

# L'éthique et la crise causée par la contamination de nourriture pour animaux



## **MISE EN SITUATION**

Dans le cadre des jeux du commerce TD Meloche-Monnex 2008 tenus à l'UQTR, vous êtes de nouveaux employés ou des conseillers externes (ou un mélange des deux) et vous avez reçu le mandat de la haute direction de Procter & Gamble (P&G) d'analyser la crise causée par la contamination de nourriture pour animaux de compagnie en 2007 par de la mélamine, sur la base de l'information qui vous est fournie.

Plus spécifiquement, on vous demande de faire un post mortem de cette crise et de déterminer comment P&G pourrait profiter des leçons à tirer de cette malheureuse histoire.

## **CE QUE VOUS DEVEZ FAIRE**

- 1) Analyser l'impact de cette crise sur l'organisation en tenant compte de l'importance relative de cette division dans l'organisation de P&G ;
- 2) Identifier les aspects éthiques du cas ;
- 3) Analyser et critiquer les décisions prises d'un point de vue éthique ;
- 4) Tirer des conclusions de votre analyse et émettre des recommandations quant aux politiques éthiques de Procter & Gamble.

**NOTE : En cas de différences entre la version originale en anglais de l'article de Gillis et Kingston et sa traduction en français, la version originale en anglais a préséance.**

## **LES ANNEXES**

**ANNEXE 1 : PROCTER & GAMBLE EN QUELQUES CHIFFRES**

**ANNEXE 2 : PROCTER & GAMBLE : MISSION, VALEURS ET PRINCIPES**

**ANNEXE 3 : ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT DE P&G DATÉ DU 30 MARS 2007**

**ANNEXE 4 : LETTRE OUVERTE DU 3 AVRIL 2007 POUR RASSURER LES PROPRIÉTAIRES D'ANIMAUX**

# Le scandale de la nourriture pour animaux de compagnie contaminée à la mélanine

Traduction libre de « The Great Pet Food  
Scandal » paru dans le magazine MacLean's du 30  
avril 2007

par CHARLIE GILLIS et ANNE KINGSTON|

avec Nicholas Köhler, Nancy Macdonald et  
Barbara Righton

**Comment un seul fournisseur a pu être à l'origine d'une crise d'une  
telle ampleur et pourquoi ce n'est que la pointe de l'iceberg**

par CHARLIE GILLIS et ANNE KINGSTON. 30 avril, 2007 |  
avec Nicholas Köhler, Nancy Macdonald et Barbara Righton

Dans quelques années, quand l'attention médiatique sera passée à autre chose et que nous aurons même oublié ce qu'est la mélamine, un juge en Ohio, en Californie ou en Ontario se penchera sur la question de la valeur de la vie d'un chat ou d'un chien. Déjà, avant la controverse, ce point de droit était considérablement débattu. Si les vertus curatives des animaux de compagnie auprès des humains sont un des facteurs considérés, les cours de justice pourraient fort bien commencer leur investigation dans une petite maison de la municipalité de Floral Park, dans l'état de New York, où une meurtrière épizootie par empoisonnement frappa pour infliger une douleur qui demeurera vive longtemps.

En effet, c'est dans cette banlieue de Long Island, il y a trois ans, que Donna Opallo et quelques membres de sa famille ont ramené à la maison Checkers, un chiot de race Beagle de couleur chocolat, aux yeux doux et profonds, dans l'espoir qu'il pourrait adoucir le triste deuil de sa sœur, Debbie DiGregorio. La semaine précédente, Louis DiGregorio, son fils de 16 ans, perdait la vie à la suite de la rupture soudaine d'un anévrisme au cerveau. Leur instinct s'avéra inspiré. Selon Opallo, âgée de 47 ans, qui vit avec sa sœur endeuillée âgée de 45, "ce chien combla une partie du vide béant laissé par la mort de son fils". Au fil des mois, il devint de plus en plus clair que "Checkers" possédait un pouvoir thérapeutique rivalisant les meilleurs psychiatres et les meilleurs soins.

Puis, à la mi-février, catastrophe. Checkers se mit à vomir sans arrêt et ses selles devinrent ensanglantées. Malgré de nombreuses visites chez le vétérinaire et de nombreux tests, rien n'y fit. C'est seulement après avoir entendu parler du premier rappel de nourriture pour chien par la compagnie Menu Foods, de Mississauga, le 16 mars 2007, que le mystère commença à s'éclaircir. Checkers ainsi que le chien de sa sœur, un bichon shitsu croisé de onze mois nommé "Taco" mangeaient de la nourriture en sachet d'aluminium vendue sous la marque "Nutro", une des marques de Menu Foods. La chienne Checkers survécut l'empoisonnement initial mais les troublants symptômes persistent. Les vétérinaires craignent toujours pour sa vie. Quand à Taco, qui ne montrait aucun symptôme, il dut passer plus d'une semaine dans un hôpital vétérinaire de la ville voisine de Westbury, branché à une ligne intraveineuse et veillé par sa maîtresse. « Les trois-quarts de ses reins sont détruits et j'ignore combien de temps il pourra encore survivre dans cet état. » nous raconte Opallo. « Taco vit sur du temps emprunté. »

Les cas de Checkers et de Taco sont loin d'être uniques. Au Canada et aux Etats-Unis, on estime à 40 000 le nombre d'animaux de compagnie qui ont été rendus malades par les aliments de Menu Foods contenant du gluten contaminé par de la mélamine. Bien que le taux de survie varie, un sondage récent par « Veterinary Network » de Davis en Californie suggère que le nombre de décès aux É.U. est au moins de plusieurs milliers. Bien que ce ne soit qu'un estimé, ce sondage donne une idée de l'ampleur de la crise. De plus, il donne une indication de ses effets désastreux sur les familles éprouvées. En plus des frais combinés de 6 200 US\$ en frais vétérinaires que les sœurs Opallo et DiGregorio ont dû emprunter sur leurs lignes de crédit, ou les milliers de plus qu'elles seraient prêtes à dépenser pour leurs chiens, elles agonisent à l'idée de perdre l'un ou l'autre de leurs animaux chéris. « Je ne pourrais jamais acheter un autre animal, nous explique Opallo, « je me refuse à accepter cette possibilité. »

