

Chapitre 3 (4 semaines)

Normalisation des produits

3-1 - Paramètres normatifs. Interchangeabilité des produits. Tolérance et ajustements.

3-2- Méthodes de contrôle de conformité, certification.

III-1 Paramètres normatif

Pour assurer la sécurité, la santé, la protection de l'environnement; les autorités peuvent imposer le respect d'obligations spécifiques: méthodes de fabrication ou d'analyse, compositions, conditions de conservation, de stockage, d'étiquetage, conditions d'élimination, etc.

III-2-Interchangeabilité des produits

L'échange de produits et de services entre les pays signifie une augmentation du commerce, qui profite aux partenaires commerciaux, ainsi qu'un passage des produits par les frontières. Cette interaction nécessite la compréhension et le respect des normes reconnues au niveau international, qui doivent s'adapter à l'esprit de l'économie mondiale en constante évolution. Le commerce mondial est devenu un marché mondial global et l'objectif des clients dépasse largement la livraison rapide des produits et une qualité et quantité acceptables. Les préoccupations de chaque pays se concentrent sur la cohérence et la conformité des pratiques commerciales ainsi que la protection et la sécurité liées à leurs ressources humaines et l'environnement. Afin de s'assurer que ces préoccupations sont prises en compte, un nombre croissant de gouvernements a mis en place une méthode d'évaluation de la conformité dans le cadre de leur plan de développement durable.

III-3- Tolérance et ajustements

Pour faciliter les échanges, les acteurs économiques élaborent des règles qui sont utilisées de manière volontaire. Ces règles sont formalisées dans des documents reflétant des consensus plus au moins larges (accords entre entreprises, bonnes pratiques établies par les professionnels, normes définies par toutes les parties intéressées) et de portée géographique variable (locales, régionales, internationales). Les normes peuvent être référencées dans la réglementation.

La référence aux normes favorise la diffusion de l'innovation et la compétitivité des entreprises. Elle est un atout pour accéder au commerce international.

Règles volontaires et réglementation peuvent simplement coexister. Cependant, la mondialisation, l'élargissement des marchés, les défis de la diffusion de l'innovation et les délais et difficultés de mise à jour des textes réglementaires conduisent à souligner la complémentarité entre norme et réglementation.

Cette complémentarité peut prendre plusieurs formes: indicative ou recommandée, spécification technique privilégiée pour donner une présomption de conformité, respect obligatoire.

III-2- Méthodes de contrôle de conformité

III-2-1- Evaluation de la conformité par SGS (services globaux et solutions locales)

Le programme PCA (Product Conformity Assessment) de SGS empêche l'importation de marchandises dangereuses, au-dessous des normes ou contrefaites. Il aide les pouvoirs publics dans la mise en place des réglementations légales établies afin de protéger la santé et la sécurité des consommateurs et de l'environnement.

Le PCA facilite les échanges et protège les intérêts des opérateurs économiques:

Les importateurs bénéficient d'un processus de dédouanement plus rapide car la vérification se fait avant l'expédition, et les exportateurs ne risquent donc pas de voir leurs marchandises rejetées à destination en raison d'un non-respect des exigences.

Les consommateurs, les organismes de réglementation, les fabricants et le monde du commerce bénéficient du programme PCA de SGS car il améliore le développement durable, facilite les échanges commerciaux et l'accès aux marchés mondiaux.

Bien que les exigences en matière de conformité des produits varient, les régulateurs, les opérateurs et les consommateurs ont tous des attentes qui convergent vers la sécurité, la qualité, l'environnement, la fiabilité et / ou l'interopérabilité du produit.

Le PCA de SGS n'offre pas seulement une solution pour assurer la conformité des produits échangés sur un marché spécifique, il est avant tout un service intégré combinant d'autres solutions automatisées. Ces solutions facilitent le commerce, accélèrent la circulation des marchandises et fournissent des données de risques factuelles qui aident à la prise de décision pour les investigations et une surveillance du marché ultérieures.

Les programmes d'évaluation de la conformité aident les pouvoirs publics à mettre en place les obligations légales liées à la santé publique, la sécurité et l'environnement.

