent.

Le groupe de travail s'accorde à penser que les principes fondamentaux devant présider à l'encadrement des pratiques des applications paraissent déjà inscrit dans le droit positif, y compris jurisprudentiel.

Il souligne néanmoins que le nombre de jugements prononcés en application du droit économique au sujet des applications est à ce jour limité, ce qui peut constituer un élément d'incertitude légitimant certaines préoccupations.

Le groupe de travail estime que l'avis du CNC pourrait contribuer à réduire cette incertitude par des recommandations de bonnes pratiques mettant en évidence celles qui permettent de corriger les agissements pouvant être qualifiés d'illicites.

4. IDENTIFICATION DES PROBLÈMES

4.1 CIRCUIT DES DONNÉES PRODUIT

Le responsable de la mise sur le marché d'un produit est à la source des données sur celui-ci et en est seul responsable.

Dans le commerce physique les informations sur les produits circulent directement depuis l'industriel jusqu'au consommateur par le biais de l'étiquetage sur lequel figure d'une part les mentions obligatoires imposées par la réglementation afin d'assurer l'information des consommateurs, les

⁹ (Cass. Civ. 1ère, 11 juillet 2018, n° 17-21.457 ; Cass. Com., 9 janv. 2019, n° 17-18.350 ; Cass. Com., 4 mars 2020, n° 18-15.651).

mentions volontaires qui peuvent être encadrées ainsi qu'un code-barres développé par GS1¹⁰, qui prévoit sa transition vers un QR code augmenté. Ce nouveau système d'identification des produits permettra de répondre à de nombreux enjeux des différents maillons de la chaîne alimentaire et de celle des cosmétiques, notamment aux évolutions de la distribution (drive, commerce électronique, catalogues digitaux) mais aussi aux attentes des consommateurs (enrichissement des informations) et aux exigences réglementaires (mise à disposition d'informations en ligne) afin de mettre à disposition un nombre d'information plus important sur un produit compte tenu du développement de nouveaux besoins de la distribution : drive, commerce électronique, catalogues digitaux.

Des précisions sur GS1 figurent en annexe 5.

« L'information produit » comprend des centaines de données pour décrire un produit : identification, classification, caractéristiques, emballages et conditionnements, marchandises dangereuses, mesures (taille, poids), données multimédia, intervenants, contacts, données consommateurs, taxes et assimilées, réglementation (ex : règlement INCO, Nutri-Score pour les denrées alimentaires) quantités, données marketing

À titre d'exemple, « l'information produit » pour une denrée alimentaire peut comprendre 75 données réparties entre les données nécessaires à la relation client - fournisseur (code Global Trade Item Number, code Global Location Number, code de classification des produits, ...), les données légales (dénomination, quantité nette, déclaration nutritionnelle, liste des ingrédients dont les ingrédients allergènes, conditions de conservation, pays d'origine ou de provenance, mode d'emploi, titre alcoométrique...), les données complémentaires (régime végétarien, halal, casher, label bio ou équitable, Nutri-Score), ainsi que l'image (lien de téléchargement de l'image, description du contenu de l'image, date de fin de validité de l'image...).

Cette « information produit » est utilisée pour différents usages : le référencement en magasin, l'information des consommateurs, la conformité réglementaire, la mise en rayon, la recherche sur internet, la logistique ou la facturation.

Une particularité de ces données est qu'elles sont dynamiques car elles sont susceptibles de varier en fonction d'événements liés à la production, aux fournisseurs, à l'évolution réglementaire, l'évolution de choix marketing.

Les distributeurs et les industriels se sont organisés pour le partage de l'information produit avec la mise en place, par exemple, du GS1 GDSN® (Global Data Synchronisation Network) (annexe 5).

La digitalisation de la société et l'essor du commerce électronique rendent encore plus cruciales les données produit dans un contexte où les consommateurs réclament de plus en plus de transparence. Cette évolution s'accompagne de l'augmentation considérable, pour les professionnels, du nombre d'informations sur un produit à fournir de manière détaillée mais également de manière adaptée et personnalisée pour chaque canal de vente (e-commerce, place du web, site de classement de produit...) et pour chaque pays. La circulation des données sur un produit entre un industriel ou un distributeur et le web ou le E-commerce emprunte donc des circuits beaucoup plus complexes faisant intervenir, dans un récent secteur stratégique du commerce, de nouveaux intervenants très spécialisés dans la digitalisation des flux d'échanges de données produit proposant chacun des solutions adaptées à leurs clients.