La tragédie continue à prendre de l'ampleur autant émotionnellement que financièrement. La gamme de produits rappelés s'est accrue quatre fois en autant de semaines atteignant à ce jour 889 produits distincts sous presque 100 marques différentes retirés des étagères. Les explications fournies par Menu Foods soulèvent plus de questions qu'elles n'en répondent. Au gouvernement

on parle de réforme des lois encadrant les pratiques de l'industrie. Au Canada, les fabricants de nourriture animale, les vétérinaires et une multitude d'agences gouvernementales ont déjà enclenché des démarches visant à imposer des règles dans ce domaine non réglementé. Aux É.U., des membres du sous-comité sénatorial d'« allocation de ressources en agriculture » [*Senate's agriculture appropriations subcommittee*] ont tenu des sessions dédiées à la gestion de la crise par l'agence FDA [*Food and Drug Administration*] alors que la FDA elle-même continue son enquête sur les causes de la contamination.

Malgré tout, le modèle d'affaires qui a rendu possible l'empoisonnement ne semble pas appelé à être changé. Même au paroxysme de la crise de relations publiques, les grandes chaînes alimentaires continuaient à supporter Menu Foods. La compagnie Lowblaw, entre autres, qui vend les produits de Menu Foods sous ses propres étiquettes « Le Choix du Président » et « Sans Nom » n'avait apparemment aucune intention de changer de fournisseur. « Ils [Menu Foods] ont été des partenaires d'une grande valeur » explique la porte-parole Elizabeth Margles. « Nous leur faisons toujours confiance. »

Même si Lowblaw est rassuré, les propriétaires de chiens ou de chats moyens, quant à eux, ont vu leur confiance sérieusement ébranlée par la situation. En effet, les consommateurs ignoraient que peu importe s'ils achetaient un produit de marque maison au supermarché ou un produit de grand luxe à une animalerie ou chez le vétérinaire, cette nourriture pour animaux sortait de la même usine et certains produits contenaient les mêmes ingrédients. Comment est-ce possible? Le nom « Menu Foods » n'apparaît nulle part sur l'étiquette. La compagnie opère de manière occulte dans le monde de la nourriture animale, produisant la plupart des aliments « juteux » en conserve et en pochettes d'aluminium, selon les spécifications de ses prestigieux clients : Science Diet pour Colgate Palmolive, Iams pour Procter & Gamble, Whiskas pour Purina. Elle fabrique aussi 75% des marques privées au Canada, dont celles de Wal-Mart, Sobey et Pet Value. Aux É.U., sa liste de clients inclut PetSmart, Safeway et Wal-Mart. Menu Foods fournit entre 40% et 50% de la nourriture humide –appelée « mouillée » dans le jargon – pour chiens et pour chats.

L'histoire de cette minuscule entreprise d'une banlieue ouest de Toronto qui est devenue une force dominante de l'industrie alimentaire animale reflète des transformations radicales qu'a connues le monde alimentaire au cours des trois dernières décennies. Le pouvoir démesuré des très grandes surfaces et leur obsession pour les bas prix ont décimé les marges de profit de leurs fournisseurs et les ont forcés à s'approvisionner là, sur la planète, où les ingrédients sont les moins chers. Les forces du marché ont bénéficié à des géants inconnus, qui sont en mesure de fournir une myriade de produits commandés, quitte à ajuster la machinerie et à reformuler les recettes au fur et à mesure que défilent les commandes. Cependant, comme le cas de Menu Foods le démontre clairement, ce modèle d'affaires produit à coup sûr des catastrophes d'une ampleur continentale quand quelque chose va de travers. Marion Nestle, professeure au département de diététique, nutrition et santé publique à l'université New York Université, considère que la tragédie liée à Menu Foods n'a rien d'exceptionnel mais représente plutôt la pointe de l'iceberg.

Il va sans dire que cette idée n'aurait jamais croisé l'esprit de Robert Bras, le jeune et brillant gestionnaire qui investit dans Menu Foods à la fin des années 1970 et qui transforma cette entreprise chambranlante en une véritable étoile filante. À l'époque, Bras travaillait pour Lowblaw, elle-même une firme en train d'opérer une métamorphose spectaculaire. L'élément clef de sa révolution était la création d'un programme de marques maison en compétition directe

avec les grandes marques nationales en terme de qualité et de ventes. Sans les charges énormes que représentent la publicité et la distribution, un supermarché comme Lowblaw pourrait vendre ses propres marques – souvent fabriquées dans les mêmes usines – à un prix plus bas tout en maintenant une plus grande marge bénéficiaire. La nourriture animale pour chats et chiens était partie intégrante du plan : c'est un produit qu'on achète souvent et qui amène beaucoup de clients dans le magasin. Une marque maison attrayante permettrait de développer la loyauté de cette désirable clientèle. Détectant une opportunité intéressante, Bras quitta Lowblaw en 1977 et acheta une part de 50% dans Menu Foods, un fabricant généraliste qui fabriquait de tout : de la nourriture pour animaux à très bas prix jusqu'à l'eau de javel.

Robert Bras se mit immédiatement au travail. Il se débarrassa de lignes de produits superflues et fit l'acquisition d'une usine au New Jersey pensant au potentiel de croissance aux Etats-Unis. Cependant, sa société se mit véritablement à croître quand Bras obtint un contrat pour produire pour Lowblaw sa marque maison « Sans Nom » de nourriture en conserve pour chiens et chats. La première commande était pour une version de luxe de la nourriture animale de sa marque maison « Sans Nom » qu'on présentait comme équivalente à celle du leader, Dr. Ballard, en terme de qualité mais à moindre coût. La référence à la version « de luxe » représente un véritable éclair de génie : il permettait de séduire les propriétaires d'animaux domestiques et les amener à acheter de la classe pour le même prix que les produits de type « entretien » (*« maintenance » en anglais*) un terme de l'industrie faisant référence à un produit de qualité standard. À l'intérieur de six mois, le nouveau produit était devenu le plus gros vendeur dans les supermarchés Lowblaw de l'Ontario.

