



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'ACDFL et la PMA annoncent un plan visant à mettre fin à l'émission de CUP génériques

14 novembre 2019 (Ottawa, Ontario) – À compter du 31 décembre 2019, l'Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL) et la Produce Marketing Association (PMA) n'émettront plus de nouveaux CUP génériques. Les deux organisations soutiendront plutôt le secteur dans l'adoption de CUP propres au propriétaire de la marque (propres à une entreprise) pour les produits nord-américains. La décision de cesser l'émission de CUP génériques a été prise sous la direction et l'influence du secteur, notamment le PMA Produce ID Committee et le Romaine Task Force, qui a nommé l'élimination des CUP génériques comme une pratique exemplaire dans ses recommandations publiées l'an dernier.

L'utilisation de CUP propres au propriétaire de la marque ou de codes GTIN (code article international) permet de saisir le propriétaire de la marque et l'identification du produit tout en offrant de nombreux avantages comme l'identification unique des produits frais dans le monde entier. L'utilisation de codes GTIN propres au propriétaire de la marque améliore la gestion de la catégorie, augmente l'exactitude des stocks, améliore les efforts de traçabilité qui soutiennent le système de salubrité des aliments et facilite une approche plus efficace en ce qui a trait au rappel de produits. Il est important de noter que les produits floraux ne sont pas touchés par ce changement.

« Il existe une variété d'avantages pour les détaillants lorsque nos fournisseurs passent des CUP génériques aux CUP propres à une entreprise », a dit Harlan Ewert, coordonnateur de produits à The Kroger Co. « Les CUP propres à une entreprise nous permettent d'avoir de meilleures données afin de prendre des décisions significatives dans le cadre de nos activités. Par exemple, ils permettent aux détaillants de différencier les marques de produits de la même catégorie, de déterminer les données de vente et de réduire les données. »

Tandis que l'ACDFL et la PMA n'émettront plus de CUP génériques, l'utilisation des CUP génériques actuels ne sera pas touchée. Le passage des CUP génériques aux codes GTIN propres au propriétaire de la marque seulement se fera à plus long terme et sera déterminé en partenariat avec le secteur.

« Après une consultation au sein du secteur il y a plusieurs années, le consensus du secteur était de permettre à cette transition vers les codes GTIN propres à l'entreprise de se produire naturellement », a dit Jane Proctor, vice-présidente, Gestion des politiques et des enjeux de l'ACDFL. « Nous avons vu le secteur aller dans cette direction de façon naturelle, moins de CUP génériques étant demandés, et nous croyons que le moment est venu de faire les prochains pas pour ce changement. Une fois que nous aurons cessé d'émettre de nouveaux CUP génériques, nous travaillerons sous la direction du secteur pour développer un plan visant à mettre fin à l'utilisation des CUP génériques actuels dans le secteur. »

Après le 31 décembre, les membres du secteur qui souhaitent avoir un CUP propre au propriétaire de la marque devront d'abord [obtenir un préfixe de compagnie GS1 par l'entremise de GS1](#). Pour plus de renseignements sur la façon d'obtenir un préfixe de compagnie ou pour créer un code GTIN pour leur produit, [les entreprises peuvent cliquer ici](#). Vous pouvez également communiquer avec les personnes suivantes :

- Pour le Canada : Shannon Sommerauer, ssommerauer@cpma.ca (+1) 613 226-4187, poste 235
- Pour les États-Unis et le Mexique : Wendy Logan, wlogan@pma.com 302 607-2143

Lors de la prise de décisions relatives à l'impression d'emballages, les entreprises sont pressées de tenir compte de ce délaissement du système générique et de saisir l'occasion de passer à l'identification des articles normalisée à l'échelle mondiale.

« Les CUP génériques ont initialement été créés par le Produce Electronic Identification Board (PEIB) en 1990 dans le but de traiter le problème posé par la saisie et l'entreposage de données de multiples catégories et entreprises et pour permettre l'exactitude du prix initial à facturer », a expliqué Ed Treacy, vice-président de Gestion des approvisionnements et durabilité. « Au fil du temps, les coûts et les capacités relatifs au suivi et à l'entreposage des données ont changé. Mettre fin à l'émission de CUP génériques est un moyen de plus pour habiliter notre secteur à utiliser davantage les données. »

L'ACDFL et la PMA ont réuni des ressources pour tous les membres du secteur à l'approche de la fin de l'année et encouragent les membres à communiquer avec elles pour toute question ou préoccupation. Il est également recommandé aux entreprises de tenir compte de ce changement lorsqu'elles renouvellent leurs commandes d'emballages et aux détaillants de tenir compte de ce changement lorsqu'ils prennent des décisions relatives à la mise en œuvre de la gestion des catégories ainsi que lorsqu'ils commandent des produits.

Pour obtenir de plus amples renseignements :

- [Produce Identification, Barcoding and Traceability Webinar](#) (en anglais seulement)
- [From Generic UPC to Brand Owner-Specific UPC](#) (en anglais seulement)

Pour les demandes médiatiques, veuillez contacter :

- **Personne-ressource de l'ACDFL** : Allan Gordon, agordon@cpma.ca (+1) 613 226-4187, poste 225
- **Personne-ressource de la PMA** : Cassidy Taylor, ctaylor@pma.com (+1) 302 781-5852

À propos de l'Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL)

L'Association canadienne de la distribution de fruits et légumes (ACDFL), dont le siège social se trouve à Ottawa, en Ontario, est un organisme à but non lucratif qui représente des membres aux horizons divers provenant de tous les segments de la chaîne d'approvisionnement dans le secteur des fruits et légumes frais au Canada et qui est responsable de 90 % des ventes de fruits et légumes au pays. L'ACDFL a la chance de représenter un secteur qui est à la fois un moteur économique important pour les

communautés et un facteur d'amélioration de la santé et de la productivité de la population canadienne.

À propos de la Produce Marketing Association

La Produce Marketing Association (PMA) est la principale association sectorielle représentant des entreprises de chaque secteur de la chaîne d'approvisionnement mondiale en fruits, légumes, fleurs et plantes. La PMA aide les membres à croître en établissant des liens qui favorisent les occasions d'affaires et augmentent les ventes et la consommation. Pour obtenir davantage d'information, nous vous invitons à visiter le site www.pma.com.