Par exemple ces acteurs proposent une solution logicielle dénommée PIM (Product information management) ou GIP (Gestion des informations produits en français) permettant de structurer les informations et de maintenir à jour une base de données sur les produits. Cette technique de gestion

¹⁰ GS1 (Global Standards 1) est un organisme mondial non lucratif ayant développé une méthode de codage (code-barres) utilisée dans la chaîne logistique qui permet l'échange de biens de consommation au niveau mondial en visant toute la chaîne de distribution du producteur au consommateur.

centralisée met en avant une distribution plus précise des informations pour soutenir une stratégie marketing et informer les canaux de vente.

Dans un contexte où, notamment, de nombreux produits subissent au moins un changement par an (allant d'une modification d'étiquetage à celle d'une photo ou d'un changement de fournisseur) et où il existe une rotation des produits en fonction de leur durée de vie sur le marché, certains opérateurs se sont spécialisés dans la fiabilisation et l'enrichissement des données à destination des industriels et des distributeurs (Exemple : ConsoTrust).

Ces nouveaux modes de transfert des données produits relèvent également de données fermées entre un opérateur et son client.

Les applications numériques sur la qualité des produits et leurs besoins de données produits fiables pour constituer et alimenter leur propre base de données représentent un nouveau canal pour le flux d'information en provenance des professionnels.

Dans le cadre du groupe de travail, les gestionnaires d'applications numériques de notation ont manifesté leur intérêt pour un accès à ces flux d'informations sur les produits pour améliorer la fiabilité de l'information rendue aux consommateurs.

4.2 DISPONIBILITÉ ET FIABILITÉ DES DONNÉES PRODUIT

4.2.1 Fiabilité

La fiabilité des données sur un produit utilisées par une application pour l'évaluer est au centre de la qualité ainsi que de la crédibilité de l'application et de l'évaluation fournie par celle-ci au consommateur.

Certains facteurs influent sur la fiabilité des données utilisées par les applications : évolution de la liste des ingrédients, erreurs de saisie...

Pour améliorer la fiabilité des données certaines applications ont mis en place leur propre plateforme sur laquelle les industriels déposent leurs données sur les produits. Par ailleurs, ces applications ont recours de plus en plus à des opérateurs spécialisés dans le transfert des flux de données sur les produits entre les industriels à l'origine de ces données sur les produits et les distributeurs ou les applications. Ces opérateurs spécialisés sont différents pour les denrées alimentaires et les cosmétiques. Pour les cosmétiques il n'y pas d'opérateur spécialisé qui appréhende tous les cas de figure de distribution existant sur ce secteur. Dans le cas d'une application numérique de notation visant les denrées alimentaires et les cosmétiques cela implique de disposer de plusieurs sources de données.

Afin d'augmenter la fiabilité des données il est apparu au groupe de travail qu'il serait nécessaire d'identifier les sources de données fiables, de privilégier des données brutes, de s'appuyer sur des données standardisées (sémantique), de privilégier les solutions interopérables et synchronisées et d'identifier les produits de manière non ambiguë.

Les difficultés relevées par le groupe de travail sur l'information produit sont, notamment, l'augmentation du nombre d'informations à gérer, l'évolution des produits, l'absence de synchronisation des mises à jour, des modes d'échanges et des sources multiples, des informations manquantes ou erronées, des informations disséminées entre plusieurs services ou outils dans l'entreprise et pas toujours de relation établie entre les différents acteurs.

Un gestionnaire d'application a souligné l'importance de tenter de diminuer le délai de retour des professionnels concernant une demande de modification de valeur sur une donnée produit d'autant plus que cela concerne une information requise par la réglementation.

Par ailleurs, il a également indiqué qu'il pouvait arriver que la transmission d'une donnée produit comporte une erreur concernant sa catégorie (produit classé comme gâteau alors qu'il s'agit d'une eau minérale) ce qui influe par exemple sur le calcul du Nutri-Score. Se pose alors la question de la possibilité pour le gestionnaire, dans l'attente de la correction de cette erreur par le professionnel, de modifier lui-même directement ces valeurs.

Le groupe de travail constate que la fiabilité des données produit repose beaucoup sur la possibilité de prendre en compte avec une grande réactivité leur évolutivité.

4.2.2 Disponibilité des données produit

Les industriels et les distributeurs échangent des informations directement dédiées aux consommateurs, via la fiche-produit dont le format et le contenu sont harmonisés via des travaux GS1 : par exemple des données sur des denrées alimentaires reprenant des informations dont l'affichage est obligatoire sur les sites de vente en ligne dans un premier temps (e.g. valeurs nutritionnelles, listes des ingrédients, allergènes, origine, etc.), puis des données marketing permettant de valoriser les produits dans un second temps : allégations, labels, prix et récompenses (e.g. « médaille agricole »).

C'est donc en grande partie grâce à la fiche-produit GS1 que les informations sur les produits sont affichées sur les sites de vente en ligne aujourd'hui. Toutes ces données que s'échangent les industriels et les distributeurs via le standard fiche-produit depuis les années 2000 sont fermées c'est-à-dire quelles ont uniquement vocation à transiter entre le responsable du produit et la grande distribution.