Les ventes de Menu Foods connurent une croissance de 25% en moyenne par an pendant les années 1980, mues en grande partie par la réalisation des autres supermarchés qu'ils pouvaient profiter d'une marge bénéficiaire de 35 ou 40% sur leurs propres marques maison de nourriture animale « de luxe ». Les ventes bénéficiaient aussi de cette grande tendance de traiter les animaux comme de véritables membres de la famille. Cette mégatendance se manifestait clairement dans le bol de l'animal. Quand la nourriture pour chien en conserve fit son apparition, en 1922, personne ne prétendait qu'il s'agissait d'aliments ayant quelque valeur nutritive particulière que ce soit. Cependant les boucheries étaient enchantées de trouver un débouché pour certains organes et rejets de boucherie ainsi que de la viande de cheval. Dans les années 1980, cependant, la nourriture pour animaux domestiques se mit à rejoindre les préférences de leurs maîtres; leurs phobies et manies alimentaires et culinaires qu'il s'agisse de nourriture « Cacher » [1] (*en anglais « Kocher »*), hypo allergènes, végétariennes ou faibles en gras.

« Il s'agit ici d'anthropomorphisme », explique Kelly Caldwell, éditrice de « Dogs in Canada ». « On désire avoir le sentiment que notre chien reçoit ce qu'il y a de mieux. On lui montre ainsi à quel point on l'aime, qu'on ne lésine pas et qu'il est important pour nous. » Elle-même n'achète que des aliments « biologiques » pour ses pure sangs parce c'est ce qu'elle mange elle-même. « Je suis tombée dans le panneau de l'emballage et des promesses publicitaires » avouera-t-elle. L'alimentation est le souci premier des lecteurs de « Dogs in Canada » explique-t-elle. Robert Bras avait compris que cette catégorie de produits échappait à la logique économique conventionnelle. Le choix de nourriture pour chiens et chats n'est pas seulement basé sur son prix. Si votre chien ou votre chat refuse de manger ce que vous lui achetez, vous n'en achèterez plus. De plus, si vous croyez qu'un produit améliorera sa santé ou étirera sa longévité, vous serez prêt à payer plus pour un produit haut de gamme.

L'expansion dans le marché américain décolla dans les années 1990, quand la société Cott Corporation, un fabricant torontois de boissons douces de marques génériques avec des ambitions planétaires, acheta l'autre moitié des actions de Menu Foods. Wal-Mart et Safeway s'ajoutèrent à la liste de leurs clients. Menu Foods bénéficia aussi de la tendance à l'impartition par les supermarchés pour leurs produits maison afin de concentrer leurs efforts sur la « mise en marché » de leurs marques de commerce. On peut trouver ironique que la stratégie « marketing » de leurs marques de commerce puisse les amener à se distancer de la production de leurs propres produits, comme si il ne fallait pas se salir les mains, pour ainsi dire.

Pendant cette même période, Menu Foods se mit à faire de massifs investissements d'infrastructure industrielle. Une usine à la fine pointe de la technologie fût construite à Emporia dans l'état du Kansas. En 2001, Menu Foods acheta les opérations de Doane Pet Care pour 15 millions US\$. L'année suivante elle devint publique à la bourse de Toronto sous la forme d'un fonds de revenu (*en anglais* « *income trust* ») ce qui lui permettait d'éviter de payer beaucoup d'impôt, les revenus de l'entreprise étant directement versés aux porteurs de titres. S'il y a véritablement un point tournant dans toute cette histoire, c'est bien la mort de Robert Bras causée par le cancer en 2002. Il fût remplacé par Paul Henderson, vice-président Finance, de la société Cott. En 2003, Menu emprunta 85 millions US\$ pour faire l'acquisition d'une usine de Procter & Gamble située à North Sioux dans le Dakota du Sud. Cet achat était accompagné d'un accord d'approvisionnement exclusif d'une durée de cinq ans pour les marques de produits mouillés Iams et Eukanuba qui représentaient à l'époque 11 pour cent des ventes de Menu Foods.

Alors que le chiffre d'affaires de Menu Foods connaissait une croissance exponentielle, ses marges bénéficiaires subissaient une énorme pression à la baisse. On disait à l'époque que Wal-Mart et Lowblaw, désirant maintenir leurs propres marges bénéficiaires dans un environnement hyper compétitif, résistaient à toute hausse de prix ce qui comprimait les bénéfices de Menu Foods. Un exemple patent de ceci était l'exigence de ces clients d'obtenir la version du produit en coûteuses pochettes d'aluminium — les mêmes que celles qui sont au centre de la controverse aujourd'hui — au même prix que les boîtes de conserve. « Il est certain qu'ils durent réduire leurs marges bénéficiaires à tel point qu'ils ne faisait aucun profit avec leurs ventes chez Wal-Mart » explique un spécialiste de l'industrie, familier avec cette affaire. Selon lui, Menu Foods ne pouvait se permettre de perdre ces prestigieux contrats à cause de la crédibilité qu'ils leurs conféraient auprès de clients potentiels. Lowblaw affirme qu'il n'y avait pas de gel de prix. « Nous désirons toujours avoir les meilleurs prix pour nos clients mais nous n'avons jamais dit que nous refusons toute hausse de prix » dit Margles, « Nous devons quand même rester compétitifs. »

À la fin de 2005, Menu Foods annonçait une perte de 54,6 millions \$ et suspendit les paiements à ses porteurs de titres de son fonds de revenu (« *income trust* »), blâmant le déclin de la valeur du dollar américain. L'année suivante, Menu Foods redevint profitable mais maintint son gel de paiements. Au début de 2007, avec un dollar canadien qui s'appréciait et de nouvelles hausses de prix, on s'attendait à des améliorations. L'amélioration des flux de trésorerie permit de payer la dette et les analystes prédisaient le retour des paiements aux porteurs de titres.

