

**CONSULTATION PUBLIQUE**  
**AU SUJET DES NOUVELLES**  
**DISPOSITIONS DE LA LOI SUR LA**  
**CONCURRENCE RELATIVES À**  
**L'ÉCOBLANCHIMENT**

**27 septembre 2024**

Rédigé par le Centre québécois du  
droit de l'environnement

Avec le soutien de



Et appuyé par

**Sylvain Amoros**, professeur associé, HEC Montréal

**Marius André**, associé, COESIO

**Mireille Azema**, directrice générale et co-fondatrice, Franchir

**Marie-Michèle Bélanger**, stratège marketing et fondatrice, La Firme marketing

**Pascal Bergeron**, porte-parole, Environnement Vert Plus

**Richard Brooks**, climate finance director, Stand.earth

**Rodolphe Bruneault**, président, Cactus en ligne

**Alexandre Chapt**, responsable Pays, Eulerian Inc.

**Laurence Delwaide**, cheffe de la stratégie, Canidé

**Amaury de Foresta**, president, Tree Consulting

**Aymeric Freymond**, associé, Agence Dialekta

**Julien Galtier**, associé, Circular Impulse

**Pascal Geneviève**, président et cofondateur, CCG

**Katrine Gouron**, directrice principale, impact et communications, LG2

**Alexandra Graveline**, Coop Bleu Forêt

**Catherine Lamontagne**, présidente, OROKOM

**Emmanuelle Letourneau**, présidente et fondatrice, Létourneau

**Pascal Meunier**, directeur général, CRI agence

**Rébecca Pétrin**, directrice générale, Eau Secours

**David Roy**, directeur général, Ateliers pour la biodiversité

**Matthieu Salou**, consultant

**Dr. Meg Sears**, chair, Prevent Cancer Now

**Myriam Thériault**, co-directrice, Mères au front

**Shannon Turner**, executive director, Public Health Association of BC

**Valérie Vedrines**, présidente, Groupe Ecomarque

**Auteur :**

**Julien O. Beaulieu**

**Note :** Certains passages de ce document sont tirés de rapports de recherche que le Centre québécois du droit de l'environnement fera paraître lors de l'automne 2024. Ces passages sont la propriété intellectuelle exclusive de leurs auteurs.

**Soutien financier :**

**La rédaction de ce mémoire a été réalisée dans le cadre d'un projet de recherche du Centre québécois du droit de l'environnement financé par une subvention de recherche du Fonds pour le droit de demain de l'Association du Barreau canadien**

CBA LAW FOR  
THE FUTURE FUND  FONDS POUR LE DROIT  
DE DEMAIN DE L'ABC



**Centre québécois du droit de  
l'environnement**

5248 Boul. Saint-Laurent

Montréal, QC H2T 1S1

Courriel : [info@cqde.org](mailto:info@cqde.org)

Site internet : [cqde.org](http://cqde.org)





# Présentation

## DU CENTRE QUÉBÉCOIS DU DROIT DE L'ENVIRONNEMENT

Né sous l'impulsion d'un groupe de juristes s'intéressant aux aspects juridiques des enjeux environnementaux, le Centre québécois du droit de l'environnement (CQDE) est un organisme de bienfaisance fondé en 1989. Le CQDE compte plus de 300 membres individuels et corporatifs actifs dans toutes les régions du Québec.

Le CQDE s'est donné pour mission de mettre son expertise juridique au service de la population québécoise et de la protection de l'environnement.

Le Centre québécois du droit de l'environnement joue un rôle actif au sein de la société québécoise en intervenant dans les débats environnementaux importants qui animent l'actualité. Il participe aux consultations gouvernementales portant sur diverses réformes législatives et réglementaires et intervient devant les instances judiciaires lorsque nécessaire.

Le CQDE offre de l'information juridique à la population et à des groupes de protection de l'environnement, leur permettant de faire la lumière sur les dimensions juridiques des problèmes environnementaux auxquels ils font face, dans le but d'assurer le respect du droit à un environnement sain.

Il est le seul organisme à but non lucratif à offrir une expertise indépendante en matière de droit de l'environnement au Québec, permettant par le fait même à la population d'accéder à l'information et à la justice en matière de droit environnemental. En contribuant à la mise en place d'un droit répondant aux crises environnementales auxquelles nous faisons face, le CQDE contribue au développement, à la diffusion et au respect du droit de l'environnement afin de protéger l'environnement et les espèces vivantes.



# Table des matières

<b>A. Introduction</b>	<b>6</b>
<b>B. Déclarations en lien avec les produits</b>	<b>11</b>
<b>Question 1.</b>	<b>11</b>
<b>Question 3.</b>	<b>15</b>
a) Exigences en lien avec les caractéristiques de l'épreuve	16
b) Exigences en lien avec l'exécution et les résultats de l'épreuve	17
c) Exigences en lien avec la communication sur les pratiques de corroboration	17
<b>Question 2.</b>	<b>18</b>
a) Déclarations vagues et génériques	18
b) Comparaisons trompeuses	19
c) Utilisation de certifications et écolabels trompeurs	20
d) Déclarations basées sur la compensation écologique	21
e) Déclarations prospectives spéculatives	22
f) Déclarations sélectives	23
g) Imagerie	24
<b>Question 4.</b>	<b>24</b>
a) Absence de méthode de justification scientifiquement reconnue	24
b) Différentes méthodologies mènent à des résultats différents	25
c) La déclaration est par nature incertaine	25
d) Un régime réglementaire provincial ou fédéral encadre la façon dont une déclaration peut être formulée	25
e) Une exigence réglementaire étrangère impose ou reconnaît explicitement l'utilisation d'une méthode donnée	26
f) Une terminologie communément utilisée dans l'industrie ne satisfait pas aux lignes directrices	26
g) La déclaration est basée sur une déclaration d'un tiers	27
h) La déclaration ne se prête pas à une évaluation empirique	27
i) La déclaration porte à la fois sur les activités de l'entreprise et ses produits	27
<b>Question 5.</b>	<b>28</b>
a) Concept d'« avantage » environnemental	28



b) Défense de diligence raisonnable	30
c) Déclarations faites au public	31
d) Promotion d'un intérêt commercial	32
<b>C. Déclarations en lien avec les entreprises et les activités d'entreprises</b>	<b>34</b>
<b>Question 1.</b>	<b>34</b>
<b>Question 3.</b>	<b>37</b>
<b>Question 2.</b>	<b>38</b>
<b>Question 4.</b>	<b>39</b>
<b>Question 5.</b>	<b>39</b>
a) Il existe une méthode scientifiquement reconnue, mais seulement à l'échelle provinciale ou nationale	39
b) Il existe une méthode en développement qui est susceptible d'être reconnue internationalement, mais elle n'a pas encore été adoptée par l'organisation qui en est l'émettrice	39
c) Des données sont indisponibles pour certaines étapes de la chaîne d'approvisionnement	39
d) Une déclaration formulée avant la mise en œuvre des modifications législatives est toujours disponible (par exemple, sur le site web de l'organisation) et ne s'appuie pas sur une méthode suffisante et appropriée	39
e) Une déclaration antérieure s'appuyait sur une méthode suffisante et appropriée au moment d'être émise, mais cette méthode est maintenant désuète, et la déclaration demeure accessible au public (par exemple, sur le site web de l'organisation)	40
<b>Question 6.</b>	<b>40</b>
a) Déclarations de nature non-commerciale	40
b) Déclarations publiques qui ne sont pas destinées aux consommateurs	40
<b>Annexe A</b>	<b>42</b>
<b>Annexe B</b>	<b>46</b>
a) Biologique	46
b) Recyclabilité	46
c) Compostable et biodégradable	48
<b>Annexe C</b>	<b>51</b>

## A. Introduction

De nombreuses parties prenantes de l'économie canadienne tiennent compte des caractéristiques environnementales des entreprises, de leurs activités et de leurs produits au moment de prendre des décisions. Par exemple :

- **Les consommateurs** peuvent vouloir se procurer des produits dont l'empreinte environnementale est plus faible ou se procurer des produits auprès d'une entreprise engagée envers l'environnement afin d'effectuer des choix de consommation plus responsables.
- **Les clients et les fournisseurs** peuvent désirer faire affaire avec une entreprise dont les produits ont un meilleur bilan environnemental afin de réduire l'empreinte de leur chaîne d'approvisionnement et atteindre leurs objectifs environnementaux.
- **Les investisseurs** peuvent chercher à investir au sein de projets et d'organisations qui ont un impact positif (ou un impact négatif moins élevé) sur l'environnement et un faible degré d'exposition aux risques environnementaux.
- **Les organisations publiques**, dans le cadre de leurs activités de nature commerciale, peuvent être disposées à investir et à s'approvisionner auprès d'entreprises qui affichent de bonnes performances environnementales et sociales.
- **Les travailleurs** peuvent préférer travailler pour une entreprise qui a bilan environnemental favorable et met en œuvre des actions contribuant à la lutte aux changements climatiques.
- **Les citoyens** peuvent être plus favorables aux projets industriels et d'exploitation de ressources naturelles qui ont un impact négatif relativement réduit sur l'environnement.

Ces différentes parties prenantes ont besoin d'information afin de comparer les performances environnementales des produits, des entreprises et de leurs activités et ainsi prendre des décisions qui reflètent leurs préférences et leurs valeurs. Afin d'être utiles à la prise de décision, ces informations doivent être:

- **Vraies** : Il est important que les informations transmises par les entreprises soient véridiques et représentatives de la réalité.
- **Compréhensibles** : Certaines parties prenantes ont une expertise limitée en matière d'évaluation des caractéristiques environnementales, de sorte qu'elles ne seront pas en mesure de comprendre de l'information complexe ou de nature scientifique. De plus, elles peuvent avoir un temps limité afin d'évaluer une allégation environnementale, ce qui peut réduire leur capacité à prendre en considération des informations détaillées ou techniques.
- **Fournies en temps opportun** : Les parties prenantes ont besoin d'information dès le moment où elles commencent à évaluer la performance environnementale d'une organisation, de ses activités ou de ses produits.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Potter et al. (2022)

- **Complètes**: Les informations transmises doivent refléter de manière complète l'ensemble des impacts environnementaux significatifs d'une entreprise, de ses activités ou de ses produits, incluant :
  - Chaque étape **du cycle de vie d'un produit** (extraction de matières premières et ressources naturelles, production, transport, entreposage, utilisation, fin de vie, circularité).
  - Chaque étape de la **chaîne de valeur** d'une entreprise (incluant l'impact environnemental de ses clients et fournisseurs).
  - Chaque **catégorie pertinente d'impact environnemental important** (biodiversité, émissions de gaz à effet de serre, pollution de l'eau et des sols, déchets, etc.).<sup>2</sup>
- **Vérifiables et comparables**: Les consommateurs doivent être en mesure de valider la fiabilité d'une information et de comparer celle-ci avec celle d'entreprises, d'activités ou de produits concurrents, notamment en ayant accès aux preuves et documents au soutien d'une allégation.