Pour améliorer la disponibilité des données une association a mis en place une banque de donnée ouverte à chacun sur les aliments qui s'appuie sur des contributeurs volontaires qui recopient les informations figurant sur les emballages des produits sur une application ou un site web dédié. Elle est également confrontée aux mêmes difficultés sur la fiabilité des données. Face à cette difficulté, les associations de consommateur ont interrogé l'opportunité de la mise en place d'une base de données unique sans qu'une solution viable n'ait pu émerger des discussions.

L'idée d'une base de données unique a été largement débattue dans le groupe de travail comme facteur d'amélioration de la fiabilité des données produit utilisées par les applications. Il est ressorti des différents échanges que la fiabilité des données produits était liée à la prise en compte de la manière la plus synchrone possible de l'évolutivité de ces données.

Le groupe de travail constate une marge de progrès en ce qui concerne la disponibilité des données produit et le fait qu'elle pourrait être améliorée, notamment, par une meilleure interopérabilité des différentes bases de données existantes.

4.3 TRAITEMENT DES DONNÉES

Chaque application utilise des données sur un produit pour établir une évaluation sur ce dernier en fonction de critères qui lui sont propres. Par ailleurs, elle définit une pondération de ces critères au regard de l'importance qu'elle attribue à chacun d'entre eux pour classer le produit. Cette pondération prend en compte des dispositions réglementaires mais également d'autres éléments basés, par exemple, sur certaines données scientifiques.

Le groupe de travail constate une marge de progrès en ce qui concerne la transparence donnée aux critères de notation des produits.

4.4 QUELLES DÉRIVES CONSTATÉES ET QUELS CRITÈRES POUR ASSURER, NOTAMMENT, L'INFORMATION LOYALE DES CONSOMMATEURS ?

Les premiers éléments de l'enquête menée par le Service National des Enquêtes de la DGCCRF ainsi que les discussions menées au sein du groupe de travail ont permis de mettre en évidence la typologie suivante.

4.4.1 Fiabilité des sources d'information/manque de mise à jour régulière des données/repérage des erreurs

Certaines applications travaillent en lien avec les fabricants qui fournissent les informations de leurs étiquettes (composition, marque, contenance...). D'autres travaillent à partir de sources d'informations gratuites disponibles sur internet, dont certaines sont issues d'espaces collaboratifs de type « Wikipédia » renseignés par tout internaute. Il ressort de l'enquête, qu'à ce jour, aucun opérateur ne dispose d'une information fiable et sécurisée à 100% (problèmes d'actualisation des données par exemple).

Aucune application ne peut donc en l'état proposer de décryptage pertinent et absolument fiable, issu de données sécurisées et à jour.

Des défaillances des outils de reconnaissance entraînent des erreurs importantes qui ont des conséquences sur la loyauté de l'information délivrée aux consommateurs.

Des informations erronées peuvent être véhiculées lorsque l'outil de détection des caractères dédié aux additifs et/ou celui dédié aux allergènes dysfonctionne (par exemple parce que les substances sont mal orthographiées dans la liste d'ingrédients) et que l'application conclura donc que le produit ne contient « pas d'allergènes connus » ou « aucun additif » par exemple, alors qu'il en contient.

4.4.2 Manque de transparence des sources

Certaines applications ne citent pas les sources scientifiques sur lesquelles elles se basent pour placer un ingrédient dans une catégorie de risque ou utilisent des sources tronquées.

Là encore des problématiques de transparence, de loyauté de l'information donnée, voire de potentielles pratiques commerciales trompeuses sont identifiées.

4.4.3 Objectivité des critères d'évaluations des ingrédients

Des applications évaluent négativement des produits qui comportent des substances pourtant autorisées par la réglementation européenne. Or, la présentation de l'évaluation ne permet pas toujours de comprendre que les ingrédients qui sont évalués et pour lesquels une évaluation de « risques » est présentée par l'application sont autorisés car ils ont fait l'objet d'une évaluation de sécurité au niveau européen.

4.4.4 Simplification excessive

Utilisation de notations simplifiées et d'indicateurs sous forme de couleurs pour évaluer la qualité d'un produit. La complexité des informations pertinentes sur un produit est ainsi réduite d'une manière qui peut soulever des interrogations en particulier lorsque l'application n'est pas suffisamment transparente sur sa méthode de calcul.

Lors des discussions du groupe de travail il été souligné que ce constat ne remettait pas en cause la pratique des classifications basées sur des visuels simplifiés tel que le Nutri-Score. Par ailleurs, des membres du groupe de travail ont mentionné que de tels dispositifs devaient faire partie d'une stratégie plus globale de promotion d'une alimentation équilibrée et variée.