Si l'avenir souriait à Menu Foods, tout bascula soudainement le 16 mars 2007. L'annonce du rappel émis ce matin-là tenta de minimiser les implications en décrivant le retrait de 60 millions d'unités du marché comme une mesure de précaution et omit de faire référence à une contamination du produit. À l'intérieur de quelques jours, cependant, la FDA posaient

d'intimidantes questions à propos du gluten de blé importé de Chine et les propriétaires d'animaux domestiques se mirent à échanger des histoires d'horreur sur Internet.

Le geste suivant de la compagnie ira certainement dans les annales des études de cas quant à la pire façon de gérer une crise. Plutôt que de faire face à la situation, —en retirant rapidement tous les produits suspects— Menu Foods laissa sur les étagères des produits une éternité quand on compare aux produits pour consommation humaine. Le 24 mars, huit jours après le premier communiqué, Menu étendit son rappel pour inclure toutes les variétés de nourriture animale juteuse, une réaction qui incluait toutes les marques connues que la société avait tant cultivées, de IAMS à la marque maison de Wal-Mart « Ol'Roy ». Deux autres rappels suivront : le premier le 15 avril pour tous les produits de Menu Foods qui contenait le gluten suspect et même des produits secs; le deuxième, le 20 avril pour tous les produits de l'usine de Mississauga (les autres rappels ne touchant que les produits provenant de l'usine du Kansas).

Au centre de tout ça se trouvait un ingrédient dont peu de Nord-américains avaient entendu parler avant la crise. Le gluten de blé —essentiellement de la pâte de farine sans l'amidon— est utilisé dans la nourriture animale pour aider à l'agrégation et à la texture. Jusqu'en novembre 2006, Menu Foods s'approvisionnait en gluten de blé aux Etats-Unis mais avait changé pour un obscur manufacturier chinois appelé « XuZhou Anying Biologic Technology Development Co. » Menu Foods argua que le changement était motivé par une rareté du gluten en Amérique du Nord mais des cyniques pourraient suggérer d'autres raisons, nommément les prix. En 2006, le gluten de blé se vendait 20% moins cher que le produit américain.

Quoi qu'aient été les économies réalisées, rien ne peut possiblement compenser ce qui suivit. Le 22 février 2007, d'après le calendrier des événements fourni par la société, Menu Foods recevait des plaintes de consommateurs à l'effet que la nourriture rendait leurs animaux malades. Le 27 février, des tests de routine pour le goût —réalisés à l'interne— résultèrent en deux (et selon certaines sources jusqu'à dix) décès d'animaux. Malgré tout, ce n'est que le 8 mars que Menu Foods informa ChemNutra de Las Vegas, en Californie, le distributeur du produit chinois qu'ils étudiaient la possibilité que le gluten était la source de l'empoisonnement. Le rappel ne viendrait que huit jours plus tard.

L'indifférence et le manque de transparence suggérés par cette lenteur rendent furieux de nombreux propriétaires d'animaux domestiques. Jody Tomlinson de Coquitlam en Colombie Britannique a perdu son emploi comme superviseur d'un entrepôt après avoir passé des heures au téléphone à tenter de comprendre la mystérieuse maladie des reins qui éventuellement causa la mort de Binky, son chien de race mastiff de deux ans. La notion que Menu Foods soit restée silencieuse alors qu'elle possédait de l'information vitale est incroyablement choquante pour lui. « C'est une questions de cupidité crasse » lance-t-il, « ça n'a aucun bon sens. ». Lance Ganske, un ouvrier spécialisé de l'acier en feuilles a perdu Blackie, un de ses chats. Il ne fait plus du tout confiance à l'industrie alimentaire animale. « Quand j'achète un produit, j'ignore si c'est bon ou mauvais, mais je dois quand même nourrir mes animaux! » déclare-t-il.

Les cadres de Menu Foods n'ont pas aidé les choses en laissant sonner les téléphones sans y répondre pendant des heures et donnant des explications confuses quant à la source du problème. (Dans une entrevue, le vice-président Randall Copeland a blâmé une erreur cléricale qui auraient fait que des sacs de gluten de blé auraient erronément été marqués comme étant des produits américains. Or des photos fournies par le distributeur américain montre clairement les mots

« Made in China » imprimés directement sur les sacs.) Dans un courriel à Maclean's la semaine dernière, le président (et *CEO*) Paul Henderson niait que la société s'était traînée les pieds. Bien que Menu Foods aie reçu des rapports portant sur des chats malades les 22 et 28 février, explique-t-il, « les vétérinaires qui ont traité ces chats malades avaient alors informé Menu Foods que les bêtes auraient fort bien pu avoir été empoisonnées par autre chose dans leur environnement comme du liquide lave-glace, par exemple. » Dans le cas d'un troisième appel téléphonique concernant la mort d'un autre chat, le propriétaire de l'animal envoya à Menu Foods le reste de la nourriture. « Les tests que nous avons faits sur cette nourriture pour chats ne révéla rien d'anormal » explique-t-il.

Ironiquement, Menu Foods avait toutes les raisons d'avoir elle aussi été prise au dépourvu —ce qu'elle semble totalement incapable de communiquer. En fin de compte, les tests réalisés à la fin mars sur le gluten chinois révéla que la cause probable de l'empoisonnement était la mélamine, un produit dérivé de la production du plastique qui n'a rien à voir avec la production du gluten de blé— ou même la production de nourriture animale. Selon Steve Pickman, vice-président chez MPG Ingredients Inc. un producteur de gluten de blé pour consommation humaine et animale d'Atchinson au Kansas, « C'est du jamais vu. Jamais nous n'aurions songé à tester pour l'empoisonnement à la mélamine. »

Des sources à Washington affirment que la FDA considérait la possibilité que des employés de l'usine de XuZhou avaient peut-être ajouté la mélamine délibérément—qu'ils auraient utilisé la substance afin d'accroître la valeur nutritive apparente du produit. En effet, la mélamine mimique certaines protéines quand elle est mélangée à du gluten de blé, donnant l'illusion que l'aliment est beaucoup plus protéinique qu'il ne l'est vraiment. Si cette théorie s'avère, il reste à savoir si ces mêmes employés étaient conscients de la toxicité de la mélamine pour les animaux. Comment on peut se prémunir contre des mécréants ou des escrocs à l'autre bout du monde est une toute autre question.