Procédure d'évaluation de la conformité

Selon la nature du produit et le mode de certification, la procédure de vérification peut comprendre l'une ou plusieurs des activités suivantes:

- Test du produit: Détermination technique d'une ou plusieurs caractéristiques d'un objet, conformément à une exigence spécifiée (normes, règlements) et de la procédure (méthode de test).
- Inspection: Examen de la conception d'un produit, du processus ou de l'installation et de la détermination de sa conformité par rapport aux exigences spécifiques ou, sur la base du jugement professionnel, aux exigences globales. Il peut s'agir d'un examen visuel, d'une mesure ou d'un test, de l'examen des documents techniques, par exemple dessins, etc., ou la comparaison de la conclusion avec les exigences des documents de spécifications ou aux bonnes pratiques généralement acceptées dans le domaine.
- Audits d'usine et de bureau: Un processus documenté systématique et indépendant permettant de recueillir des éléments probants et une évaluation objective en vue de déterminer dans quelle mesure les critères d'audit sont satisfaits. Il implique une visite physique des locaux de l'entité (audit d'usine) et / ou des entretiens et une évaluation des dossiers afin de recueillir des preuves sur l'élément à vérifier (vérification sur place).
- Contrôle de la documentation: L'évaluation technique des documents (rapports de tests et informations liées au produit, par exemple) fournis par une entité, afin de déterminer la conformité à une norme ou une réglementation.

Travail d'équipe

L'évaluation de la conformité constitue un partenariat non seulement entre les pays exportateurs et importateurs, mais aussi entre l'autorité réglementaire et un organe de certification tiers. La synergie entre ces représentations est obtenue grâce à leurs engagements respectifs:

- Les autorités de réglementation définissent l'étendue du programme, mettent en place les lignes directrices et les procédures, et ensuite mandatent un organe de certification pour la supervision générale et l'exécution du programme.
- L'organe de certification vérifie que les produits répondent aux exigences du programme grâce à l'évaluation des rapports des tests, l'inspection et des vérifications sur place. Cette conformité est attestée par la délivrance d'un Certificat de Conformité.
- Les exportateurs s'assurent que leurs produits sont conformes aux exigences de la réglementation du pays de destination et fournissent toutes les justifications à l'organisme de certification pour permettre à ce dernier d'effectuer l'évaluation.
- Les importateurs s'assurent que leurs fournisseurs sont au courant des règles et exigences techniques et de la norme applicables à leurs produits. Ils s'assurent aussi que leur produit sera accompagné d'un Certificat de Conformité.

III-2-1- La certification

Procédure par laquelle une tierce partie donne une assurance écrite qu'un produit, un processus ou un service dûment identifié est conforme aux exigences spécifiées.

III-2-1-La certification des produits :

La certification des produits apporte la preuve objective de la conformité du produit ou du service à un référentiel qui en fixe le niveau de qualité et les performances. Ce référentiel est validé par le comité technique concerné qui est constitué des différentes parties intéressées: producteurs, utilisateurs, administrations et laboratoires.

Cette certification conduit, en général, à l'apposition d'une marque sur les produits certifiés.

La marque de certification est délivrée par les autorités. Cette marque atteste que le produit ou le service concerné, sont conformes aux normes de pays.

Elle présente l'avantage:

- faciliter la vente du produit ou du service concerné puisqu'elle apporte la preuve objective que le bien proposé a effectivement les caractéristiques et les performances telles que définies dans le référentiel.
- L'obtention de la marque nécessite la vérification du produit ou du service par les services concernés.

Cette démarche se déroule en quatre étapes:

Etape n°1 - La demande de certification de produit:

L'entreprise doit adresser une demande accompagnée d'un dossier technique au service de normalisation industrielle.

Le dossier technique doit comprendre

- Un descriptif du produit;
- La référence à une plusieurs normes homologuées concernant le produit;
- Un état descriptif de l'entreprise et des moyens utilisés pour le contrôle de la qualité.

Etape n°2 - L'évaluation :

Elle comprend la visite de vérification au sein de l'entreprise, pour apprécier le système de contrôle qualité mis en œuvre par celle-ci, et procède à un prélèvement d'échantillons qui sont

transmis pour essais et analyses au laboratoire compétent désigné par le comité technique concerné.

Etape n°3 - La décision d'attribution du droit d'usage de la marque:

Au vu des rapports de vérification et d'essais, le comité technique formule un avis d'accord ou de refus du droit d'usage de la marque.

Etape n°4 - Le suivi et le contrôle :

Des contrôles réguliers assurent la permanence de la conformité du produit ou du service certifié et de l'efficacité du système interne de contrôle de qualité mis en place par l'entreprise. La fréquence des visites de surveillance est variable selon la nature du produit.