4.4.5 Manque de rigueur des critères d'évaluation

Le calcul du Nutri-Score et l'évaluation des valeurs nutritionnelles s'effectuent différemment selon la catégorie de produits (aliments, boissons...). Le classement d'un produit par une application dans une mauvaise catégorie peut avoir :

- un impact sur la note ;
- un impact sur les alternatives proposées (par exemple les alternatives proposées pour un burger classé à tort dans la catégorie légumes seront nombreuses et non pertinentes).

Ces classements erronés entraînent une notation qui n'est pas fiable dans la mesure où la catégorie de produit ne correspond pas au produit scanné.

Les conséquences de ces dysfonctionnements peuvent être perturbantes pour les consommateurs, qui notamment produisent certains écarts de notation non objectivés des produits entre les applications, et pour les professionnels.

4.4.6 Absence de distinction entre les différents profils de consommateurs, évaluation non réalisée sur l'ensemble des produits sur le marché

Les besoins et les préférences des consommateurs peuvent varier considérablement d'une personne à l'autre.

Les produits évalués prennent peu en compte les petites productions et les modes de distribution spécialisés.

Par ailleurs, lors de la réunion du Groupe de travail du 14 septembre, des associations de consommateurs ont souligné l'absence de prise en compte des denrées non préemballées.

4.4.7 Gestion des éventuels conflits d'intérêts

Cette question doit rester un point de vigilance, même s'il n'a pas été identifié à ce stade de difficultés.

4.4.8 L'information sur le traitement et l'éventuelle cession à des tiers des données collectées

L'utilisation ou la revente des données des utilisateurs est également un sujet sensible. Les applications disposent de sources d'informations très précieuses (les scans de leurs utilisateurs). La question peut se poser de leur utilisation en dehors du fonctionnement même des applications, comme la cession ou la revente de données. Cette thématique couvre également la problématique du respect des données personnelles.

4.5 QUESTION DE LA COMPLÉTUDE DU CADRE RÉGLEMENTAIRE ENCADRANT L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS SUR LES DENRÉES ALIMENTAIRES ET SUR LES COSMÉTIQUES

Des associations de consommateurs ont souligné que la nécessité de recourir à des applications peut également résulter d'un déficit d'information des consommateurs au sujet de certaines caractéristiques des produits. Elles appellent de leur vœux un renforcement de la réglementation sur ce point, qui est européenne.

4.6 QUESTION DES DÉLAIS D'ÉVALUATION ET DE RÉVISION DES AUTORISATIONS

Des associations de consommateurs ont souligné que parfois, les débats auxquels peuvent donner lieu la notation par les applications de certains produits sont liés aux délais, jugés trop long, de l'évaluation des produits et de la révision des autorisations, dans un contexte où il peut y avoir controverse au sujet des enjeux de santé que comportent ces produits. Elles appellent de leurs vœux une amélioration des procédures d'évaluation et de révision des autorisations, dans une optique de meilleure réactivité.

5. RECOMMANDATIONS DU GROUPE DE TRAVAIL DU CNC

À l'issue de ses travaux, le groupe de travail du Conseil national de la consommation (CNC) sur les applications numériques sur la qualité des produits alimentaires et cosmétiques émet les recommandations suivantes.

5.1 TRANSPARENCE

Recommandation n° 1

Les applications devraient fournir au consommateur une information sur la provenance des données qu'elles utilisent pour la notation de chaque produit.

Recommandation n° 2

Les applications devraient rendre accessible au public une information au sujet de leur méthode de notation des produits, afin de lui permettre de comprendre comment les différents critères qui sont pris en compte dans cette notation sont hiérarchisés. Elles devraient documenter le fondement de ces critères et de leur pondération.

Recommandation n° 3

Les applications devraient informer les consommateurs sur les modalités de fiabilisation de leurs prestations, notamment en ce qui concerne l'actualisation des données prises en compte (ex : fréquence d'actualisation et date de dernière mise à jour).

Recommandation n° 4

Lorsqu'une application utilise un dispositif tiers de notation ou de signe de qualité, elle indique au consommateur s'il présente ou non un caractère officiel. Elle en respecte les conditions d'usage.

Recommandation n° 5

Les applications devraient informer le consommateur, lorsqu'elles sont concernées, de l'existence d'une relation contractuelle, d'un lien capitalistique, d'une rémunération à leur profit, ou de tout autre facteur susceptible d'influencer la façon dont elles présentent et notent les produits.

Recommandation n° 6

Les informations mentionnées aux recommandations n° 1 à 5 devraient être claires, lisibles, et aisément accessibles lors de l'utilisation des applications.

