



24/03/2024

Projet d'arrêté relatif à l'information du consommateur sur le prix des produits dont la quantité a diminué à des prix de vente inchangé ou en hausse

FHER soutient l'intention d'améliorer l'information du consommateur au moment de l'acte d'achat. En revanche, certaines dispositions prévues dans l'arrêté pourraient avoir des effets contraires à cette intention et dénigrants pour les produits.

FHER est opposé à ce projet d'arrêté dans sa rédaction actuelle.

La compaction est un levier majeur pour réduire l'empreinte environnementale des produits détergents. Le projet d'arrêté va stigmatiser le produit concerné en rayon alors que cette évolution est positive d'un point de vue environnemental.

En 20 ans, le secteur a diminué de 45% le tonnage de détergents mis sur le marché européen, soit 30M de tonnes de produit, alors que le nombre de foyer augmentait de 20% dans la même période.

Concrètement quand un produit est compacté son volume baisse pour le même nombre de lavage.

L'information prévue dans le projet d'arrêté ne donnera pas l'information complète au consommateur et ne lui délivrera qu'une information négative.

De même, des changements de formule avec changement de contenance peuvent être réalisés pour des raisons réglementaires ou stratégiques. Informer le consommateur en rayon sans pouvoir donner le rationnel complet est stigmatisant.

D'une façon plus globale, le tonnage n'est pas le bon critère pour évaluer le prix d'un produit.
Le plus pertinent est le prix à la dose.

Si cet arrêté devait être maintenu, les cas de compaction pour les produits détergents doivent être exemptés du champ d'application de l'arrêté.

Le marquage ne peut avoir lieu directement sur l'emballage du produit

Le fabricant est responsable des mentions sur l'emballage ; certaines mentions légales pourraient être cachées par ce marquage.

De plus, que se passe t'il au terme des 3 mois prévus par l'arrêté.

Si cet arrêté devait être maintenu, il fait exclure un marquage direct sur l'emballage

L'affichage est entièrement sous la responsabilité du distributeur : ce n'est pas acceptable

Comment s'assurer que l'interprétation sera homogène d'une enseigne à l'autre ?

Il faut que les mentions soient strictement encadrées et que la présentation du texte soit totalement neutre.

Les contrôles risquent d'être impossibles à mener

Que se passe-t-il si un affichage pour un produit est appliqué à tort causant un grave préjudice économique à l'entreprise concernée ?

Comment s'assurer que toutes les marques concernées (notamment les marques distributeurs) feront l'objet d'un affichage : si les Autorités peuvent contrôler la légitimité d'un affichage, elles ne peuvent pas s'assurer que toutes les références de PGC dans un magasin qui devraient faire l'objet de cet affichage le sont bien.

À propos de FHER :

Fédération de l'Hygiène et de l'Entretien Responsable, FHER représente en France les entreprises qui formulent, fabriquent et commercialisent les produits destinés à laver, nettoyer et entretenir le linge, la vaisselle et l'ensemble des surfaces que ce soit dans les foyers, dans les collectivités, les services de santé ou dans l'industrie. FHER fédère 80 % des entreprises du secteur, TPE, PME ou grands groupes de dimension internationale.. fher.org | **Twitter** : [@FHER_ORG](https://twitter.com/FHER_ORG) | **LinkedIn** : [FHER](https://www.linkedin.com/company/fher)