IV-1- Classification des produits

IV-1-1-Les produits

Un produit est un bien ou un service dont les composantes matérielles et immatérielles sont sources d'utilités qui permettent de satisfaire les besoins et les désirs des consommateurs. Le produit possède une identité propre qui se caractérise entre autre par un nom, une marque, un conditionnement, une étiquette, une stylque. De plus, il répond à certaine exigences en matière de qualité et de normalisation.

IV-1-2-Les composantes des produits

Composantes	Contenu
Caractéristiques physiques	Ce à quoi sert le produit
Identification	Nom du produit, codification
Packaging (conditionnement, emballage)	Enveloppes matérielles permettant d'assurer dans les meilleures conditions de sécurités la présentation, la manutention, le transport, le stockage et la conservation des produits.
Qualité	Normes, labels, certifications.
Marque	Logos, couleurs, nom
Valeur sociale	Image, prestige liés à l'achat et l'utilisation du produit.
Garanties	Garantie légale (art. 1641 du code civil contre les vices cachés) et garantie conventionnelle (contrat d'adhésion entre acheteur et vendeur matérialisé par un bon de garantie).
Services associés	Après vente, assurance, garantie, installation, conseil...

IV-1-3-La classification des produits

IV-1-3-1- Les produits industriels

Ce sont les produits utilisés dans le processus de production:

De transformation: utilisés directement dans le cadre de la production (les matières premières, les matériaux de construction, les pièces détachées).

D'équipement: ils ne satisfont pas un besoin mais ils contribuent à la production des produits destinés à les satisfaire (les machines, l'outillage).

IV-1-3-2- Les produits de consommations finale

Le critère de classement principal est la fréquence d'achat.

IV-1-4-La dimension de communication du produit

IV-1-4-1-Le nom du produit

La "dénomination de vente" est la fonction principale qui permet d'identifier un produit. Dans certains cas cette dénomination est claire et précise (une pomme, un aspirateur, une montre) mais dans d'autres cas les mots prêtent à confusion. (quelle est la différence entre une crème dessert, un entremet et une préparation lactée ?). C'est pourquoi pour certains produits la dénomination de vente est fixée par:

- Une réglementation. Elle peut imposer par exemple que la dénomination fasse apparaître l'état du produit ou le traitement qu'il a pu subir.
- Le code des usages professionnels (des professionnels qui ont pris l'initiative de définir de façon précise les produits et leur mode d'obtention. Exemple: le jambon de Paris, les saucisses de Strasbourg).

IV-1-4-2- La marque

IV-1-4-2-1- Définition

Sont considérés comme marque "tous signes matériels servant à distinguer les produits, objets ou services d'une entreprise". D'après une loi de 1990: la marque est "un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services pouvant faire l'objet de l'activité d'une personne physique ou morale"

Une marque peut être matérialisée par:

	Exemple
Un nom patronymique, géographique, commun	Renault, Evian, Éléphant bleu
Un terme	Libération
Une expression	La vache qui rit
Un dessin	Le crocodile de Lacoste
Une couleur	Le "jaune Kodak" est déposé
Une combinaison chiffre ou de lettre	1.2.3., DOP
Une forme de conditionnement	La forme spécifique et reconnaissable de la bouteille de Pérrier
Un slogan	"A fond la forme"
Un sigle	IBM (International Business Machine)

IV-1-4-2-2- Les qualités d'un nom la marque

Sur le plan de la communication commerciale, le nom d'une marque doit posséder plusieurs qualités essentielles:

Euphonique: Succession harmonieuse de voyelles et de consonnes qui donne un caractère agréable, faciles à prononcer, qui facilite la lecture, qui rend la marque audible (exemple: Nevada, Samara, Sierra).

Attention : La marque "Ink Point" à organisé une campagne de communication en jouant sur le fait que le nom était difficile à prononcer ce qui prouve que l'euphonie n'est pas un critère absolu.

Mémorisable: Une marque doit être facilement mémorisable pour éviter sans confusion possible avec les autres marques concurrentes. Ceci explique en partie la brièveté de nombreux noms de marque: ELF, ED (pour Europa Discount).

Évocatrice: Cette qualité renvoie à l'image affective de la marque; appropriée à sa nature et à son positionnement: Mousseline (= mousse, pour une purée onctueuse), M. Propre, Orangina.