5.2 LOYAUTÉ

Recommandation n° 7

Afin de se conformer aux obligations de loyauté, prévues par le code de la consommation et qui leur sont applicables, les applications devraient notamment :

- ✓ Être attentives à la sincérité de leurs allégations de fiabilité, compte-tenu du niveau réel d'exactitude qu'elles peuvent assurer ; elles devraient notamment s'abstenir de noter un produit lorsqu'elles ne disposent pas des données nécessaires à cette fin.
- ✓ Être attentive à la sincérité de leurs allégations quant à l'étendue de leurs prestations, notamment le nombre de produits qu'elles analysent.
- ✓ Réduire au maximum tous les facteurs de fragilisation de leur fiabilité, tels que par exemple une diligence insuffisante dans l'actualisation des données, ou l'absence de rectification d'erreurs dans l'identification des ingrédients.
- ✓ Éviter toute omission d'une information requise au titre de l'exigence de transparence (voir recommandation n° 1 à 5, ou fourniture tardive de celle-ci).

Recommandation n° 8

Lorsque les applications notent les produits à la fois sur la base de la conformité réglementaire de leurs ingrédients et sur la base d'autres critères, elles devraient l'indiquer, par souci de transparence, préalablement et distinguer clairement ces deux approches, sans préjudice de la possibilité d'une notation globale.

Recommandation n° 9

Les applications devraient faire leurs meilleurs efforts pour fonder leurs critères de notation sur des travaux scientifiques solides et reconnus, notamment ceux des agences officielles d'évaluation des risques, et elles devraient veiller en tout état de cause à la licéité de ces critères, notamment au regard de l'article 1240 du code civil et de la jurisprudence en matière de concurrence déloyale.

5.3 GESTION DES DONNÉES

Recommandation n° 10

Les professionnels devraient poursuivre leurs efforts pour améliorer l'accessibilité, la fluidité et la fiabilité des données qui sont utilisées par les applications pour noter les produits, grâce à une coopération étroite des parties prenantes. Ils devraient donner toute la transparence requise à l'avancée de leurs travaux.

Recommandation n° 11

En cas de données erronées les applications procèdent à des corrections dans des délais raisonnables à la demande des consommateurs et des professionnels. Elles doivent régulièrement procéder de leur propre initiative à des vérifications sur l'exactitude des données et peuvent dans ce contexte interroger les professionnels concernés.

5.4 POINTS DE CONTACT

Recommandation n° 12

Les applications devraient mettre à disposition des consommateurs et des professionnels des points de contacts pour la réception et l'instruction dans un délai raisonnable des demandes d'informations complémentaires et des demandes de rectification des informations publiées. Les professionnels agissent de façon réciproque vis-à-vis des applications.

5.5 PRODUITS ALTERNATIFS

Recommandation n° 13

Lorsqu'elles proposent des produits alternatifs, les applications devraient veiller à :

- ✓ Mettre en place des solutions qui permettent de proposer des produits qui présentent un degré suffisant de substituabilité avec le produit initialement recherché par le consommateur du point de vue de ses attentes, y compris sous l'angle de la santé (ex : allergènes).
- ✓ Informer les consommateurs, en prenant notamment en compte les recommandations n° 2 à 5, au sujet de leur méthode de sélection de ces produits alternatifs, y compris le périmètre des circuits de distribution sur lequel cette sélection est effectuée.
- ✓ Informer le consommateur, le cas échéant, au sujet des critères présidant à l'ordre spécifique dans lequel plusieurs produits sont présentés comme alternatifs.

5.6 RÉGLEMENTATION SUR LES PRODUITS

Recommandation n° 14

Dans la perspective des discussions à venir au sujet de l'évolution du cadre européen applicable à l'information des consommateurs sur la composition des denrées alimentaires et des produits cosmétiques, les autorités françaises devraient porter une attention particulière aux demandes et

positions des parties prenantes concernant le renforcement de ces règles dans une optique de transparence renforcée au bénéfice des consommateurs.

Recommandation n° 15

Dans la perspective des discussions à venir au sujet de l'évolution du cadre européen applicable à l'autorisation d'emploi d'ingrédients ou de substances dans les denrées alimentaires et les produits cosmétiques les autorités françaises devraient porter une attention particulière aux demandes et positions des parties prenantes concernant l'amélioration des procédures d'évaluation et de révision des autorisations, dans une optique de meilleure réactivité au regard de l'avancée des connaissances scientifiques, notamment issues des travaux des agences officielles d'évaluation des risques .

6. ANNEXES

Annexe 1 – Mandat du groupe de travail



**Conseil national
de la consommation**

MANDAT

Applications numériques sur la qualité des produits alimentaires et cosmétiques

Adopté le 29 juin 2022

Contexte

Les consommateurs expriment de nouvelles attentes notamment en ce qui concerne les produits alimentaires et cosmétiques. Un nombre croissant d'entre eux recherchent des produits issus de certains modes de production ou de circuits courts, moins transformés ou contenant un nombre limité d'ingrédients, sans additifs ni substances dites « controversées », ou encore présentant de meilleures qualités nutritionnelles pour les produits alimentaires.