En pratique, les parties prenantes sont souvent dans l'impossibilité d'obtenir des informations indépendantes sur la performance environnementale d'une entreprise, de ses activités ou de ses produits. Par exemple, il sera ardu pour un individu de vérifier si un produit étiqueté « biologique » est bel et bien issu de l'agriculture biologique sans avoir recours aux services de tiers. De manière similaire, il sera difficile pour un investisseur de vérifier la véracité des allégations d'une entreprise qui prétend avoir réduit sa consommation d'eau, réduit ses émissions de gaz à effet de serre ou diminué la quantité de déchets qu'elle produit.

Dans de telles situations, une partie prenante devra accepter de se fier aux déclarations effectuées par l'entreprise ou, le cas échéant, à la marque de certification émise par une organisation de certification, qui devrait être une tierce partie indépendante, rigoureuse et crédible, bien que ce ne soit pas toujours le cas. De telles situations rendent les parties prenantes particulièrement vulnérables aux pratiques d'écoblanchiment. Trois types d'écoblanchiment peuvent être distingués en vertu des dispositions de la *Loi sur la concurrence* (la **Loi**) :

- **Type A** : les indications environnementales **fausses** sur un point important.
- **Type B** : les indications environnementales **trompeuses** sur un point important, c'est-à-dire, des allégations qui, sans être nécessairement fausses, donnent une impression qui ne reflète pas la réalité.
- **Type C** : les indications environnementales **spéculatives**, c'est-à-dire, des allégations qui ne s'appuient pas sur des preuves suffisantes et appropriées, qu'elles soient vraies ou fausses.

Ces trois types d'écoblanchiment ne sont pas mutuellement exclusifs. Par exemple, une déclaration peut à la fois être spéculative et trompeuse. Ce serait le cas si une

---

<sup>2</sup> Brown et al. (2020) [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(20\)30074-7](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(20)30074-7); François-Lecompte et Gentric (2016) <https://shs.cairn.info/revue-decisions-marketing-2016-1-page-99?lang=fr&ref=doi>.

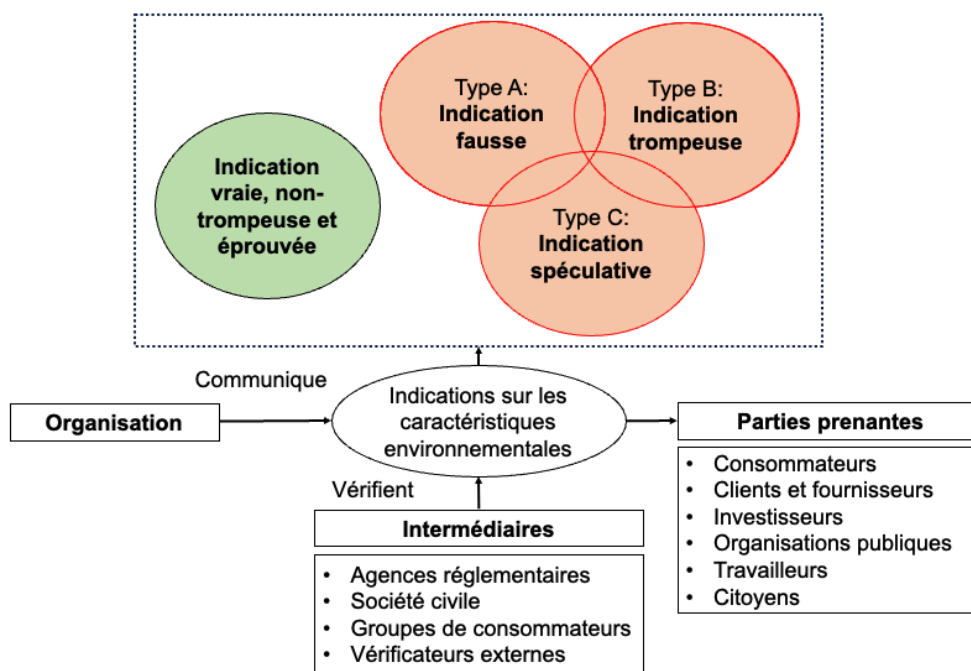


organisation indiquait qu'elle prévoit être carboneutre d'ici 2050, sans avoir établi un plan réaliste et crédible afin d'atteindre cet objectif et sans préciser que cet objectif ne vise qu'une faible partie de ses émissions de gaz à effet de serre (**GES**).

De même, une déclaration peut être fautive et spéculative. Ce serait le cas si une organisation prétendait que ses produits ne contiennent pas de substances toxiques, alors qu'en vérité, ils en contiennent une quantité importante et que l'organisation n'est pas en mesure de justifier son allégation.

L'illustration 1 ci-dessous résume le phénomène d'écoblanchiment de manière schématisée. Cette illustration représente une organisation qui effectue des déclarations environnementales destinées aux parties prenantes. Des intermédiaires, comme le Bureau de la concurrence du Canada (le **Bureau**) et des organisations de la société civile vérifient la véracité de ces déclarations, et peuvent alerter les parties prenantes et/ou initier des actions en justice s'ils identifient des communications problématiques de type A, B et/ou C.

### Illustration 1. Représentation de l'écoblanchiment<sup>3</sup>



L'écoblanchiment peut se manifester par l'entremise d'une variété de pratiques, lesquelles sont résumées dans le tableau ci-dessous. Plusieurs de ces pratiques sont résumées dans *Le recueil des pratiques commerciales trompeuses – Volume 7* publié par le Bureau en juillet 2024.

Dans le cadre de la présente réponse, nous nous concentrons sur l'écoblanchiment de type C, c'est-à-dire la communication de déclarations environnementales **spéculatives**. Cependant, d'autres types sont parfois abordés, certaines déclarations environnementales constituant plus d'une forme d'écoblanchiment à la fois.

<sup>3</sup> Adapté de Montgomery et al. (2023) <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10860266231168905>.

**Tableau 1 – Résumé des principales pratiques d’écoblanchiment<sup>4</sup>**

#	Pratique	Types	Exemple
1	Corroboration insuffisante.	C	Faire la promotion d’un produit comme émettant 50% moins de particules toxiques dans l’air que la moyenne de l’industrie, sans avoir fait de tests afin de valider cette information.
2	Déclarations vagues et générales	C/B	Utiliser des termes comme « vert » ou « écoresponsable » afin de qualifier l’impact environnemental d’un produit, sans preuve d’un impact environnemental neutre sur l’ensemble du cycle de vie et la totalité de la chaîne d’approvisionnement.
3	Comparaisons trompeuses	C/B	Indiquer qu’un produit est le « plus faible en carbone de l’industrie », sans préciser les bases de cette comparaison et sans avoir de preuves à l’appui de celle-ci.
4	Utilisation de certifications et écolabels trompeurs	C/B	Utiliser un logo qui donne l’impression qu’un produit respecte des normes de performance environnementale plus élevées que la moyenne alors que ce n’est pas le cas ou que cette information n’est pas vérifiée de manière indépendante.
5	Déclarations prospectives spéculatives	C/B	Faire la promotion des objectifs de réduction des émissions de GES d’une organisation sans avoir de plan crédible afin de les atteindre.
6	Déclarations sélectives	C/B	Fournir des indications favorables sur les émissions de GES d’un produit sans mentionner ses impacts négatifs sur la biodiversité, alors que ces impacts environnementaux négatifs sont proportionnellement significatifs.
7	Utilisation d’images, couleurs et symboles trompeurs	C/B	Apposer des images d’arbres sur l’emballage d’un produit dont la production cause de la déforestation.
8	Promotion d’avantages négligeables	C/B	Indiquer que <i>l’utilisation</i> d’un produit génère 5% moins de GES que le modèle précédent, alors que 95% des GES associés à ce produit sont émis lors de sa <i>production</i> .
9	Communication d’informations purement fausses	C/A	Indiquer qu’un produit est recyclable alors qu’il ne l’est dans aucune région du Canada.
10	Qualificatifs et explications trompeurs	B	Indiquer de manière très visible sur un camion de livraison que le produit qu’il contient est carboneutre, et expliquer sur le site web de l’entreprise qu’en réalité le produit émet seulement une quantité moindre de GES que les autres gammes de produits offerts par l’entreprise.
11	Promotion de caractéristiques ordinaires ou légalement obligatoires	B	Indiquer qu’un équipement de réfrigération n’utilise pas d’hydrochlorofluocarbures, alors que de tels équipements sont interdits par la loi.
12	Utilisation de jargon	B	Indiquer la quantité d’une substance toxique présente dans un produit sans explications simples et compréhensibles sur la signification de cette information.

<sup>4</sup> Inspiré de Nemes et al. (2022). [10.3390/su14084431](https://doi.org/10.3390/su14084431)

La publication de lignes directrices détaillées sur les pratiques de communication environnementale des entreprises est une opportunité unique pour le Bureau d'améliorer la qualité, la transparence et la comparabilité des informations sur la performance environnementale des entreprises, de leurs activités et des produits au sein de l'économie canadienne.

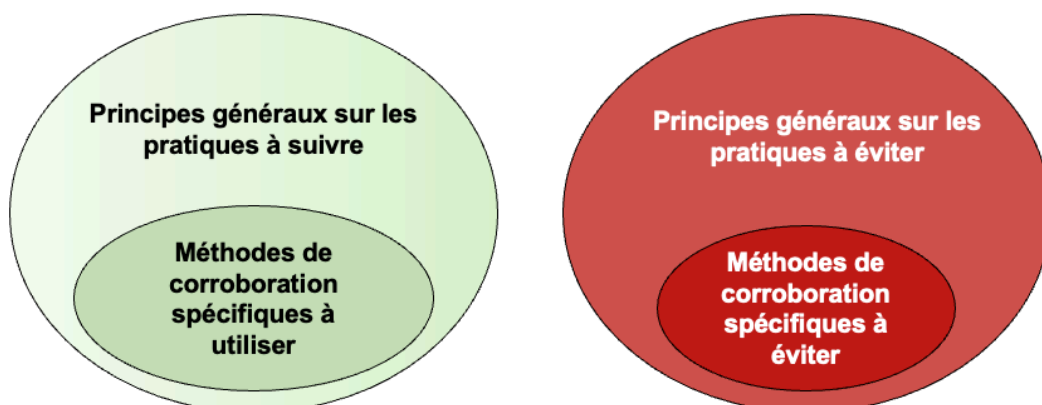
L'écoblanchiment nuit à la fois aux entreprises intègres et aux consommateurs. En plus de nuire à l'innovation des entreprises et à la crédibilité et la créativité des experts des communications et du marketing, l'écoblanchiment défavorise les entreprises sérieuses et intègres qui désirent se distinguer pour saisir les occasions d'affaires qui émergent de la transition. Les entreprises engagées et intègres souhaitent – et doivent – demeurer une source d'information hautement crédible au sujet de la performance de leurs opérations, produits et services.

À l'échelle internationale, plusieurs agences d'application de la loi ont déjà publié des lignes directrices visant à baliser leurs attentes relativement à l'utilisation de chacune de ces tactiques, notamment les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Union européenne, la France, les Pays-Bas et l'Australie. L'**annexe C** résume les recommandations de chacune de ces juridictions pour plusieurs des pratiques d'écoblanchiment identifiées ci-dessus, incluant en ce qui a trait à la corroboration des allégations environnementales.