Malgré ce qui semblait être une crise insurmontable, les analystes boursiers demeurent optimistes quant au futur de Menu Foods. Aleem Israel est un analyste chez Cormack Securities de Toronto qui conseille l'achat du titre en expliquant qu'étant le plus important fournisseur de nourriture animale de type « mouillé » et la seule source de pochettes d'aluminium, Menu Foods ne peut que survivre. Et bien que la plupart de ses clients ne se soient pas engagés dans des contrats d'approvisionnement à long terme, il n'y a pas sur le marché d'autres fabricants ayant la taille et la capacité nécessaire pour pouvoir offrir une marge de profit comparable.

Les supermarchés et les autres vendeurs du produit profitent d'un énorme avantage économique qui les amène à favoriser un statut quo qui est favorable à Menu Foods. Aucun géant de l'épicerie ou du supermarché n'a été un plus grand supporteur que celui qui l'a aidé à le mettre au monde, nommément Lowblaw. « Dire que [la contamination] a été un évènement déplorable est bien peu dire! » explique Margles, la porte-parole de Lowblaw. « Les gens attachent beaucoup d'importance à leur animaux de compagnie et nous attachons aussi beaucoup d'importance à la qualité de nos produits. Malgré tout, Menu Foods a été un bon partenaire, nous avons en place ici un mécanisme de rappel très sophistiqué et nous procédons aussi à un suivi méticuleux. Nous sommes convaincu qu'ils font de même avec les produits qu'ils fabriquent.

Margles, comme beaucoup d'autres, blâme la catastrophe sur les ingrédients contaminés et non pas le fabricant. « Il semble que le problème soit lié au gluten de blé chinois » explique-t-elle.

Une telle logique ne réassure pas la nutritionniste Marion Nestle qui compare le cas de Menu Foods avec la contamination majeure de virus E. Coli dans les épinards sur tout le continent l'été dernier. « Cette crise a révélé quelques chose d'absolument édifiant. On savait que la production d'épinard était centralisée par ce qui s'est passé au cours de l'été. Mais la réalisation qu'un seul ingrédient en provenance de Chine pouvait se retrouver dans 100 marques différentes d'aliments pour animaux de compagnie est quelque chose que personne n'avait pu voir venir. »

Nestle, qui est en train de rédiger un livre sur l'alimentation des animaux de compagnie croit que le rappel devrait lancer un débat sur la question des différences de prix dans le marché des aliments animaliers. « Cette révélation est particulièrement époustouflante pour ceux qui ont payé le gros prix pour les produits de Iams ou autres produits coûteux » explique-t-elle. « D'apprendre que les mêmes ingrédients se retrouvent dans les marques bon marché irrite les maîtres sans bon sens. Le problème n'est pas que les « formulations » ou recettes sont les mêmes mais plutôt qu'on utilise les mêmes ingrédients.

Chose certaine, ce problème dérange Benjamin DeLong et son épouse Jennifer âgés de 33 et 32 ans, de Wadsworth en Illinois. Ce couple croyaient fermement améliorer la qualité de l'alimentation pour leurs chats Freddie et Rita en passant d'un produit « sans nom » au produit de luxe « Morue et sauce » et « Saumon et sauce » de IAMS en pochettes d'aluminium. Aujourd'hui, ils blâment ces produits pour la mort de Freddie et la maladie de Rita. Ils se sont joints à une poursuite en recours collectif (*en anglais class-action lawsuit*) à Chicago. « Nous croyions qu'en dépensant un peu plus pour nos chats, en les nourrissant mieux on pourraient les garder plus longtemps » explique DeLong avec amertume.

DeLong fût particulièrement insulté quand il prit connaissance d'une grande annonce dans le journal, occupant la page entière et demandant aux maîtres de garder les produits qui étaient fabriqués dans ses « propres » usines aux Etats-Unis et non ceux fabriqués par Menu Foods. « Vous savez quoi? Je croyais acheter un produit Iams, » dit-il. « Il est évident que la surveillance et la gestion étaient inadéquates pour que ça se produise à Menu Foods. Alors je considère Menu Foods responsable mais aussi Iams pour avoir laisser ça se produire! »

La tragédie a aussi mis en évidence le manque d'encadrement législatif en ce qui a trait aux aliments pour animaux domestiques au Canada. Les É.U., le Royaume Uni et l'Europe ont tous mis sur pied des agences gouvernementales pour surveiller la sécurité des aliments pour animaux domestiques. Au Canada, alors que le ministère de la Consommation et des Corporations (Department of Consumer and Corporate affairs) est responsable des déclarations apparaissant sur l'étiquetage, la surveillance de l'industrie canadienne est quant à elle déléguée aux corps policiers. Une association canadienne de l'alimentation des animaux de compagnie (Pet Food Association of Canada), un consortium des producteurs, a imposé un programme d'assurance nutritionnel sur une base volontaire alors que l'association canadienne de médecine vétérinaire gère un programme volontaire de standards alimentaires qui ne certifie que deux pour cent des aliments produits au Canada. La semaine dernière, la FDA (Foods and Drugs Administration) annonçait qu'une inspection aléatoire de 400 points de vente à travers les Etats-Unis a retrouvé, encore aujourd'hui, des points de ventes qui avaient dans leur entrepôt des aliments pour chiens et pour chats sujets aux rappels. Le même genre d'information n'est pas disponible au Canada.

Comment réagir? Qui est à blâmer quand du poison se retrouve dans un ingrédient en provenance d'un fournisseur étranger pour un distributeur américain qui, à son tour, le vend à un producteur

canadien qui approvisionne des points de vente pour animaux domestiques à la grandeur de l'Amérique du nord? Comment empêcher une répétition?