La possibilité d'accéder aux informations permettant d'identifier les produits répondant à ces nouvelles attentes constitue donc, de plus en plus, un enjeu de confiance des consommateurs sur le marché. Or, l'accès à ces indications n'est pas toujours aisé. En effet, la densité et la lisibilité des renseignements présents sur l'étiquetage, et le fait que les informations réglementaires sur les ingrédients sont souvent moins visibles que les allégations de nature commerciale, ne permet pas toujours de repérer rapidement celles qui les intéressent. Par ailleurs, la comparaison visuelle de ces données, entre les produits, peut se révéler fastidieuse au sein d'un magasin. Enfin, l'absence de certaines, lorsque leur indication n'est pas obligatoire, peut représenter un obstacle dans cette démarche.

Dans ce contexte, se sont développées, sur la période récente, des applications numériques relatives à la qualité des produits ou proposant de les classer sur la base d'un score en fonction de critères de choix déterminés. Ces applications connaissent un succès grandissant auprès des consommateurs, au point de constituer pour certains leur source privilégiée d'information. Pour d'autres, elles constituent un moyen de pression inédit sur les entreprises qui, soucieuses d'obtenir des scores élevés associés aux produits qu'elles fabriquent ou distribuent, sont parfois conduites à reconsidérer leur offre.

Compte-tenu du rôle qu'elles ont d'ores et déjà dans le fonctionnement du marché et qui est susceptible de s'accroître en lien avec la numérisation de l'économie et de l'évolution du comportement des consommateurs, ces applications constituent un enjeu croissant tout à la fois en termes de protection des consommateurs et de loyauté de la concurrence.

Dès lors que, directement ou indirectement, elles peuvent orienter ou contribuer à orienter le consommateur dans ses choix, il convient notamment de s'assurer que ces applications s'appuient sur des bases techniques et scientifiques solides, complètes et à jour, et apportent elles-mêmes toute la transparence requise pour une information loyale des consommateurs, notamment s'agissant des méthodes et critères d'évaluation et de classement sur lesquels elles reposent.

CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION

Le Gouvernement a inscrit parmi les actions phares du Programme national de l'alimentation et de la nutrition (PNAN) la nécessité de s'assurer, en concertation avec les parties prenantes dans le cadre du CNC, de la qualité et de la fiabilité des applications numériques informant et orientant le consommateur dans ses choix alimentaires.

La portée de cet engagement peut être élargie à d'autres types de produits, notamment aux produits cosmétiques, qui présentent à cet égard bien des similitudes avec les produits alimentaires.

Mission

Le groupe de travail constitué dans le cadre du présent mandat aura pour mission, en premier lieu, d'analyser les enjeux sociologiques, économiques et juridiques et les impacts potentiels, qu'ils soient positifs ou négatifs, de ces nouvelles pratiques de consommation.

Il examinera ses impacts, en particulier sous l'angle de la protection des consommateurs et de la loyauté de la concurrence.

Il appréciera le degré de transparence des méthodes et critères d'évaluation et de classement sur lesquels reposent ces applications.

Sur la base de ce premier diagnostic, il lui est demandé de formuler un avis sur les exigences auxquelles ces applications devraient répondre. À cette fin, il proposera une liste de critères de qualité, de transparence et de fiabilité de l'information qui devraient guider le développement de ces outils.

Le groupe de travail est, par ailleurs, invité à formuler toutes les recommandations qui lui paraîtront utiles au sujet de ces applications, notamment à l'attention des acteurs qui les développent et les opèrent sur le marché, ainsi qu'à l'attention des consommateurs qui les utilisent, sans exclure, en tant que de besoin, des recommandations en ce qui concerne l'accompagnement par les pouvoirs publics du développement de ces applications et les modalités de sa régulation.

Calendrier

Les travaux du groupe de travail devront être achevés au plus tard le 1^{er} mars 2023.

Annexe 2 - 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)	Jean-Louis BLANC Julie VANHILLE
AFOC (Association Force Ouvrière consommateurs)	Jessica KESHLAF
ALLDC (Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs)	Jacques BESLIN Sabine ROSSIGNOL
CLCV (Confédération de la consommation, du logement et du cadre de vie)	Lisa FAULET
CNAFC (Confédération nationale des associations familiales catholiques)	Nicolas REVENU
CNAFAL (Conseil national des associations familiales laïques)	Karine LETANG
Familles de France	Jamy BELKIRI
Familles Rurales	Anne LEGENTIL, Rapporteuse
UFC - Que Choisir (Union fédérale des consommateurs - Que Choisir)	Olivier ANDRAULT