De plus, l'Union européenne est en voie d'établir des exigences de corroboration spécifiques aux allégations environnementales qui seraient similaires à celles du Canada – quoique beaucoup plus spécifiques. L'**annexe A** résume le projet de *Directive sur les allégations écologiques* (en anglais, "*Green Claims Directive*") de l'Union européenne.

Dans le cadre de ses lignes directrices, le Bureau devrait à la fois définir les pratiques de communication qu'il favorise et les pratiques qu'il recommande d'éviter. Pour ce faire, le Bureau devrait à la fois fournir des recommandations générales et spécifiques.

## Illustration 2. Contenu suggéré des lignes directrices



## B. Déclarations en lien avec les produits

**Le Bureau souhaite obtenir des commentaires sur la nouvelle disposition de la loi relative aux déclarations ou garanties visant les avantages environnementaux d'un produit ou d'un service.**

74.01 (1) Est susceptible d'examen le comportement de quiconque donne au public, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'usage d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques :

b. 1) [...] sous la forme d'une déclaration ou d'une garantie visant les avantages d'un produit pour la protection ou la restauration de l'environnement ou l'atténuation des causes ou des effets environnementaux, sociaux et écologiques des changements climatiques, des indications qui ne se fondent pas sur une épreuve suffisante et appropriée, dont la preuve incombe à la personne qui donne les indications.

**Question 1.** *Quels types de déclarations sont couramment faites sur les avantages environnementaux de produits ou de services dans le marché? Pourquoi ces déclarations sont-elles plus fréquentes que d'autres?*

Tel qu'indiqué en introduction, les organisations effectuent plusieurs types de déclarations environnementales au public afin de promouvoir, directement ou indirectement, leurs intérêts commerciaux ou la fourniture ou l'usage de leurs produits. Ces déclarations peuvent être catégorisées en fonction de plusieurs facteurs.

Par exemple, les organisations peuvent communiquer de l'information de **manière volontaire** afin de promouvoir leur performance environnementale (par exemple, une organisation qui diffuse une publicité faisant la promotion de la faible empreinte carbone de ses produits). Les organisations peuvent également être tenues de communiquer de l'information en vertu de **leurs obligations réglementaires** (par exemple, les obligations de divulgation des émissions de GES prévues dans la *Loi sur la qualité de l'environnement*).

Les organisations peuvent communiquer sur leur **impact environnemental** (par exemple, en indiquant qu'un produit contient 50 % de plastique en moins que la moyenne du secteur) ou sur leur exposition aux **risques environnementaux** (par exemple, en indiquant qu'une organisation est peu exposée aux phénomènes météorologiques extrêmes). Les organisations peuvent également fournir des **instructions sur l'utilisation ou l'entretien** d'un produit, ou encore **sa disposition en fin de vie ou sa circularité** (par exemple, indiquer qu'un produit peut être recyclé après usage).

Les organisations peuvent faire des déclarations concernant leur **entreprise** (par exemple, affirmer qu'elles ont un plan concret visant à réduire leurs émissions de GES de 5% d'ici les trois prochaines années), leurs **activités** (par exemple, affirmer qu'un processus industriel n'implique aucune émission d'une substance toxique donnée), ou

leurs **produits et services** (par exemple, indiquer qu'un produit ou son emballage est recyclable).

Les organisations peuvent communiquer sur différents aspects de la performance environnementale, tels que la **biodiversité** (par exemple, en affirmant qu'une organisation est « positive pour la nature »), le **changement climatique** (par exemple, une organisation affirmant avoir réduit ses émissions de GES de portée 1 de 50 % depuis 2005), la **pollution** (par exemple, en indiquant qu'un produit est non-toxique) et l'**extraction des ressources** (par exemple, une organisation s'engageant à réduire sa consommation d'eau ou d'énergie de 50 % d'ici 2030).

Les déclarations environnementales sont **spécifiques** (par exemple, la détermination de l'empreinte carbone d'un produit au cours de son cycle de vie) ou **génériques** (par exemple, l'utilisation de termes tels que « vert », « durable » ou « écologique »). Sans qualification supplémentaire, ces termes génériques ont une faible valeur informationnelle, car il est impossible pour le consommateur d'identifier à quels indicateurs environnementaux ils se rapportent ou se comparent.

Les organisations peuvent diffuser leurs déclarations environnementales sur différents médiums, tels que la **publicité** (par exemple, une publicité télévisée promouvant le plan de réduction des émissions d'une organisation), les **emballages** (par exemple, l'étiquette d'une bouteille en plastique indiquant qu'elle est fabriquée à partir de plastique « biosourcé »), les **rapports d'entreprise** (par exemple, le rapport annuel sur le développement durable d'une organisation), les **documents réglementaires** (par exemple, la section sur les risques environnementaux de la notice annuelle d'une société cotée en bourse), les **sites web et les médias sociaux** (par exemple, la section du site web d'une entreprise consacrée au développement durable) et **plusieurs autres** (par exemple, les communications lors d'événements publics, les présentations aux investisseurs, la participation à des entrevues dans les médias, etc.).





### Illustration 3 – Catégorisation des déclarations environnementales

Typologie de l'information sur la performance environnementale									
Divulgation	Portée	Objet	Aspect	Spécificité	Médium	Type	Cycle de vie	Échéancier	
Obligatoire	Impacts	Entité	Climat	Générique	Publicité	Certification	Extraction	Engagement	
Volontaire	Risques	Activité	Biodiversité	Spécifique	Emballage	Autodéclaration	Production	Prévision	
	Utilisation, réparation et fin de vie	Secteur d'activités	Pollution		Rapport d'activités	Analyse de cycle de vie	Transport	Action	
			Extraction					Emballage	Résultat
		Produits ou services				Divulgation réglementaire		Entreposage	
		Fait scientifique				Site web / réseaux sociaux		Utilisation ou consommation	
						Interventions médiatiques		Fin de vie et circularité	
					Autres				



Les normes de l'Organisation internationale de normalisation (**ISO**) définissent trois catégories d'allégations environnementales :

- **Type I – Certification** : En vertu de la norme volontaire ISO 14024, l'éco-étiquetage de type I correspond aux certifications obligatoires ou volontaires élaborées par les gouvernements ou les organisations privées à but lucratif ou non lucratif.<sup>5</sup> Un exemple de programme de certification est celui de la norme volontaire *CAN/BNQ 0413-200 Amendements organiques – Composts*, qui établit des normes afin d'évaluer les caractéristiques des composts.<sup>6</sup> Les fabricants de composts désirant faire la promotion de leur conformité à cette norme peuvent faire certifier leurs produits auprès du BNQ.
- **Type II – Autodéclaration** : En vertu de la norme volontaire ISO 14021, l'éco-étiquetage de type II correspond aux déclarations environnementales volontaires relatives à un produit qui ne sont pas vérifiées par un tiers indépendant. Par exemple, une entreprise pourrait volontairement indiquer sur l'emballage de ses produits que celui-ci est fait de matière compostable, sans que cette information ne soit certifiée comme étant conforme à une norme établie par un organisme reconnu.
- **Type III – Déclaration environnementale de produits** : L'éco-étiquetage de type III correspond à la transmission d'informations quantitatives sur l'impact environnemental d'un produit reflétant les résultats de tests en laboratoire ou d'une analyse environnementale de cycle de vie (**ACV**).<sup>7</sup> Les normes volontaires ISO 14040 et 14044 recommandent certaines pratiques en matière d'ACVs.

Les déclarations environnementales peuvent porter sur une ou plusieurs étapes du cycle de vie d'un produit ou d'une activité, y compris l'**extraction, la production, le transport, l'emballage, le stockage, l'utilisation ou la consommation, la fin de vie et la circularité d'un produit ou de ses composantes**. Par exemple, une organisation peut affirmer que la production de ses produits est neutre en carbone ou qu'un produit est neutre en carbone tout au long de son cycle de vie, soit deux affirmations potentiellement très différentes. De même, une organisation peut formuler un engagement net-zéro qui ne concerne que ses émissions de portée 1, ou choisir d'inclure également ses émissions de portée 2 et/ou 3 dans son engagement.

Enfin, les déclarations environnementales peuvent concerner les **engagements** d'une organisation (par exemple, une promesse ou un objectif de réduction des émissions), des **prévisions** (par exemple, une projection de réduction des GES portant sur les résultats attendus d'un projet d'investissement), les **actions concrètes** (par exemple, une organisation indiquant qu'elle a investi un million de dollars dans une nouvelle initiative liée au développement durable) et des **résultats** (par exemple, une organisation rendant compte de son empreinte carbone).

---

<sup>5</sup> <https://www.environnement.gouv.qc.ca/developpement/ecoetiquette/savoir-plus.htm>

<sup>6</sup> <https://bnq.qc.ca/fr/normalisation/environnement/composts.html>

<sup>7</sup> Idem.



**Question 3.** *Quels éléments le Bureau devrait-il prendre en compte lorsqu'il évalue si les épreuves sur lesquelles sont fondées les déclarations environnementales visant des produits ou des services sont « suffisantes et appropriées »?* [NOTE : Nous avons inversé l'ordre des questions 2 et 3].

En vertu des nouvelles dispositions, les déclarations d'avantages environnementaux doivent être appuyées par des épreuves suffisantes et appropriées. Cela implique à la fois: (i) **de choisir un type d'épreuve** dont la méthodologie est suffisante et appropriée afin de corroborer la déclaration en cause; (ii) **d'effectuer l'épreuve choisie** correctement, de manière objective et indépendante, en conformité avec les exigences de la méthodologie sélectionnée; et (iii) **de communiquer au public** des informations suffisantes et appropriées quant aux pratiques de corroboration choisies et leurs limites.

Le concept d'épreuve suffisante et appropriée, tel qu'il apparaît au paragraphe 74.01(1)(b) de la *Loi* en lien avec les indications sur le rendement, l'efficacité ou la durée utile des produits, a été interprété par les tribunaux.<sup>8</sup> Par exemple, selon la jurisprudence, une épreuve devrait :

- Établir l'effet allégué.
- Être la moins subjective possible.
- Être effectuée dans des circonstances ou conditions qui éliminent les variables externes.
- Être effectuée peu importe la taille de l'organisation ou son volume de ventes.
- Dépendre de la nature de l'indication effectuée et de l'impression qui s'en dégage. Ainsi, une allégation qui soulève des risques élevés pour les consommateurs devra être justifiée grâce à des épreuves basées sur une méthodologie plus exigeante qu'une allégation soulevant peu de risques.
  - En lien avec ce dernier critère issu de la jurisprudence, nous notons que les allégations environnementales fausses, trompeuses ou spéculatives peuvent mener les parties prenantes à favoriser des produits qui ont une empreinte environnementale plus élevée que désirée. Cela nuit (i) aux consommateurs, qui n'obtiennent pas les produits désirés; (ii) aux entreprises concurrentes offrant des produits réellement durables, qui doivent faire face à une concurrence indue de la part de produits faussement durables; et (iii) à l'environnement, en menant à une consommation plus élevée de produits dommageables pour l'environnement. Ces dommages environnementaux peuvent avoir des conséquences importantes sur la santé des individus, la biodiversité et l'intégrité de l'économie canadienne.