Au moins une partie des conséquences de cette affaire prendra la forme de procédures légales. À peine quelques jours après le début de la crise, des avocats spécialisés en recours collectifs se sont mis à rôder comme des vautours. Certaines firmes ont même mis en ligne, sur Internet, des formulaires virtuels permettant à leurs clients potentiels de se joindre à l'action en justice. Frank Jablonski, un avocat de Madison, dans l'état du Wisconsin, affirme avoir reçu 3 000 requêtes dont près de la moitié de propriétaires dont les animaux de compagnie étaient morts. « Les histoires sont terriblement tragiques, » explique-t-il. « Vous finissez par passer beaucoup de temps individuellement avec ces clients, parce qu'essentiellement, vous devez les consoler. » Jay Strosberg, un autre avocat spécialisé, celui-ci de Windsor en Ontario, a intenté une poursuite en recours collectif contre Menu Foods. Il dit avoir reçu plus de 100 appels de gens ayant des animaux de compagnie malades ou morts. Menu Foods dit avoir été l'objet de plus de 50 poursuites en justice aux É.U.

Ces actions en justice sont intentées le plus souvent pour récupérer les frais vétérinaires. Cependant, cette histoire a tellement eu d'échos que certains propriétaires espèrent créer un précédent en obtenant réparation pour dommages moraux et « détresse émotionnelle ». « Il est clair que la détresse émotionnelle est bien réelle. » explique DeLong de l'Illinois. Même si les cours de justice des deux côtés de la frontière ont résisté et choisi de considérer les animaux de compagnie comme un bien dont on est propriétaire plutôt que comme un membre de la famille, les deux états américains de l'Illinois et du Tennessee ont déjà des lois qui permettent le dédommagement pour dommages moraux. De plus, un précédent a été créé quand, en cours supérieure de l'Ontario le juge a octroyé 1 417,12 \$ à un propriétaire dont le chien s'échappa d'une garderie pour chiens et mourût.

L'importance de ce jugement est liée au fait que le juge ait déclaré spécifiquement que les animaux de compagnie ne devraient pas être considérés seulement comme des « bêtes appartenant à leur propriétaire » et qu'ainsi dans de tels cas, des dommages moraux peuvent être considérés.

Le gouvernement canadien, pendant ce temps, est en train de re-considérer son approche de laisser-faire quant à la sécurité alimentaire des animaux de compagnie. Bill Hewitt, le directeur de la planification et des politiques pour l'Agence canadienne d'inspection des aliments explique que le cas Menu Foods a mis en évidence l'importance des animaux domestiques dans les foyers modernes et a poussé son département à réexaminer ses options, parmi lesquelles la possibilité de mettre sur pied un cadre législatif et réglementaire complet pour encadrer cette industrie. Ce réexamen fait suite à une rencontre avec l'Association canadienne des médecins vétérinaires (ACMV) lors de laquelle on avisa le ministre que l'absence de règlements et de standards exposaient les Canadiens à des risques ainsi qu'aux animaux. « Que ce serait-il passé si, au lieu de la mélanine, il s'était agit d'un virus? » demande le Dr. Paul Boutet, président de l'association. « Nos gouvernements doivent être informés de ces dangers car les maux affectant les animaux de compagnie nous affectent aussi. Les animaux de compagnie sont tellement proches de nous aujourd'hui. Certains couchent dans nos lits. Il existe peut-être même des foyers où les animaux mangent à table. »

Malgré toutes ces bonnes intentions, ni Boutet, ni Hewitt ne peuvent prédire un avenir sans risque pour l'alimentation animale domestique. La taille du marché et la complexité de l'industrie en rendent la surveillance difficile, reconnaissent-ils. « Il y a de tout, des multinationales et des producteurs ultra spécialisés qui travaillent dans leurs cuisines. » raconte Hewitt. La contamination chez Menu Foods, remarque-t-il, s'est produite malgré les règles de la FDA qui exigent que les producteurs d'aliments pour animaux domestiques s'assurent de la sécurité de leurs produits. Ça illustre que même dans un contexte hautement contrôlé par l'État, il y a des risques.

Dans les circonstances, les propriétaires d'animaux de compagnie, même ceux qui ont échappé à cette crise n'auraient pas raison d'avoir confiance. À défaut de revoir complètement les modèles d'affaires et l'« économie » du secteur de la production alimentaire, ou encore de créer un cadre réglementaire où on verrait des inspecteurs canadiens travailler en Chine, la question n'est plus comment une telle contamination s'est produite ou encore comment on aurait pu mieux gérer la crise. La question est maintenant à quand la prochaine crise? Henderson, président de Menu Foods, tente de réassurer ses clients que des tests pour détecter la mélamine deviendront une procédure standard pour sa société. Cependant, dans l'industrie en général, on peut résumer l'état d'esprit en citant Henderson qui, en parlant du futur de Menu Foods, dit maintenant : « Tout reviendra comme avant. »

*[1] Note du traducteur : Cacher vient de l'hébreu, que l'on peut donc transcrire de multiples façons suivant les langues et les règles (cacher, cacher, casher, kasher, kocher, etc). ...*

## **LES ANNEXES**

**ANNEXE 1 : PROCTER & GAMBLE EN QUELQUES CHIFFRES**

**ANNEXE 2 : PROCTER & GAMBLE : MISSION, VALEURS ET PRINCIPES**

**ANNEXE 3 : ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT DE P&G DATÉ DU 30 MARS 2007**

**ANNEXE 4 : LETTRE OUVERTE DU 3 AVRIL 2007 POUR RASSURER LES  
PROPRIÉTAIRES D'ANIMAUX**

**ANNEXE 1 : PROCTER & GAMBLE EN QUELQUES CHIFFRES**[Source Wikipédia : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Procter & Gamble](http://fr.wikipedia.org/wiki/Procter_&_Gamble)]