Au titre du collège des organisations professionnelles et entreprises assurant des missions de service public

Organisations	Représentant(e)s
ANIA (Association nationale des industries alimentaires)	Timothée ARAR-JEANTET Sandrine BLANCHEMANCHE, Rapporteur Alice FUENTES POZZA
CNMCCA (Confédération nationale de la mutualité, de la coopération et du crédit agricoles)	
✓ La coopération agricole	Nathalie BLAISE
CPME (Confédération des petites et moyennes entreprises)	
✓ ADEPALE (Association des entreprises de produits alimentaires élaborés)	Marie-Pierre KAFFEL
FNSEA (Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles)	Amaryllis BLIN

Organisations	Représentant(e)s
MEDEF (Mouvement des entreprises de France)	Christine BARATTELLI Robert NEAGU
✓ FCD (Fédération du commerce et de la distribution)	Emilie TAFournel
▪ AUCHAN	Laurence FISCHER LAMBERGER
▪ DECATHLON	Manon BRIZARD
✓ FEBEA (Fédération des entreprises de la beauté)	Xavier GUEANT, Co-rapporteur
✓ FHER (Fédération de l'hygiène et de l'entretien responsable)	Sonia BENACQUISTA
✓ FVD (Fédération de la vente directe)	Frédéric BILLON
U2P (Union des entreprises de proximité)	
✓ CGAD (Confédération générale de l'alimentation en détail)	Sandrine BIZE Isabelle FILLAUD

Membres de droit

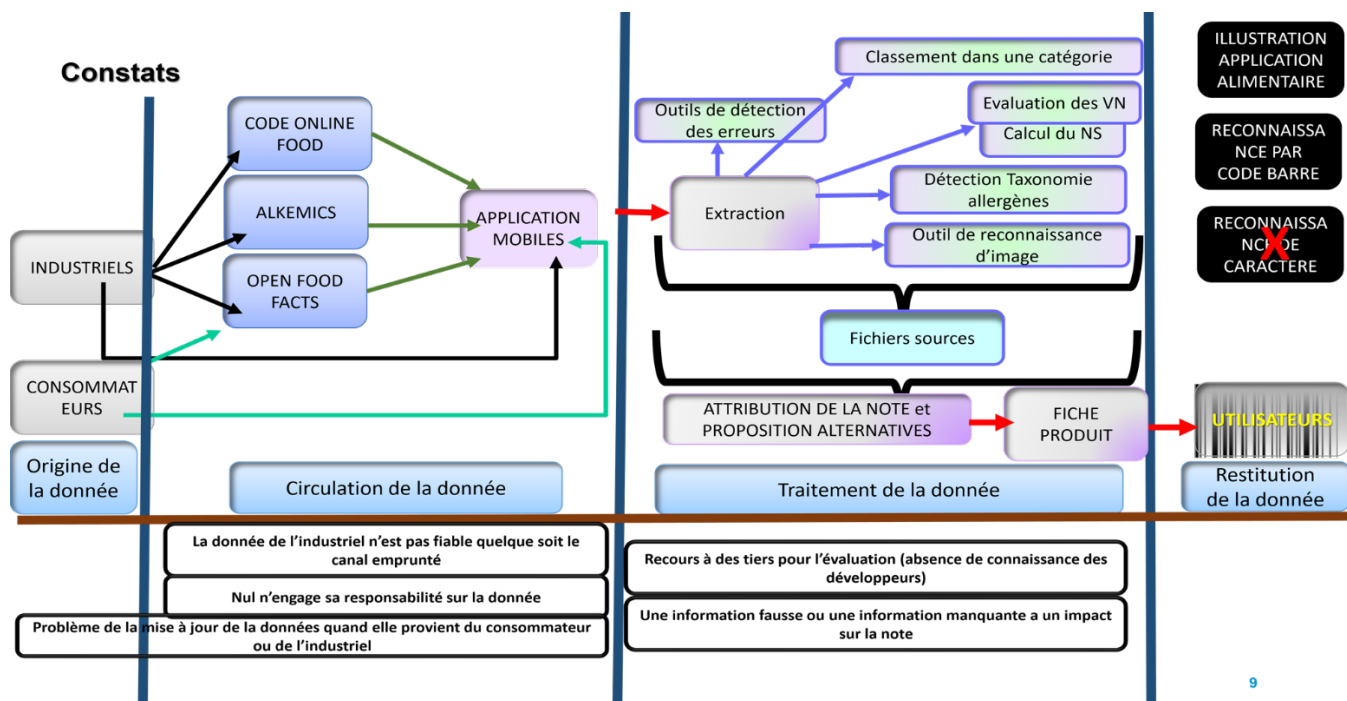
Organismes	Représentant(e)s
CNA (Conseil national de l'alimentation)	Sylvie VAREILLE
INC (Institut national de la consommation)	Emmanuel CHEVALLIER Xavier LEFEBVRE