---

<sup>8</sup> Voir

<https://www.canlii.org/en/on/onsc/doc/2013/2013onsc5315/2013onsc5315.html?resultId=b58ff7972fd5463b9020f2337516eaca&searchId=2024-09-17T16:54:21:610/235fb7b3667b4e49ab5c46b72eaddab2> et

<https://www.canlii.org/en/ca/cact/doc/2008/2008cact2/2008cact2.html?resultId=b2a66ec780bf48cfa2d7b0ad4df8eff0&searchId=2024-09-17T16:54:38:858/bb9b545306d54e9eae52c9030ef1bc0c>.



- De plus, l'écoblanchiment contribue à la perte de confiance des parties prenantes à l'égard des allégations environnementales des entreprises. Cette perte de confiance empêche l'identification de produits ayant des impacts environnementaux moins importants et réduit la capacité des entreprises à commercialiser de tels produits de manière concurrentielle, ralentissant la transition socio-écologique.
- Ainsi, à la lumière des critères établis par la jurisprudence, les conséquences importantes de l'écoblanchiment militent en faveur d'exigences procédurales élevées en matière de corroboration des allégations environnementales.

Selon nous, ces critères établis par la jurisprudence sont directement transposables aux allégations environnementales. Cependant, des critères supplémentaires devraient être envisagés par le Bureau en raison de la nature particulière des allégations environnementales.

#### **a) Exigences en lien avec les caractéristiques de l'épreuve**

Afin d'être considérée suffisante et appropriée, une épreuve devrait être basée sur des pratiques, normes et méthodes précises, objectives et généralement acceptées dans les domaines scientifiques concernés. De plus, une épreuve devrait être actualisée de manière régulière afin de refléter tout changement important dans l'état de la science.

Lorsque possible, les entreprises devraient justifier leurs allégations à l'aide de normes établies par des tiers indépendants. Cependant, lorsque de telles normes n'existent pas en lien avec une allégation donnée, l'utilisation de normes « privées » devrait être permise, à la condition qu'elles soient basées sur des pratiques, normes et méthodes reconnues par les experts scientifiques qualifiés et/ou par la littérature scientifique.

En outre, une épreuve visant à justifier une allégation environnementale devrait refléter l'ensemble des impacts environnementaux importants sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit et de la chaîne de valeur de l'entreprise qui le commercialise.

Cependant, des circonstances particulières peuvent amener l'entreprise à fournir l'information disponible sur des aspects spécifiques de la performance environnementale. Dans ces cas, l'épreuve peut porter sur ces aspects spécifiques de la performance environnementale lorsque la déclaration ne porte que sur ces aspects, que la déclaration ne donne pas une impression trompeuse de la performance environnementale globale du produit (par exemple en raison de déclarations sélectives), et que « l'allégation ne concerne pas une caractéristique environnementale conduisant à des arbitrages significatifs entre les différentes catégories d'incidences environnementales. »<sup>9</sup>

Par ailleurs, une épreuve devrait refléter les attentes raisonnables des destinataires en matière de justification. Par exemple, si une déclaration indique qu'un type spécifique d'épreuve a été effectué afin de corroborer une allégation, l'épreuve effectuée devrait minimalement correspondre à ces exigences. Ainsi, si une organisation indique qu'un produit a été certifié en fonction d'une norme donnée ou qu'une allégation a été vérifiée

---

<sup>9</sup> Tel que décrit dans le projet de *Directive sur les allégations écologiques* de l'Union européenne. Voir l'annexe A.



par un tiers indépendant, l'organisation devrait détenir des éléments corroboratifs conformes à cette indication.

Il n'est toutefois pas suffisant de référer à un type d'épreuve précis pour que celui-ci soit suffisant et approprié. Ainsi, si une entreprise indique que son produit a été certifié « écoresponsable » en vertu de la norme « X », l'entreprise doit pouvoir justifier qu'il y a bel et bien eu certification. Cela ne signifie toutefois pas que la norme « X » est une norme suffisante et appropriée afin de mesurer si une entreprise est écoresponsable.

En outre, une épreuve ne devrait pas permettre l'arbitrage méthodologique. Ainsi, une entreprise ne devrait pas pouvoir effectuer des choix méthodologiques qui lui permettent de « réduire » artificiellement ses impacts environnementaux négatifs. Par exemple, une entreprise qui détient des données primaires sur les émissions de GES associées au transport de ses produits ne devrait pas être en mesure d'utiliser des données secondaires plus favorables basées sur la moyenne de l'industrie du transport.

### ***b) Exigences en lien avec l'exécution et les résultats de l'épreuve***

L'épreuve devrait être effectuée de manière conforme aux exigences de la méthodologie choisie. De plus, elle devrait refléter l'état actuel des caractéristiques environnementales évaluées. Une épreuve devrait être actualisée de manière régulière afin de refléter tout changement important dans les attributs environnementaux mesurés.

De plus, l'épreuve devrait être effectuée ou validée objectivement par une personne indépendante qui détient l'expertise nécessaire pour effectuer ce type d'épreuve et qui n'est pas en position de conflits d'intérêts, qu'ils soient apparents ou réels.

Une épreuve devrait également refléter la réalité, notamment les conditions normales de fabrication, d'utilisation, d'entreposage et d'élimination d'un produit. Ainsi, les entreprises devraient justifier leurs allégations à l'aide de données primaires<sup>10</sup> lorsque celles-ci existent ou qu'elles peuvent être raisonnablement obtenues. Lorsque cela n'est pas possible, les entreprises devraient justifier leurs allégations à l'aide de données secondaires crédibles et représentatives de la réalité.

Finalement, les résultats de l'épreuve devraient démontrer que l'avantage promu n'est pas exagéré et aller au-delà d'éléments mineurs peu représentatifs des impacts environnementaux significatifs sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit. Par exemple, une allégation qui porte seulement sur l'emballage d'un produit alors que l'emballage représente une portion peu significative de l'impact environnemental global du produit serait problématique.

### ***c) Exigences en lien avec la communication sur les pratiques de corroboration***

Les pratiques de corroboration font partie intégrante d'une allégation environnementale. Par exemple, une allégation sur l'empreinte carbone d'un produit qui se base sur les normes de corroboration les plus contraignantes et crédibles de l'industrie aura une

---

<sup>10</sup> Les données primaires sont les données qui sont directement obtenues par une entreprise. Les données secondaires se fondent sur d'autres sources, comme des études, des statistiques sur l'industrie, etc.



signification différente d'une allégation semblable qui se base sur des normes de corroboration faibles et subjectives. En d'autres mots, la qualité des pratiques de corroboration permet souvent de qualifier la qualité et la portée d'une allégation environnementale.

Afin de faciliter cette qualification, l'entreprise qui effectue ou fait effectuer une épreuve devrait rendre accessibles au public des informations sur la méthodologie utilisée afin de corroborer une allégation, les choix méthodologiques effectués ainsi que les principales limites méthodologiques de l'épreuve effectuée.

**Question 2.** *Existe-t-il certains types de déclarations environnementales concernant des produits ou des services qui sont moins susceptibles d'être fondées sur des épreuves suffisantes et appropriées? Y a-t-il un aspect de ces types de déclarations qui les rend plus difficiles à éprouver? [NOTE : Nous avons inversé l'ordre des questions 2 et 3].*

### **a) Déclarations vagues et génériques**

Il arrive souvent que les entreprises effectuent des déclarations vagues et génériques, telles que l'utilisation des expressions: « respectueux de l'environnement », « vert », « durable » et d'autres expressions similaires (voir la note de bas de page pour une liste détaillée).<sup>11</sup> Tel qu'indiqué par le Bureau dans *Le recueil des pratiques commerciales trompeuses – Volume 7*, les entreprises devraient éviter les déclarations vagues et générales en raison des enjeux de corroboration qu'elles soulèvent.

En effet, de telles déclarations risquent de donner l'impression qu'un produit et son emballage ont un impact environnemental global neutre ou même positif. Or, en pratique, lorsque l'on considère l'ensemble de leur cycle de vie, tous les produits ont certains impacts négatifs sur l'environnement. Ainsi, à moins qu'une analyse de cycle de vie ait démontré l'absence d'impacts négatifs et/ou la présence d'impact positifs régénératifs de manière globale, il sera impossible pour une entreprise effectuant des déclarations vagues et génériques de répondre aux exigences de corroboration de la *Loi*.

Les entreprises devraient plutôt favoriser des déclarations spécifiques qui identifient clairement les caractéristiques environnementales auxquelles elles se rapportent, l'avantage dont elles font la promotion et la manière dont cet avantage est mesuré. Une déclaration devrait avoir un objet précis (emballage, composantes du produit, instructions de réparation, de tri, etc.) et indiquer de manière claire l'avantage environnemental promu. Elle devrait être accompagnée d'explications permettant de bien comprendre la portée, les hypothèses sous-jacentes et les limites de la déclaration. Enfin, cette déclaration devrait être corroborée de manière conséquente et transparente.

Par exemple, une entreprise ne devrait pas indiquer qu'un produit est durable ou réparable sans fournir d'explications quant à façon dont ces caractéristiques sont

---

<sup>11</sup> Parmi les expressions similaires, on retrouve : « bon pour le climat », « écologique », « bon pour l'environnement », « bon pour la planète », « écoresponsable », « bio-responsable »; « biocompatible »; « éco », « ami de la nature », « écologique », « écologiquement correct », « ménage le climat », « préserve l'environnement », « sans polluants », « neutre pour l'environnement », « éco-conscient » et « responsable ».



évaluées et sans fournir des informations, instructions et ressources suffisantes et appropriées pour que cette indication soit vraie.

### **b) Comparaisons trompeuses**

Tel qu'indiqué par le Bureau dans *Le recueil des pratiques commerciales trompeuses – Volume 7*, les entreprises effectuent fréquemment des déclarations comparatives en lien avec la performance environnementale de leurs produits. De telles déclarations doivent être fondées sur des épreuves suffisantes et appropriées. Afin de respecter les exigences de la *Loi*, les déclarations comparatives devraient respecter les principes suivants :

- Comparer des produits substitués qui répondent aux mêmes besoins ou destinés au même usage.
- Porter sur des caractéristiques qui correspondent aux impacts environnementaux importants d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie.
- Représenter fidèlement l'importance relative des avantages comparés et les impacts environnementaux globaux d'un produit. Par exemple, une déclaration indiquant qu'une étape de la production d'un produit est 5% moins émettrice de GES qu'auparavant, alors que cette réduction a mené à une augmentation de 10% des émissions de GES d'une autre étape de production du produit ou de son usage, serait trompeuse.
  - À cet effet, les entreprises qui font la promotion de produits très polluants devraient éviter d'effectuer des déclarations comparatives qui minimisent l'impact environnemental global de leurs produits, même si ceux-ci présentent un avantage comparatif par rapport à la moyenne de l'industrie. Une bonne pratique en cette matière est de simultanément :
    - reconnaître les impacts environnementaux négatifs importants d'un produit;
    - indiquer de manière précise en quoi le produit offert par l'entreprise est moins dommageable que les produits substitués offerts par ses concurrentes; et
    - indiquer que malgré l'avantage environnemental relatif du produit, des améliorations supplémentaires demeurent nécessaires afin de réduire ses impacts.
- Être basées sur des données à jour, vérifiables et représentatives de la réalité.
- Indiquer la base de la comparaison effectuée (unités de mesure, méthodologie utilisée, limites méthodologiques, produits comparés et critères de sélection de ceux-ci, période lors de laquelle la comparaison a été effectuée, etc.).
- Être basées sur la même méthode et les mêmes choix méthodologiques pour évaluer les différents produits comparés.
- Porter sur des produits qui sont toujours disponibles sur le marché ou qui l'étaient jusqu'à tout récemment.