## Procter&Gamble

<b><u>Création</u></b> :	1837
<b><u>Siège social</u></b> :	<a href="#">Cincinnati, Ohio</a>  <a href="#">États-Unis</a>
<b><u>Personnes-clés</u></b> :	<a href="#">William Procter</a> , <a href="#">James Gamble</a> (fondateurs)
<b><u>Secteurs d'activités</u></b> :	biens de consommation courante
<b><u>Produits</u></b> :	<a href="#">voir la liste</a>
<b>Effectif</b> :	138'000 (en 2005)
<b><u>Chiffre d'affaires</u></b> :	68,222 milliards <a href="#">USD</a> (2006)
<b><u>Résultat net</u></b> :	8,684 milliards <a href="#">USD</a> (2006)
<b><u>Site Web</u></b> :	<a href="http://www.pg.com">http://www.pg.com</a>
<b>Principaux <u>concurrents</u></b>	
<a href="#">Unilever</a>	

**ANNEXE 2 : PROCTER & GAMBLE : MISSION, VALEURS ET PRINCIPES**

[Source : [www.pg.com/FR\\_CA/company/who\\_we\\_are/pvp.jhtml](http://www.pg.com/FR_CA/company/who_we_are/pvp.jhtml)]

**La mission de P&G**

Nous nous engageons à commercialiser des produits et des services de qualité supérieure en vue d'améliorer la vie des consommateurs du monde entier.

En retour, ces consommateurs nous feront réaliser des ventes et des profits de chef de file, permettant ainsi à notre organisation, à nos actionnaires et aux communautés dans lesquelles nous oeuvrons de prospérer.

**Les valeurs de P&G**

Les marques et l'organisation de P&G sont la base même des succès de P&G.

L'effectif de P&G donne vie aux valeurs de par leurs efforts visant à améliorer la vie des consommateurs du monde entier.

**Les principes de P&G**

Nous nous respectons les uns les autres.  
Les intérêts de l'entreprise et des employés sont indissociables.  
Notre travail s'appuie sur des objectifs stratégiques.  
Notre succès est directement lié à l'innovation.  
Nous sommes extravertis.  
Nous valorisons le succès personnel.  
Nous cherchons à exceller.  
L'interdépendance est notre mode de vie.

**ANNEXE 3 : Énoncé de positionnement de P&G Soins des animaux en réaction à l'annonce faite aujourd'hui par la Food & Drug Administration [30 mars 2007]]**  
 [Source : /www.newswire.ca/en/releases/archive/March2007/30/c8595.html?view=print]

**A l'attention des rédacteurs de la chronique affaires, commerce de détail et alimentation:**

DAYTON, Ohio, le 30 mars /CNW/ -

<< - Il n'y a pas de mélamine ou de gluten de blé dans aucune des nourritures sèches de marques Iams et Eukanuba que l'on retrouve en magasin.

- Les nourritures sèches Iams et Eukanuba ne contiennent pas de gluten de blé et sont produites dans les usines de P&G Soins des animaux (et non pas dans celles de Menu Foods). Les propriétaires de chiens et de chats peuvent se rassurer et avoir entièrement confiance aux nourritures sèches de marques Iams et Eukanuba qui, rappelons-le, ne sont pas produites par Menu Foods et ne font donc pas partie de ce rappel.

- Les consommateurs peuvent eux aussi avoir confiance aux nourritures sèches Iams et Eukanuba. Seule une petite partie de nos produits est touchée par le rappel effectué par Menu Foods. Ces produits rappelés ont déjà été retirés des étalages des magasins au Canada et aux Etats-Unis.

- Le 14 mars 2007, P&G Soins des animaux a immédiatement interrompu la production de nourritures humides à l'usine de Menu Foods à Emporia ciblée par le rappel.

- P&G Soins des animaux a partagé toute l'information en sa possession et continue encore aujourd'hui à collaborer étroitement avec la FDA américaine dans le cadre de son enquête.

- Nous avons fourni aux consommateurs et aux vétérinaires l'information dont ils avaient besoin pour répondre à leurs questions et préoccupations.

- Une équipe spéciale, composée de professionnels de la santé animale, a récemment évalué la participation volontaire de P&G Soins des animaux dans le dossier du rappel de Menu Foods ainsi que ses procédures de contrôle de la qualité. La déclaration consensuelle des membres de cette équipe a été la suivante: >>

"L'équipe spéciale indépendante composée de professionnels de la santé animale félicite P&G Soins des animaux pour la rapidité et la qualité de sa participation volontaire dans le dossier du rappel des nourritures humides fabriquées par Menu Foods. Elle souligne également sa collaboration et son partage d'information auprès des autorités administratives, des vétérinaires et des consommateurs en lien avec l'apparition de cas inhabituels de syndrome d'insuffisance rénale chez les animaux. Les médecins vétérinaires et les propriétaires d'animaux de compagnie peuvent recommander et utiliser avec confiance la nourriture sèche des marques Iams et Eukanuba, ainsi que tous les produits de nourriture humide qui ne sont pas touchés par le rappel."

Renseignements: Personnes-ressources de P&G Soins des animaux pour les medias:  
 Kurt Weingand, D.V.M., Ph.D. (E.-U.), (937) 264-7676; Joyce Law  
 (Canada), (416) 730-5963

**ANNEXE 4 : LETTRE OUVERTE DU 3 AVRIL 2007 POUR RASSURER LES PROPRIÉTAIRES D'ANIMAUX**

[Source : <http://www.newswire.ca/fr/releases/archive/April2007/03/c2045.html>]

**A l'attention des rédacteurs des chroniques affaires et la chronique santé:**

**Les employés de Iams et de Eukanuba publient aujourd'hui une lettre ouverte pour rassurer les propriétaires d'animaux**

Cette lettre paraît dans 59 journaux en Amérique du Nord

DAYTON, OH, le 3 avril /CNW/ - Les employés de Iams, de Eukanuba et de P&G Soins des animaux, fabricant des marques-vedettes de nourriture pour animaux Iams et Eukanuba, ont publié une lettre ouverte à l'intention des consommateurs. Cette lettre, qui paraît mardi et mercredi sur une pleine page dans 59 grands journaux en Amérique du Nord, vise à dissiper la confusion et l'inquiétude grandissantes chez les propriétaires d'animaux qui ont été touchés par le rappel généralisé de nourritures Menu Food affectant plus de 90 marques, dont Iams et Eukanuba.