Administrations

Organismes	Représentant(e)s
DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes)	
✓ Service de la protection des consommateurs et de la régulation des marchés	Pierre CHAMBU, Président
✓ Bureau 1D « Mouvement consommériste et médiation de la consommation » - Secrétariat du CNC	Florence FIETTE-MANDOULA
✓ Bureau 4A « Valorisation nutritionnelle et information sur les denrées alimentaires »	Dominique BAELE
✓ Bureau 5B « Produits et prestations de santé et des services à la personne »	Catherine ARGOYTI

Dates	Ordre du jour des réunions
08/12/2022	<p>Réunion d'installation du groupe de travail</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tour de table ✓ Présentation du mandat ✓ Programme de travail et calendrier des réunions
12/01/2023	<p>Vue d'ensemble des applications</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Éclairer l'usage des applications numériques sur la qualité alimentaire et les produits cosmétiques : Marianne BLEHAUT, directrice du pôle Data et Économie Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) ✓ Applications mobiles de consommation courante, destinées à décrypter les listes d'ingrédients : Fabrice BERTHIER, chef de service - Service national des enquêtes (SNE) de la DGCCRF, assisté de Nathalie WURTZ, enquêtrice
09/02/2023	<p>Identification des principales difficultés (1^{ère} réunion)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cadre juridique des applications numériques sur la qualité des produits alimentaires et cosmétiques : Sabine BERNHEIM DESVAUX, professeure à l'Université d'Angers ✓ Les allergies : Pr Jean-Luc BOURRAIN, allergologue (CHU de Montpellier) ✓ Démarche d'évaluation des risques des ingrédients cosmétiques : Christophe ROUSSELLE, toxicologue - Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES)
10/03/2023	<p>Identification des principales difficultés (2^{ème} réunion)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation de GS1 France : Xavier BARRAS, directeur des opérations/COO, Sophie LE PALLEC, responsable « affaires publiques » et Cédric LECOLLEY, directeur commercial & filières ✓ Présentation d'AGENA3000 : Jacky HUET, directeur général et de Consotrust/Allergobox : Julien DOYEN, fondateur
06/04/2023	<p>Identification des principales difficultés (3^{ème} réunion)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation de l'application Yuka : Julie CHAPON, co-fondatrice ✓ Présentation de l'application Open Food Facts : Stéphane GIGANDET, fondateur
08/06/2023	<p>Identification des difficultés et des questions posées et discussions sur les livrables (1^{ère} réunion)</p>
03/07/2023	<p>Première partie : Identification des principales difficultés (4^{ème} réunion)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation de l'application QuelProduit : Régis GHOZLAN, directeur des systèmes d'information et délégué à la protection des données (DPO) <p>Deuxième partie : Poursuite des réflexions sur les difficultés identifiées et sur les préconisations du groupe de travail (2^{ème} réunion)</p>
14/09/2023	<p>Relecture et adoption des livrables</p>

Annexe 4 - Exemple de fonctionnement d'une application numérique de notation



Source : DGCCRF

1- Le code-barres

Le code-barres utilisé par GS1, représenté ci-dessous, né en 1952, est un standard planétaire pour identifier les produits de manière unique tout au long de la « Supply Chain ». Il a vocation à être remplacé par un QR code augmenté.



Le code est matérialisé par une série de 13 chiffres et est appelé Global Trade Item Number (GTIN).

Il s'agit d'une identification unique fondée sur un système de règles décidées et appliquées par les acteurs qui permet des échanges sans ambiguïté automatisables et efficaces utilisée dans plus de 18 filières ; Ce code, lu grâce à un lecteur spécifique, identifie les produits, les pièces, composants et équipements, les entreprises, entités et lieux ainsi que les unités logistiques. C'est donc un système de traçabilité utilisé par les entreprises tout secteur confondu et dans les supermarchés depuis les années 1970 dans le but d'automatiser le travail en caisse ce qui a représenté un gain de temps pour le consommateur. Il permet une meilleure gestion des flux de produits et des stocks, la traçabilité des produits achetés auprès de chaque fournisseur et le développement des cartes de fidélité.

Dans le secteur du E-commerce, notamment sur les marketplaces, avoir un produit comportant un code GTIN est obligatoire depuis 2016. Plus récemment des applications numériques se sont développées afin de permettre aux consommateurs de scanner et lire les codes-barres des produits qu'ils ont entre les mains.

2- GS1 GDSN® (Global Data Synchronisation Network)

Les distributeurs et les industriels se sont organisés pour le partage de l'information produit avec la mise en place du GS1 GDSN®. Ce réseau permet d'échanger les données « produits » d'un opérateur en temps réel avec l'ensemble de ses partenaires.