- Éviter les comparaisons génériques qui ne sont pas accompagnées d'explications suffisantes (par exemple, éviter d'indiquer qu'un produit est le « plus vert de l'industrie » ou « le plus faible en carbone de sa catégorie » sans explications supplémentaires).
- Lorsqu'une entreprise compare la performance de ses propres produits (par exemple, en comparant un nouveau modèle avec un modèle antérieur), cette comparaison devrait éviter de présenter une amélioration comme étant significative si elle ne représente pas une diminution significative des impacts environnementaux importants d'un produit sur son cycle de vie.
- Porter sur l'ensemble des produits qui peuvent être raisonnablement couverts par une allégation. Par exemple, une indication selon laquelle un produit est « le plus faible en carbone au Canada » devrait être justifiée par une évaluation de l'empreinte carbone de tous les substituts de ce produit commercialisés au Canada.

### **c) Utilisation de certifications et écolabels trompeurs**

Bien que la Loi n'y fasse pas expressément référence, certaines entreprises peuvent recourir aux services d'un organisme de certification afin de corroborer leurs allégations environnementales. Cependant, le recours à un mécanisme de certification environnementale, qui est une forme de corroboration parmi d'autres, ne garantit pas qu'une allégation environnementale soit justifiée de manière suffisante et appropriée. Par exemple, dans les situations suivantes, un programme de certification peut s'avérer insuffisant pour répondre aux exigences de justification de la *Loi* :

- Les critères du programme ne sont pas suffisamment exigeants à la lumière de l'impression générale qui se dégage des allégations certifiées, permettant la certification de pratiques ou de produits qui ne présentent pas d'avantages environnementaux significatifs.
- Le programme permet les allégations globalisantes, mais les critères du programme ne prennent pas en compte l'ensemble des impacts environnementaux importants d'un produit sur son cycle de vie, favorisant les déclarations sélectives.
- La conformité d'un produit aux exigences du programme n'est pas vérifiée (i) de manière objective et indépendante, (ii) en conformité avec les exigences du programme et (iii) par une personne qui possède l'expertise nécessaire afin d'effectuer de telles vérifications.
- La conformité d'un produit n'est pas vérifiée de manière rigoureuse, indépendante et continue et/ou le programme ne prévoit aucune conséquence (telle que la perte de certification) en cas de non-conformité.
- Le nom, le logo ou d'autres aspects similaires du programme donnent une image trompeuse des avantages environnementaux du produit certifié. Par exemple, un programme de certification qui serait nommé « Éco-vert » et qui permettrait d'apposer un logo représentant une feuille d'arbre pourrait donner l'impression que les produits certifiés ont des impacts environnementaux positifs sur l'ensemble de leur cycle de vie, ce qui est peu réaliste.



Afin de prévenir les risques d'écoblanchiment liés aux certifications environnementales, le Bureau devrait favoriser le recours à des programmes de certification qui répondent aux critères de la norme ISO 14024. En vertu de cette norme, un programme de certification environnementale doit:<sup>12</sup>

- Établir des critères qui portent sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit et ses impacts environnementaux les plus significatifs.
- Établir des critères visant à réduire les impacts environnementaux les plus significatifs du produit.
- Permettre la certification par un tiers indépendant.
- Prévoir une révision régulière du cahier des charges.
- Divulguer publiquement son cahier de charges.

Dans le cadre de leurs obligations de corroboration, toute entreprise faisant référence à un programme de certification environnemental devrait posséder des preuves de sa conformité aux critères du programme et de la vérification indépendante et objective de cette conformité par un tiers qualifié.

L'entreprise devrait également être en mesure de corroborer tous les avantages environnementaux qui peuvent être raisonnablement inférés de l'utilisation d'un logo ou autre marque de certification.

De plus, l'entreprise devrait fournir des explications au public afin d'expliquer de manière claire et précise relativement aux critères du programme de certification, et préciser de manière claire si la certification porte sur un engagement, une action ou un résultat (voir le paragraphe e) ci-dessous sur les déclarations prospectives).

Enfin, les entreprises devraient éviter les programmes de certification basés sur la compensation écologique (voir le paragraphe d) ci-dessous à cet effet) ou ceux qui soulèvent des enjeux de conflit d'intérêts apparent ou réel.

#### **d) Déclarations basées sur la compensation écologique**

Tel que décrit par le gouvernement français, la compensation écologique ne concerne « pas les activités de l'entreprise ou le produit », mais constitue « un engagement externe du professionnel en faveur de la protection de l'environnement. »<sup>13</sup> Cela peut inclure, par exemple, un engagement à protéger ou restaurer des espaces naturels pour chaque unité de produit vendu.<sup>14</sup>

De telles allégations peuvent être trompeuses lorsqu'elles laissent faussement entendre qu'une opération de compensation neutralise l'impact environnemental global d'un produit ou si elles donnent une image trompeuse des impacts environnementaux

---

<sup>12</sup>

[https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/cnc/avis/2023/Allegations\\_environmentales/guide\\_2023.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cnc/avis/2023/Allegations_environmentales/guide_2023.pdf).

<sup>13</sup>

[https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/cnc/avis/2023/Allegations\\_environmentales/guide\\_2023.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cnc/avis/2023/Allegations_environmentales/guide_2023.pdf)

<sup>14</sup> Par exemple, un engagement à planter un arbre pour chaque produit vendu.



importants d'un produit. Ainsi, toute déclaration de compensation écologique devrait être accompagnée d'explications qui contextualisent la déclaration relativement à l'impact environnemental global du produit.

De plus, même lorsque les activités de compensation ont réellement été effectuées et les coûts entièrement assumés, le degré d'incertitude que la compensation atteindra effectivement les résultats anticipés à terme peut être à ce point élevé que l'allégation demeure trompeuse ou s'avère fausse. Les allégations relatives à la compensation devraient donc être fondées sur des méthodologies déjà éprouvées au préalable.

### **e) Déclarations prospectives spéculatives**

Tel qu'indiqué par le Bureau dans *Le recueil des pratiques commerciales trompeuses – Volume 7*, les entreprises devraient éviter d'effectuer des déclarations spéculatives à l'égard du futur, car celles peuvent s'avérer impossibles à justifier de manière suffisante et appropriée au moment où elles sont communiquées.

Les entreprises devraient clairement indiquer si une allégation porte sur un engagement ou des objectifs futurs (tel qu'une cible de carboneutralité), une prévision (par exemple, les projections de croissance d'un projet de reforestation), une action (par exemple, une mention qu'une compagnie investit annuellement des fonds afin de réduire les émissions de GES d'un produit) ou un résultat obtenu (par exemple, indiquer qu'un produit est carboneutre).

Lorsqu'une déclaration porte sur un **engagement ou une cible** :

- La déclaration devrait être précise, quantifiable et établir un échéancier clair. Par exemple, une déclaration indiquant qu'un produit « est sur la voie de la carboneutralité » sans explications supplémentaires devrait être évitée.
- La déclaration ne devrait pas porter sur un horizon temporel qui est si lointain qu'il rend la déclaration purement spéculative.
- La déclaration devrait spécifier qu'elle porte sur des engagements ou des cibles futures. Elle ne devrait pas faussement laisser entendre que l'engagement ou la cible ont déjà été atteints ou que l'atteinte de la cible est une certitude.
- Une déclaration relative aux objectifs futurs d'une entreprise de manière large ne devrait pas être utilisés afin de promouvoir la performance environnementale d'un produit spécifique, et vice-versa.
- La déclaration devrait être basée sur un plan d'action spécifique, mesurable, quantifié, vérifiable, accessible au public, réalisable et qui permettra raisonnablement d'atteindre les engagements ou cibles communiqués. De plus, le plan devrait prévoir un échéancier, des actions à court terme et des cibles intérimaires. Enfin, la déclaration devrait refléter les actions réelles de l'entreprise.
- La déclaration devrait être accompagnée des hypothèses importantes qui sont susceptibles d'influencer l'atteinte des engagements ou cibles de l'entreprise.
- Si l'atteinte de la cible repose sur des hypothèses irréalistes ou présente un degré élevé d'incertitude, la déclaration ne devrait pas être effectuée. Par exemple, si un produit ne pouvait devenir carboneutre que si une avancée technologique majeure





et hautement incertaine se produisait, alors une entreprise ne devrait pas communiquer d'objectif de carboneutralité en lien avec ce produit.

Lorsqu'une déclaration porte sur une **prévision**, la déclaration devrait être clairement identifiée comme telle et accompagnée des hypothèses importantes qui sont susceptibles d'influencer la réalisation de la prévision. Par exemple, une entreprise qui indique qu'elle prévoit atteindre ses objectifs de réduction des émissions de GES deux ans plus tôt que prévu devrait spécifier les hypothèses sur lesquelles se base cette prévision.

Lorsqu'une déclaration porte sur **une action**, les entreprises devraient éviter de suggérer à tort que cette action aboutira à un résultat précis. Le degré de certitude quant aux effets escomptés de cette action devrait être communiqué de manière claire.

Par exemple, une entreprise désirent émettre une obligation liée à la durabilité (en anglais, *sustainability-linked bond*) afin de financer un projet d'expansion pétrolier devrait indiquer sans ambiguïté que les fonds ainsi levés pourraient entraîner une augmentation des émissions absolues de GES de l'entreprise.

De même, une entreprise offrant des services de compensation des émissions de GES par l'entremise d'achat de crédits de compensation volontaires ne devrait pas laisser entendre que ces crédits compensent effectivement les émissions de GES si les projets de compensation sous-jacents aux crédits ne sont pas encore achevés ou s'ils ne garantissent pas une permanence suffisante.

#### **f) Déclarations sélectives**

Lorsque les entreprises effectuent des déclarations qui omettent les effets négatifs importants d'un produit, il peut s'avérer impossible pour celles-ci de justifier leurs déclarations de manière suffisante et appropriée. En effet, toute allégation devrait être corroborée à l'aide d'épreuves qui prennent en considération le cycle de vie complet, la chaîne d'approvisionnement, et l'impact environnemental global du produit concerné. Il existe trois cas de figure en matière de corroboration de déclarations spécifiques:

**Cas 1:** *L'entreprise a effectué une épreuve qui porte sur l'ensemble des impacts environnementaux importants sur l'ensemble du cycle de vie du produit, mais la déclaration ne porte que sur une partie de ces impacts.*

De manière générale, une allégation environnementale devrait tenir compte de tous les impacts environnementaux significatifs générés par un produit pendant son cycle de vie, y compris sa chaîne d'approvisionnement.