Déclinable: Permet de créer une famille de produits à l'image homogène. (Danone: Dany, Danette, Danup)

Marquage CE et marque NF:

Marquage CE:

Le **marquage CE** concerne les produits entrant dans le champ d'application d'une ou plusieurs **directives européennes « nouvelle approche »**. Il est **obligatoire** pour tous ces produits et confère le droit de libre circulation sur le territoire de l'Union européenne. Il matérialise la conformité d'un produit aux exigences communautaires le concernant et incombe au fabricant. Un des moyens d'arriver aux exigences est de suivre une **norme européenne harmonisée**; le respect de la norme entraîne alors le respect des exigences. Il y a actuellement 22 classes de produits soumis au marquage CE (dispositifs médicaux, jouets, équipements de protection individuelle...) correspondant à 22 directives européennes différentes.

Pour apposer le marquage CE sur son produit, le **fabricant** doit réaliser ou faire réaliser des essais, des contrôles précisés dans la directive.

Certains contrôles peuvent se faire sous la responsabilité du fabricant (auto-déclaration), d'autres doivent être faits par un organisme notifié.

Les organismes notifiés sont des organismes indépendants, désignés par un État membre pour réaliser les missions d'évaluation de conformité, de contrôle et d'essais dans le cadre d'une directive spécifique.

Marque NF

Crée en 1947, la **marque NF** est une **marque collective volontaire de certification** délivrée par AFNOR Certification et son réseau d'organismes partenaires (Exemple : LNE (Laboratoire National de métrologie et d'Essais)). La marque NF atteste qu'un produit industriel ou de consommation est **conforme** à des caractéristiques de qualité définies dans des **normes françaises, européennes et internationales** auxquelles sont souvent **ajoutées des spécifications complémentaires** demandées par le marché. La marque NF est délivrée pour plus de 60 familles de produits dans de nombreux secteurs: emballage, collectivités, médical/santé, biens de consommation, construction et habitat, énergie et environnement.

IV-1-4-2-4- Les fonctions de la marque

Pour l'entreprise:

- Communiquer une image au public, moyen de positionnement
- Véhiculer l'image de l'entreprise (sérieux, qualité, prix)
- Différencier le produit de ses concurrents
- Segmenter le marché.

Pour le consommateur :

- Identifier le produit, faciliter le repérage (particulièrement en libre-service)

- Sécuriser le consommateur, lui apporter une garantie de qualité.
- S'identifier à un style de vie, à une image.

IV-2-Classification des normes et leur codification.

L'ICS (Classification internationale pour les normes) est destinée à servir de structure pour les catalogues de normes et autres documents normatifs internationaux, régionaux ou nationaux, et de base pour les systèmes d'abonnement donnant accès à des normes internationales, régionales et nationales.

Elle peut aussi être utilisée pour le classement des normes et des documents normatifs dans les bases de données, les bibliothèques, etc.

L'ICS a pour objectif de faciliter l'harmonisation des outils d'information et de commande, tels que les catalogues, les listes sélectives, les bibliographies, les bases de données sur support magnétique ou optique, et ainsi de promouvoir la diffusion mondiale des normes et autres documents normatifs internationaux, régionaux ou nationaux.

IV-2-1-Description de l'ICS

- Pour les besoins du présent document, le terme général « norme » s'applique à tous les documents normatifs internationaux, régionaux et nationaux, tels que les normes, rapports techniques, profils normalisés, spécifications techniques, réglementations techniques, guides, codes de bonnes pratiques, évaluations des orientations technologiques, etc. ainsi qu'à leurs projets.
- L'ICS est une classification hiérarchique constituée de trois niveaux.

IV-2-2-Comment utiliser l'index de l'ICS

- L'index de l'ICS est présenté sous forme de Mots-clés en contexte (KWIC). Le titre de tous les domaines, groupes et sous-groupes, les notes d'application et les notes de renvoi (lorsqu'elles ne contiennent pas le titre du domaine/groupe/sous-groupe correspondant) figurent après chaque terme (mot-clé) qu'ils contiennent, à l'exception des mots non critiques. Il s'agit des mots qui ne sont pas pertinents pour la recherche, notamment le prépositions et des mots tels que « et », « quelque », « autres », « tout », « dispositif », « norme », « désignation », « échantillonnage », etc.
- Les mots-clés (écrits en caractères gras) sont présentés par ordre alphabétique dans une seule colonne sur toute la page.
- Les mots-clés sont séparés de leur titre par un symbole (•)
- Le code des domaines/groupes/sous-groupes est indiqué dans la colonne de gauche. Grâce à leur numéro, les domaines/groupes/sous-groupes correspondants sont faciles à identifier dans la table systématique des domaines, groupes et sous-groupes.