"Nous compatissons à l'inquiétude et au chagrin des propriétaires d'animaux touchés par le rappel Menu Foods.", a déclaré Dan Rajczak, directeur général des marques Iams et Eukanuba en Amérique du Nord. "Bon nombre de propriétaires d'animaux sont déroutés et ne savent pas en quels produits ils peuvent avoir confiance. Ils peuvent se rassurer et avoir entièrement confiance aux nourritures sèches et humides de marques Iams et Eukanuba qui sont actuellement offertes en magasin."

Comme il est rappelé dans la lettre, des mesures importantes ont été prises chez P&G Soins des animaux afin de redresser la situation. Par exemple, nous avons :

- travaillé conjointement avec les détaillants pour retirer des tablettes les conserves et sachets métallisés de nourriture touchés par le rappel;
- interrompu la production de toutes les nourritures fabriquées à l'usine de Menu Foods ciblée par le rappel (il convient de noter que la production n'a toujours pas repris);
- collaboré de façon étroite avec la FDA américaine et mis à la disposition de celle-ci toute l'information en main pour qu'elle puisse continuer de mener son importante enquête;
- réuni une équipe spéciale composée d'éminents experts de la santé animale en Amérique du Nord pour évaluer le rappel;
- établi un conseil formé de vétérinaires de premier plan et de professionnels de la santé animale, chargé de renseigner l'entreprise sur la meilleure façon dont elle peut continuer à améliorer la qualité de vie et à prévenir les maladies chez les animaux.

En réaction à l'annonce faite la semaine dernière par l'agence américaine d'inspection des aliments, la U.S. Food & Drug Administration (FDA), à l'effet qu'un nouveau contaminant appelé mélamine avait été trouvé dans des nourritures faisant l'objet du rappel, Dan Rajczak a déclaré ce qui suit :

*"Etant nous-mêmes propriétaires d'animaux, nous croyons qu'il est important pour les employés de Iams et de Eukanuba de s'adresser directement aux propriétaires d'animaux et de les aider du mieux qu'ils le peuvent en leur expliquant clairement ce qui en est. La situation est très confuse, et nous ferons tout en notre possible pour renseigner les*

*consommateurs et intervenir personnellement auprès de chacun de ceux qui communiqueront avec nous."*

**Les nourritures sèches Iams et Eukanuba ne sont pas visées par le rappel.**

"Les propriétaires d'animaux, les vétérinaires et les éleveurs peuvent se rassurer et avoir entièrement confiance aux nourritures sèches pour chiens et chats, car elles ne contiennent pas de mélamine ni de gluten de blé.", a déclaré Dan Rajczak. P&G Soins des animaux, comme bien d'autres fabricants, a participé de son plein gré au rappel d'un lot particulier de boîtes de conserve et de sachets métallisés de nourriture humide de marques Iams et Eukanuba à la suite du rappel demandé le 16 mars 2007 par l'entreprise Menu Foods, qui avait fabriqué ces produits pour le compte de P&G.

Depuis plus de 60 ans, Iams fourni aux propriétaires d'animaux et aux vétérinaires de la nourriture pour chiens et pour chats de la plus haute qualité. A la suite du rappel des nourritures fabriquées par Menu Foods, Iams et Eukanuba ont réuni une équipe spéciale composée de sept éminents vétérinaires à Dayton, en Ohio, les 26 et 27 mars derniers, afin que soit évaluée la participation volontaire de P&G Soins des animaux dans le dossier du rappel de Menu Foods ainsi que ses procédures de contrôle de la qualité.

L'équipe spéciale a félicité P&G Soins des animaux (marques Iams et Eukanuba) pour la rapidité et la qualité de sa participation volontaire dans le dossier du rappel des nourritures humides fabriquées par Menu Foods. Elle a également souligné sa collaboration et son partage d'information auprès des autorités administratives, des vétérinaires et des consommateurs en lien avec l'apparition de cas inhabituels de syndrome d'insuffisance rénale chez des animaux. La déclaration consensuelle des membres de cette équipe a été la suivante : "Les médecins vétérinaires et les propriétaires d'animaux de compagnie peuvent recommander et utiliser avec confiance la nourriture sèche des marques Iams et Eukanuba, ainsi que tous les produits de nourriture humide qui ne sont pas touchés par le rappel." On peut consulter le rapport complet de l'équipe spéciale sur le site [www.iams.com](http://www.iams.com).

**A propos de P&G Soins des animaux**

Depuis près de 60 ans, Iams et Eukanuba, marques appartenant à P&G Soins des animaux, ont amélioré le bien-être des chats et des chiens grâce à des nourritures et des produits de soins de qualité supérieure. Pour en savoir plus sur les marques Iams(MD) et Eukanuba(MD) ou obtenir des renseignements généraux sur les nourritures et les produits de soins pour animaux, communiquez avec P&G Soins des animaux, au 1-800-446-3075. Vous pouvez également visiter les sites Web de Iams et de Eukanuba sur <http://www.iams.com> et <http://www.eukanuba.com>, respectivement.

**A propos de Procter & Gamble (NYSE:PG)**

Trois milliards de fois par jour, les marques de P&G sont complices de la vie des consommateurs du monde entier. Notre société propose l'un des plus importants portefeuilles de marques reconnues et de confiance telles que Pampers(MD), Tide(MD), Ariel(MD), Always(MD), Whisper(MD), Pantene(MD), Mach3(MD), Bounty(MD), Dawn(MD), Pringles(MD), Folgers(MD), Charmin(MD), Downy(MD), Lenor(MD), Iams(MD), Crest(MD), Oral-B(MD), Actonel(MD), Duracell(MD), Olay(MD), Head & Shoulders(MD), Wella, Gillette(MD) et Braun.

L'effectif de P&G compte plus de 135 000 employés répartis dans plus de 80 pays. Visitez [www.pg.ca](http://www.pg.ca) pour obtenir les toutes dernières nouvelles au sujet de P&G Canada et de ses marques.

Renseignements: Joyce Law, Iams/P&G Soins des animaux, [law.j@pg.com](mailto:law.j@pg.com)