Dans certains cas, il peut être approprié qu'une entreprise communique sur seulement sur certains impacts environnementaux importants d'un produit si :

- la déclaration ne porte que sur ces aspects;
- la déclaration ne donne pas une impression trompeuse de la performance environnementale globale du produit; et
- l'allégation ne conduit à aucun arbitrage important entre des catégories d'impact environnemental.



Les entreprises devraient éviter de sélectionner seulement les aspects positifs d'un produit et omettre de divulguer les impacts négatifs plus importants ou significatifs sur l'environnement.

**Cas 2:** *L'entreprise a effectué une épreuve qui porte sur certains aspects de l'impact environnemental d'un produit, mais la déclaration porte sur d'autres aspects qui ne sont pas entièrement couverts par l'épreuve.*

Cette situation est problématique, car les éléments corroboratifs devraient viser tous les aspects qui sont visés par une déclaration environnementale.

**Cas 3:** *L'entreprise a effectué une épreuve qui porte sur certains aspects de l'impact environnemental d'un produit et la déclaration est limitée à ces aspects.*

Cette situation peut être problématique si l'entreprise n'est pas en mesure de tenir compte de l'impact environnemental global de son produit sur l'ensemble de son cycle de vie. Même si l'entreprise effectue une déclaration spécifique, celle-ci pourrait être trompeuse si elle donne une impression trompeuse de la performance environnementale globale du produit

### **g) Imagerie**

L'utilisation d'illustrations, de photos, de logos, de symboles, de couleurs, de sons ou de labels peuvent suggérer un avantage environnemental. Par exemple, l'utilisation d'images d'arbres sur l'emballage d'un produit pourrait suggérer que celui-ci permet de préserver les forêts. Dans de telles situations, l'avantage suggéré par les représentations doit être justifié selon les principes de corroboration applicables aux autres types de déclarations environnementales.

**Question 4.** *En quoi pourrait-il être difficile pour les entreprises et les annonceurs de se conformer à cet article?*

Il pourrait être difficile pour les entreprises et les annonceurs de se conformer dans les situations suivantes.

#### **a) Absence de méthode de justification scientifiquement reconnue**

À la suite de progrès technologiques et scientifiques, il est possible que les entreprises désirent faire la promotion d'avantages environnementaux pour lesquels une méthode de justification scientifiquement reconnue n'existe pas encore. Dans de telles situations, une entreprise devrait se référer aux principes généraux de justification décrits à la question 3.

Cependant, une entreprise ne devrait pas créer de toute pièce de nouveaux termes afin de contourner des normes de justification existantes et développer ses propres méthodes (par exemple, inventer le mot « carbo-économisateur » afin de contourner les normes existantes relativement au terme « carboneutre »).



### **b) Différentes méthodologies mènent à des résultats différents**

Il est possible que des choix méthodologiques différents, même s'ils respectent les principes décrits à la question 3, mènent à l'obtention de résultats différents quant à l'impact environnemental d'un produit.

Pour les déclarations comparatives, les mêmes choix méthodologiques doivent être effectués afin de comparer la performance de différentes alternatives.

Pour les autres types de déclarations, le choix de la méthode doit pouvoir se justifier en fonction de considérations objectives et non, par exemple, en fonction des résultats les plus favorables. Il est possible que plus d'une méthode de corroboration soit acceptable. Dans de tels cas, l'entreprise devrait rendre accessible au public des explications qui permettent de comprendre ses choix méthodologiques.

### **c) La déclaration est par nature incertaine**

Certaines déclarations environnementales quant aux avantages environnementaux sont de nature incertaine. Par exemple, une entreprise qui désire lever des fonds pour développer une nouvelle technologie dont l'impact environnemental est significativement réduit devra communiquer aux investisseurs comment la technologie pourrait fonctionner et ses avantages potentiels. Dans de telles situations, le degré d'incertitude d'une déclaration, son fondement théorique ou empirique et les hypothèses sur lesquelles elle repose doivent être clairement communiqués, de pair avec les déclarations de nature incertaine.

### **d) Un régime réglementaire provincial ou fédéral encadre la façon dont une déclaration peut être formulée**

Certaines allégations environnementales sont encadrées par des normes de divulgation très précises auxquelles les entreprises doivent se conformer (par exemple, divulguer le nombre de tonnes de GES émises pendant une période précise selon une méthodologie prévue par la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement* et ses règlements d'application). Dans de telles situations, les entreprises ont peu de marge de manœuvre pour faire la promotion de leurs produits et intérêts commerciaux. Ainsi, en principe, la conformité à ces obligations de divulgation et leurs méthodologies emporte la conformité à la *Loi*. Certaines de ces exigences sont décrites à l'**annexe B**.

Dans d'autres cas, les obligations réglementaires de divulgation sont flexibles, permettant aux entreprises de se conformer à leurs obligations tout en faisant la promotion de leurs produits, activités et intérêts commerciaux. Par exemple, les règles de divulgation en vertu des lois sur les valeurs mobilières permettent aux entreprises de faire la promotion de leur stratégie de développement durable afin de séduire les investisseurs.

De telles déclarations promotionnelles dépassent les exigences de divulgation réglementaires, car elles vont au-delà d'une description objective d'informations de nature factuelle conformément aux exigences d'une norme de divulgation donnée. Selon nous, de telles déclarations sont assujetties aux obligations de corroboration de la *Loi*, puisqu'elles se qualifient à titre d'allégations à portée commerciale visant à faire la promotion d'un avantage environnemental.



**e) Une exigence réglementaire étrangère impose ou reconnaît explicitement l'utilisation d'une méthode donnée**

Il est possible que des exigences réglementaires étrangères imposent ou reconnaissent explicitement l'utilisation de méthodes de corroboration spécifiques. Il faut distinguer les cas suivants :

**Cas 1 :** *L'allégation vise exclusivement à répondre à une obligation de divulgation étrangère.* Lorsqu'une allégation ne vise pas à faire la promotion d'un avantage environnemental ou du rendement, de l'efficacité ou de la durée utile d'un produit, elle n'est pas visée par les exigences de corroboration du paragraphe 74.01(b.1) de la Loi.

**Cas 2 :** *L'allégation vise à faire la promotion d'un avantage environnemental, mais une exigence étrangère impose l'utilisation d'une méthode de corroboration donnée.* Il est possible que la méthode de corroboration imposée par une juridiction étrangère soit compatible avec les principes décrits à la question 3. Dans de tels cas, elle peut être utilisée afin de se conformer à la Loi. Si la méthode de corroboration ne répond pas à ces critères, elle ne devrait pas être utilisée afin de corroborer des informations communiquées au public au Canada.

**Cas 3 :** *L'allégation vise à faire la promotion d'un avantage environnemental et une juridiction étrangère reconnaît l'utilisation d'une méthode de corroboration donnée.* La méthode reconnue par une juridiction étrangère peut être utilisée si elle est compatible avec les principes décrits à la question 3.

**f) Une terminologie communément utilisée dans l'industrie ne satisfait pas aux lignes directrices**

Certaines industries utilisent déjà largement et depuis longtemps des expressions et terminologies qui sont peu susceptibles de respecter les exigences de corroboration de la Loi. Dans certains cas, ces pratiques de communication sont communément utilisées à l'échelle mondiale.

Par exemple, les sources d'énergie qui émettent peu de GES comparativement aux énergies de sources fossiles sont souvent décrites comme étant « vertes » ou « propres ». Cependant, la fabrication des composantes et infrastructures nécessaires à la production de ces sources d'énergie ne permet pas la formulation de telles allégations globalisantes.

De même, les produits et services financiers qui prennent en compte les risques et/ou les impacts liés à la durabilité sont parfois décrits comme de la « finance durable » ou de l'« investissement responsable ». Toutefois, certaines de ces solutions d'investissement permettent l'investissement dans des projets ou des secteurs qui ont des impacts environnementaux importants.

Le Bureau devrait préciser si l'utilisation de qualificatifs globalisants est permise dans de telles situations. Le cas échéant, cette utilisation ne devrait être permise que lorsqu'elle est peu susceptible d'induire le public en erreur. Par exemple, l'expression « énergie de source renouvelable » devrait être préférée à l'expression « énergie renouvelable ». Si le Bureau considère que de tels qualificatifs globalisants peuvent être permis, il devrait



communiquer au public une liste exhaustive et la tenir à jour, en consultant les parties prenantes, tout en communiquant qu'il est souhaitable de délaissier de tels qualificatifs lorsque possible.

**g) La déclaration est basée sur une déclaration d'un tiers**

Il est possible que l'entreprise qui est responsable<sup>15</sup> d'une allégation environnementale s'appuie sur des informations transmises par des tiers – comme le fournisseur d'un ingrédient ou d'un matériau d'emballage. Ce type de situations ne permet pas à l'entreprise de s'exonérer de ses obligations de corroboration.

Par exemple, un fabricant qui commercialise un produit dont l'emballage présente des allégations environnementales doit être en mesure de corroborer ces allégations, même si celles-ci se basent sur les représentations du fournisseur du matériau d'emballage.

Les éléments corroboratifs ne sont pas tenus d'émaner de l'entreprise qui effectue une déclaration, mais celle-ci doit s'assurer que ces éléments existent et répondent aux exigences de la Loi. Afin de limiter les risques, les entreprises devraient inclure des obligations de divulgation des éléments corroboratifs et de conformité aux obligations de justification de la Loi dans leurs contrats auprès de leurs fournisseurs.

**h) La déclaration ne se prête pas à une évaluation empirique**

Certaines allégations environnementales se prêtent mal à une vérification empirique comme un test en laboratoire ou des essais contrôlés randomisés. Par exemple, tel qu'indiqué à l'annexe B, un des critères qui est présentement envisagé par le gouvernement du Canada afin d'encadrer les allégations de recyclabilité est la disponibilité suffisante d'un système de collecte des matières résiduelles.

Pour de telles allégations, le concept d'« épreuve » devrait être interprété de manière large et flexible afin de refléter le type d'éléments corroboratifs qui peut être raisonnablement obtenu afin de justifier l'allégation en cause. Ainsi, afin de démontrer qu'un système de collecte des matières résiduelles est largement disponible, une entreprise pourrait établir une liste de vérification des règles de collecte dans les régions où elle commercialise son produit.

