

› QUESTIONS À

Nicolas Monier, fondateur du site www.rappelsproduits.fr

« Les marques ont tout intérêt à jouer la transparence »



LSA - Votre site est actif depuis le 25 mars. Quel en est le principe?

Nicolas Monier - L'idée est de réunir une information qui, aujourd'hui, existe, mais est complètement disséminée.

Nous voulons lister tous les cas de rappels de produits concernant l'univers de la grande consommation et, c'est ça qui est nouveau, en faire une diffusion active via un système d'e-mails envoyés aux personnes qui s'inscrivent. Nous avons rencontré le secrétariat d'État à la Consommation, la DGCCRF, ainsi que des grandes entreprises agroalimentaires et plu-

sieurs distributeurs pour les convaincre de leur intérêt à adhérer au site. Cette adhésion est payante et leur permet de diffuser leurs informations sur ces problèmes de rappels.

LSA - Quelle est leur réaction?

N. M. - Ils sont surpris, mais pas hostiles. Bien sûr, il est problématique de voir votre marque associée à un rappel. Mais dans la mesure où le phénomène existe et où l'information circule, nous leur expliquons que ce n'est pas forcément dévalorisant, et qu'ils ont tout intérêt à jouer la transparence et à communiquer. Les choses évoluent, les marques ne maîtrisent plus leur image. Nous reviendrons vers elles dans quelque temps, avec des retombées dans la presse, des particuliers abonnés à l'alerte, et nous espérons qu'elles adhéreront. **Propos recueillis par O. M.**