

Procédure de retrait de produits - février 2020

Les acheteurs sélectionnent les produits selon les critères de choix des produits définis dans la [charte des produits](#).

Ces critères sont de deux types:

- Les **critères d'exclusion** sont clairs et impartiaux. Les produits proposés à la BEES Coop ne répondent en aucun cas à ces critères.
- Les **sept critères de choix** sont rarement tous rencontrés et peuvent être en contradiction. Par exemple, un produit bio et équitable peut ne pas être local, comme le chocolat.

Les acheteurs ont une autonomie pour sélectionner les produits sur base de la charte. Des coopérateurs peuvent, par leurs connaissances et/ou leur attention, identifier des produits qu'ils estiment ne pas répondre aux critères de la BEES (ou du moins, à un équilibre satisfaisant). Ils ont alors la possibilité, et la responsabilité, d'introduire la procédure de retrait décrite ci-dessous. Cette procédure est valable pour un produit spécifique ou pour une gamme de produits.

Le produit est dans les **critères d'exclusion**.

→ Le produit est automatiquement retiré.

Ex: transport en avion.

Demandes spécifiques **hors critères d'exclusion**.

=> A chaque niveau de la procédure, l'acheteur, en concertation avec le comité produit, peut décider :

- du retrait du produit ou de la gamme, sur base des informations déjà récoltées. Dans ce cas, la phase 6 (communication de la décision) est directement enclenchée.
- de continuer la procédure. Dans ce cas, la phase suivante est enclenchée.

1. Demande de retrait

Faite via le formulaire produit. Celui-ci est examiné par le comité produits.

Deux cas de figures :

- **5 demandes** sur une période de 6 mois enclenchent la procédure pour retirer ce produit ou cette gamme.

Point d'attention : importance de l'archivage des demandes.

- **Le comité produit décide¹ d'enclencher la procédure** car il considère que -au vue des informations reçues- le produit pourrait effectivement ne pas répondre aux critères de BEES (ou du moins, à un équilibre satisfaisant).
Ex : un reportage dénonce le travail des enfants dans la production d'un produit vendu à la BEES.

2. Éclaircissement

Au besoin, **éclaircissement** de la demande avec les coopérateurs qui la demandent :
Quelle est leur raison ? Quelles sont leurs sources ? → La raison du retrait doit être le non-respect d'au moins un des critères de choix des produits BEES coop.

3. Analyse chiffrée et contexte

Si cette étape est enclenchée, elle contraint l'acheteur à effectuer, au maximum dans les trois semaines, un travail de recherche sur l'origine et/ou la composition et/ou le processus de fabrication du produit et de transmettre un maximum d'infos aux coopérateurs² dont

- Pourcentage de **ventes** par rapport à d'autres articles du même genre, de la même marque ou de la même catégorie. (exemple ci dessous).
- Existe-t-il des **alternatives** ? Quelles sont elles ? Ex : produit similaire mais sans huile de palme.

Ex : demande de retrait pour le produit "crème de noisette Monki"

1. Analyse des chiffres

==> analyse des chiffres sur un mois complet (sur le dernier mois complet et sur l'année en cours)

En novembre 2019 : 36 unités vendues pour 182,88€

==> il y a pour la même catégorie d'articles (02. EPICERIE / 0206. TARTINABLES) 170 unités de produits **de la même marque "Monki"** (5 produits) vendus pour une valeur de 734,38€. ==> le monki noisette représente 25% des ventes.

¹ Pour qu'une réunion du comité produit soit valable, celle-ci doit réunir au moins 4 des 6 membres.

² Remarque : *Il est toujours difficile d'avoir des chiffres exacts, il y aura toujours une part d'arbitraire de la part de l'acheteur concerné. Le rapport chiffré n'est pas automatique et prendra du temps.*

=> il y a pour la même catégorie d'articles (02. EPICERIE / 0206. TARTINABLES) 1481 unités de produits vendus de marques différentes (x produits) pour une valeur de 5.781,15€ ==> le monki noisette représente 3,14% des ventes

4. Communication et sensibilisation:

Phase de **communication et de sensibilisation** avec un ou plusieurs des moyens suivants:

- Débat, mini-conférence, documentaire, information dans la newsletter ...
- Enquête sur le produit remis en cause
- Information en magasin à côté du produit
- Communication par rapport au point qui fait débat mais aussi par rapport aux données chiffrées récoltées, aux alternatives possibles, ...

Cette phase doit être portée par les coopérateurs qui remettent le produit en cause (responsabilité), en lien avec le comité produits et dans le cadre fourni par le comité communication.

A noter que pour l'ensemble des points ci-dessus, le **comité produits** coordonne les demandes mais ce sont les coopérateurs porteurs de la demande qui organisent éventuellement des soirées débats, rédigent un petit texte explicatif pour la newsletter, ...

5. Analyse

Voir l'**impact** de la communication sur les **ventes**. Dans le mois suivant la phase de communication, y a-t-il eu une baisse des ventes significative suite aux diverses communications ?

=> **Discussion entre l'acheteur et le comité produits**. La décision finale est prise au consentement sur base de toutes les informations récoltées. Si pas de consentement au comité produits, la discussion a lieu en Assemblée Générale (éventuellement avec une étape de chantier).

6. Communication de la décision

Pour finir, la décision de retrait **ou** la raison du maintien du produit est communiquée.