**i) La déclaration porte à la fois sur les activités de l'entreprise et ses produits**

Comme le note le Bureau dans *Le recueil des pratiques commerciales trompeuses – Volume 7*, certaines allégations environnementales portent sur le processus de production d'un produit. De telles allégations portent à la fois sur les avantages environnementaux d'un produit et sur ceux des activités de l'entreprise qui le produit. Par exemple, la mention qu'un produit est « issu de méthodes agricoles carboneutres » porte

---

<sup>15</sup> L'alinéa 74.01(1) de la Loi indique que certaines déclarations sont réputées n'être données au public que par la personne de qui elles proviennent. C'est le cas, notamment, des déclarations qui apparaissent sur un article mis en vente ou exposé pour la vente, ou sur son emballage. Cependant, lorsque cette personne est à l'étranger, l'alinéa 74.01(2) précise que ces indications sont réputées être données au public par la personne qui a importé l'article en question au Canada. Par ailleurs, l'alinéa 52(1.2) indique que pour l'application de l'article 74.01, le « fait de permettre que des indications soient données ou envoyées est assimilé au fait de donner ou d'envoyer des indications. »



à la fois sur les caractéristiques environnementales du produit et sur les activités de l'entreprise en cause. De notre point de vue, deux cas de figure doivent être distingués :

**Cas 1 :** *L'allégation fait référence explicitement à un produit spécifique.* Dans de telles situations, l'allégation est une allégation sur les avantages environnementaux d'un produit et elle doit se fonder sur une épreuve suffisante et appropriée. Voici quelques exemples de telles allégations :

- La mention « Notre produit est carboneutre » sur un emballage
- La mention « Emballage biodégradable » dans une publicité mettant en valeur un produit
- La mention « Produit issu de pratiques durables » dans un feuillet publicitaire
- La mention « Fabriqué grâce à un procédé qui consomme 10% moins d'eau que le modèle précédent » sur la page web dédiée à un produit spécifique.

**Cas 2 :** *L'allégation ne fait pas référence explicitement à un produit spécifique.* Dans de telles situations, l'allégation est une allégation sur les activités de l'entreprise et elle doit se fonder sur des éléments corroboratifs suffisants et appropriés obtenus au moyen d'une méthode reconnue à l'échelle internationale. Voici quelques exemples de telles allégations :

- La mention « Nos activités sont écoresponsables » dans un rapport de développement durable
- La mention « Fabriqué par une entreprise 100% circulaire » sur l'emballage d'un produit
- La publication sur le web d'un communiqué de presse indiquant « Notre entreprise annonce aujourd'hui la construction d'un nouveau siège social certifié LEED »

Finalement, une entreprise court le risque de se livrer à des déclarations trompeuses si elle communique des déclarations environnementales sur ses activités afin de faire la promotion des avantages environnementaux d'un produit, ou vice-versa, si de telles déclarations sont susceptibles de créer de la confusion quant à leurs performances environnementales respectives.

**Question 5.** *De quelles autres informations le Bureau devrait-il tenir compte dans l'élaboration de son approche de mise en application de cet article?*

Le Bureau devrait tenir compte des éléments suivants dans l'élaboration de son approche de mise en application de la loi :

**a) Concept d'« avantage » environnemental**

Les paragraphes 74.01(1)(b.1) et (b.2) ne portent que sur la promotion d'« avantages » environnementaux. Le mot avantage, qui n'est pas défini dans la Loi, est défini par le dictionnaire Le Robert comme « ce par quoi on est supérieur », ou bien ce « qui est utile, profitable ».<sup>16</sup> Le Bureau devrait préciser quelles catégories d'allégations

---

<sup>16</sup> <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/avantage>





environnementales répondent à cette définition. Par exemple le Bureau devrait indiquer s'il considère que les déclarations suivantes sont visées par les exigences de corroboration :

- Une déclaration qui porte sur l'absence d'avantages environnementaux, ou qui vise à indiquer qu'un produit a des désavantages au point de vue environnemental. Par exemple, une entreprise qui indique que le produit de sa concurrente n'a pas les avantages environnementaux que cette concurrente laisse entendre, ou une association d'industrie qui dénonce publiquement la mauvaise performance environnementale d'une industrie concurrente.
  - Dans la mesure où il est raisonnablement possible de faire un lien entre la déclaration et une allégation implicite de supériorité, d'utilité ou de profitabilité du produit ou des activités du déclarant, nous sommes d'avis que cette déclaration porte sur la promotion d'un « avantage » environnemental. Une telle déclaration fait certainement la promotion, quoique indirectement, de la fourniture ou l'usage d'un produit ou d'intérêts commerciaux.
- La divulgation d'informations sur l'exposition d'une entreprise aux risques environnementaux qui ne porte pas sur les impacts environnementaux ou sociaux. Par exemple, une entreprise qui divulgue son niveau d'exposition aux risques d'inondation ou de feux de forêts.
  - Ici aussi, dans la mesure où cette divulgation d'information peut raisonnablement être liée à une allégation implicite de supériorité, d'utilité ou de profitabilité, il s'agit d'une déclaration visant un « avantage ». Par exemple, ça serait le cas d'une entreprise qui divulgue un niveau d'exposition à de tels risques dans l'objectif de se démarquer favorablement par rapport à ses concurrentes.
- La divulgation volontaire d'information sur les risques environnementaux associés à un produit ou une activité. Par exemple, une mise en garde qui indique qu'un produit ne devrait pas être composté étant donné qu'il contient du plastique; ou qu'une lingette nettoyante ne devrait pas être jetée dans les toilettes parce qu'elle n'est pas dégradable dans les égouts.
  - Considérant que de telles déclarations ne présentent en principe aucun élément de supériorité, d'utilité ou de profitabilité, il serait généralement possible de conclure qu'elles ne visent pas un avantage environnemental.
- La divulgation volontaire de données quantitatives ou qualitatives neutres qui ne présentent pas un produit, une entreprise ou ses activités de manière favorable (de manière absolue ou relative), comme la divulgation des émissions de GES d'une entreprise, sans ajout de qualificatif visant à indiquer si de telles émissions sont avantageuses comparativement à celles d'entreprises concurrentes.
  - Dans la mesure où cette divulgation d'information peut raisonnablement être liée à une allégation implicite de supériorité,



d'utilité ou de profitabilité, il s'agit d'une déclaration visant un « avantage ». Par exemple, ça serait le cas d'une entreprise qui divulgue volontairement des données quantitatives qu'elle sait avantageuses et qui sont fréquemment utilisées par les investisseurs afin de comparer la performance environnementale de deux actifs.

- La divulgation volontaire de prédictions objectives visant à évaluer la performance environnementale potentielle d'un produit, d'une activité ou d'une entreprise en fonction de différents scénarios et hypothèses.
- Le Bureau devrait également rappeler qu'une allégation environnementale qui ne porte pas sur un avantage environnemental mais qui porte sur le rendement, l'efficacité ou la durée utile d'un produit est susceptible d'être visée par les exigences de corroboration du paragraphe 74.01(1)(b).

### **b) Défense de diligence raisonnable**

L'article 74.1 prévoit les types d'ordonnances que le Tribunal de la concurrence peut imposer en cas de violation des exigences de l'article 74.01 de la Loi, c'est-à-dire :

- mettre fin à la pratique problématique;
- publier un avis correct;
- payer une sanction administrative pécuniaire; ou
- rembourser les personnes auxquelles les produits en cause ont été vendus.

Toutefois, l'alinéa 74.1(3) de la Loi précise que lorsqu'une personne établit qu'elle a « fait preuve de toute la diligence voulue pour empêcher le comportement reproché », la seule ordonnance que le Tribunal de la concurrence peut rendre est d'exiger que la personne cesse la pratique problématique.

Sur son site web, le Bureau indique que la « diligence raisonnable » est un terme juridique qui désigne le fait pour les dirigeants d'une entreprise de prendre toutes les mesures raisonnables, compte tenu des circonstances, pour éviter que l'entreprise n'enfreigne la loi.»<sup>17</sup> (soulignements ajoutés). Cette défense de diligence raisonnable permet aux entreprises bien intentionnées qui ont fourni des efforts sérieux afin de se conformer aux exigences de la Loi d'éviter ses sanctions les plus sérieuses.

Toujours sur son site web, le Bureau mentionne que le « fait de disposer d'un programme de conformité ne constitue pas, en soi, une défense contre une allégation de pratique commerciale trompeuse. Cependant, cela pourrait aider votre entreprise à montrer que vous avez pris toutes les mesures raisonnables dans les circonstances pour empêcher quelqu'un dans votre entreprise d'enfreindre la loi. La preuve d'un programme de conformité crédible et efficace peut vous aider à avancer une défense de diligence raisonnable.»<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup>

<https://bureau-concurrence.canada.ca/comment-nous-favorisons-concurrence/conformite-application-loi/domaines-specifiques-dapplication-loi-bureau>

<sup>18</sup> Idem.



Étant donné les inquiétudes formulées publiquement par certaines personnes quant au risque que les nouvelles dispositions de la Loi réduisent la quantité d'information divulguée par les entreprises, il est important que le Bureau fournisse davantage d'éléments pouvant aussi aider les entreprises à montrer qu'elles auraient pris toutes les mesures raisonnables dans les circonstances. Par exemple :

- L'entreprise présente des éléments justificatifs concrets qui démontrent ses efforts de conformité. Par exemple, l'entreprise démontre qu'elle a évalué la conformité de chacune de ses allégations aux lignes directrices du Bureau et que cette évaluation a mené à la conclusion que ses allégations étaient effectivement conformes.
- Les efforts de conformité sont proportionnels à la taille et aux moyens de l'entreprise qui effectue une allégation environnementale, eu égard aux pratiques généralement acceptées dans son secteur.
- L'entreprise démontre la mise en œuvre de programmes de formation des employés responsables des communications environnementales auprès du public.
- L'entreprise démontre la mise en œuvre de mesures internes de suivi, d'audit et de correction des indications non-conformes.
- L'entreprise désigne une personne ou un comité responsable de la conformité.

Le Bureau devrait toutefois préciser que ces éléments ne sont pas exhaustifs, que chacun d'eux ne constitue pas en soi une quelconque garantie que l'entreprise a satisfait la preuve de « diligence raisonnable », que seul le Tribunal est habilité à faire cette détermination, et que même une présence de diligence raisonnable, une ordonnance de mettre fin à la pratique problématique demeure possible.

### **c) Déclarations faites au public**

L'article 74.01 de la Loi porte sur les indications données au public. Cependant, l'alinéa 74.03(4) précise qu'il n'est pas nécessaire, dans le cadre d'une poursuite en vertu de l'article 74.01, d'établir qu'une personne a été trompée ou induite en erreur, qu'une personne faisant partie du public à qui les indications ont été données se trouvait au Canada, ni que les indications ont été données à un endroit auquel le public avait accès.

Le concept de « public » n'est pas défini dans la Loi, mais il a été interprété dans la décision *Canada (Commissaire de la concurrence) c. Premier Career Management Group Corp.*<sup>19</sup> par la Cour d'appel fédérale. Dans cette affaire, des indications avaient été communiquées au cours d'entretiens privés dans les bureaux d'une entreprise de services d'orientation de carrière. Les indications avaient été communiquées à répétition, mais à une seule personne à la fois, auprès de membres du public qui avaient initialement été sollicités par l'entremise de publicités. Dans sa décision, la Cour a conclu que le concept de « public » dépendait des circonstances, et que la communication au public pouvait se faire dans un lieu privé à un seul individu à la fois.

---

<sup>19</sup> 2009 CAF 295. Disponible au lien suivant: <https://www.canlii.org/fr/ca/caf/doc/2009/2009caf295/2009caf295.html?resultId=fae847fe275e427d84244e376929dd53&searchId=2024-09-16T14:38:19:175/75cbef1a3abe4be6a3129a97ealed4b1>.



Selon la Cour, dans cette affaire, « [l]e public avait bel et bien accès aux indications; c'est seulement que les membres du public y avaient accès individuellement plutôt que collectivement. La question importante qu'il faut se poser pour établir si des indications ont été données au public est le point de savoir à qui elles ont été données. En l'occurrence, elles ont été données à divers membres du public désireux de retenir les services des intimés. »<sup>20</sup>

À la lumière de cette décision, le Bureau devrait préciser son interprétation du terme « public », notamment afin d'indiquer s'il considère qu'il est de son ressort de prendre des mesures d'application de la Loi à l'égard d'une information qui :

- est communiquée à un groupe restreint de personnes, comme un groupe d'investisseurs;
- a été publiée avant l'entrée en vigueur des nouvelles exigences et qui est toujours à la disposition du public;
- est communiquée à l'interne d'une organisation, mais de manière large; ou
- est communiquée dans le cadre de consultations publiques afin de faire la promotion d'un produit ou d'un intérêt commercial.

Il est important de rappeler que la Loi n'est pas une loi de protection du consommateur, mais bien une loi visant à assurer l'efficacité des marchés, notamment en contexte d'asymétrie informationnelle. Ainsi, le Bureau devrait éviter d'interpréter le concept de « public » comme étant restreint aux déclarations destinées aux consommateurs, et devrait inclure dans son analyse les déclarations destinées aux autres parties prenantes.

Les risques d'écoblanchiment sont particulièrement élevés lorsqu'il existe un degré élevé d'asymétrie informationnelle entre l'organisation qui effectue une allégation et le public visé. Par exemple, certains investisseurs privés sont sophistiqués et moins susceptibles d'être influencés par les déclarations environnementales trompeuses d'une entreprise. Inversement, les investisseurs de détail qui investissent dans un fonds d'investissement décrit comme « vert » ou « durable » sont plus susceptibles d'être induits en erreur par de telles allégations. Cela étant dit, les informations sur la performance environnementale sont naturellement opaques et difficiles à vérifier par les tiers, peu importe leur degré d'expertise.

Dans ses activités d'application de la loi, le Bureau devrait prioriser la supervision d'allégations qui sont destinées aux parties prenantes les plus vulnérables aux risques d'écoblanchiment, tels que les consommateurs, les investisseurs de détail, les travailleurs, les citoyens et les petites et moyennes entreprises. Cette priorisation serait conforme à l'objet de la Loi.

#### **d) Promotion d'un intérêt commercial**

L'article 74.01 de la Loi porte notamment sur les indications visant à faire la promotion d'intérêts commerciaux quelconques. Le concept d'intérêt commercial n'est pas défini

---

<sup>20</sup> La Cour a également cité la décision *CCH Canadienne Ltée c. Barreau du Haut-Canada*, 2004 CSC 13, dans laquelle la Cour suprême a indiqué que « [t]ransmettre une seule copie à une seule personne par télécopieur n'équivaut pas à communiquer l'œuvre au public. Cela dit, la transmission répétée d'une copie d'une même œuvre à de nombreux destinataires pourrait constituer une communication au public et violer le droit d'auteur. »



dans la Loi et peut être interprété de plusieurs façons potentiellement contradictoires. Le Bureau devrait préciser son interprétation de ce concept, notamment afin d'indiquer s'il considère qu'il est de son ressort de prendre des mesures d'application de la Loi à l'égard de :

- Déclarations visant à influencer la perception du public, incluant les autorités publiques, notamment dans le cadre de :
  - Communications au public visant à faire la promotion des intérêts d'une entreprise ou d'un secteur d'activités, notamment en favorisant l'acceptabilité sociale d'un projet industriel, qu'elles soient effectuées directement par l'entreprise, de manière anonyme ou par l'entremise d'une association de l'industrie ou d'un groupe de pression. Par exemple, une campagne décrivant qu'un produit est « propre » diffusée dans des abribus aux environs du Parlement fédéral pour convaincre le public des avantages environnementaux de ce produit. De notre perspective, de telles déclarations visent à faire la promotion d'un intérêt commercial et sont visées par la Loi.
  - Communications au public dans le cadre de consultations publiques relatives à des politiques publiques, telles que des mesures fiscales ou réglementaires. De notre perspective, de telles déclarations peuvent être visées par la Loi lorsqu'elles sont spécifiquement liées à l'obtention d'un avantage commercial.
- Déclarations qui ne sont pas explicitement liées à un produit mais qui font implicitement référence à ses impacts environnementaux. Par exemple, une campagne qui suggère sans éléments corroboratifs suffisants et appropriés qu'une certaine substance toxique est peu dommageable pour l'environnement, sans référer explicitement au produit qui est le principal émetteur de cette substance toxique. De notre perspective, de telles déclarations visent à faire la promotion d'un produit et sont visées par la Loi.
- Déclarations relatives à des activités philanthropiques ou caritatives. Par exemple, l'indication sur un produit qu'une entreprise effectue des dons à des causes environnementales. De notre perspective, de telles déclarations visent à faire la promotion d'un intérêt commercial et sont visées par la Loi.



## C. Déclarations en lien avec les entreprises et les activités d'entreprises

**Le Bureau souhaite obtenir des commentaires au sujet de cette nouvelle disposition de la loi relative aux indications sur les avantages environnementaux d'une entreprise ou l'activité d'une entreprise.**

74.01 (1) Est susceptible d'examen le comportement de quiconque donne au public, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'usage d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques :

(b.2) [...] des indications sur les avantages d'une entreprise ou de l'activité d'une entreprise pour la protection ou la restauration de l'environnement ou l'atténuation des causes ou des effets environnementaux et écologiques des changements climatiques si les indications ne se fondent pas sur des éléments corroboratifs suffisants et appropriés obtenus au moyen d'une méthode reconnue à l'échelle internationale, dont la preuve incombe à la personne qui donne les indications.

**Question 1.** *Quels types de déclarations sont couramment faites sur les avantages environnementaux d'entreprises ou d'activités d'entreprises dans le marché? Pourquoi ces déclarations sont-elles plus fréquentes que d'autres?*

La catégorisation présentée ci-dessus à l'illustration 2 s'applique également aux allégations sur les avantages environnementaux d'entreprises et de leurs activités. Il peut s'agir de déclarations sur les thèmes de durabilité suivants :

- **Mesures, actions, résultats et risques :** Les entités peuvent rendre compte de leurs performances environnementales en utilisant des indicateurs environnementaux, tels que les émissions de GES, l'utilisation des ressources, l'impact sur la biodiversité, etc. Les organisations peuvent également décrire leurs actions et projets en cours en matière d'environnement. En outre, elles peuvent rendre compte de leur exposition aux risques et opportunités environnementaux à l'aide d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs.
- **Stratégie, objectifs et gouvernance :** Les entités peuvent communiquer sur leur stratégie d'amélioration de leur performance environnementale et faire des déclarations prospectives sur leurs objectifs, comme la publication d'un plan de transition climatique et la fixation d'objectifs de réduction des émissions de GES. Elles peuvent également expliquer comment elles prévoient de s'engager auprès de leurs parties prenantes pour encourager l'adoption de pratiques plus durables, discuter de leurs politiques d'investissement et indiquer leur participation à des initiatives sectorielles, telles que les PRI de l'ONU. En outre, les organisations peuvent expliquer les mécanismes de gouvernance mis en place pour mettre en œuvre leur stratégie





environnementale, tels que l'attribution de responsabilités spécifiques aux membres du conseil d'administration ou à la direction générale.

- **Ressources et expertise** : Les entités peuvent communiquer sur leur capacité à offrir certains services à composante environnementale, tels que l'expertise en matière de conseils en investissement ESG.

Voici une liste non-exhaustive d'exemples de déclarations environnementales couramment effectuées à l'égard des entreprises et de leurs activités :

- **Climat**

- Émissions de GES : divulgation des émissions de GES (portée 1, 2 et/ou 3); engagement à la carboneutralité; cibles et initiatives de réduction, d'évitement et de compensation des émissions de GES; trajectoire carbone anticipée; utilisation de crédits de compensation.
- Énergie: pourcentage de l'approvisionnement en énergie issu de sources renouvelables (éolien, solaire, etc.), consommation d'énergie de manière absolue, par unité de production ou de manière relative.
- Pratiques d'investissement et financement : objectifs de financement de projets permettant de réduire les émissions de GES; pourcentage des dépenses en investissement (« capex » en anglais) déployées dans des projets de réduction des émissions de GES.
- Impact : quantité d'émissions de GES réduites, évitées ou compensées grâce à un projet d'investissement; résultats d'un projet d'investissement dans l'adaptation aux changements climatiques.
- Recherche et développement : valeur des investissements dans des technologies visant à réduire les émissions de GES; description d'un programme de recherche et développement visant à développer un nouveau processus industriel plus faible en carbone.
- Risques liés au climat (physique, de transition, juridique) : pourcentage des actifs ou des revenus d'une entreprise qui sont vulnérables aux événements météorologiques extrêmes causés par les changements climatiques; nombre de litiges de nature environnementale en cours.
- Opportunités liées au climat : identification des opportunités commerciales découlant de la transition vers une économie à faible émission de carbone, comme le développement de nouveaux produits ou services.
- Stratégie, gouvernance et mesures administratives : présence d'un plan de gestion des risques climatiques, intégration de ces risques dans les processus décisionnels de l'entreprise, création de comités



dédiés aux enjeux climatiques, responsabilités assignées à la haute direction.

- **Biodiversité et écosystèmes**

- Déforestation : divulgation des impacts sur la déforestation; initiatives prises pour prévenir ou réduire la déforestation dans la chaîne d'approvisionnement.
- Compensation : projets de compensation, restauration, protection et amélioration des écosystèmes naturels (ex. reboisement, restauration de zones humides).
- Impacts sur les écosystèmes : mesures de vérification auprès des fournisseurs afin de prévenir les pratiques dommageables, comme la déforestation et les pratiques de pêche non-durables.

- **Pollution (excluant les GES)**

- Polluants atmosphériques : Émissions de polluants tels que les particules fines et les composés organiques volatils.
- Pollution de l'eau et des sols : Programmes de réduction des rejets de substances nocives dans les eaux usées et les sols, ainsi que des engagements à respecter les normes en matière de pollution.

- **Extraction des matières premières et circularité**

- Eau : consommation d'eau, pourcentage de l'eau utilisée qui est recyclée ou réutilisée, source d'approvisionnement en eau (par exemple, eau de pluie), traitement des eaux usées.
- Matières premières : quantité et provenance des matières premières; utilisation de matières premières recyclées ou durables.
- Déchets : quantité de déchets générés, pourcentage des matières résiduelles qui sont recyclées, pratiques de réintégration des matières dans le cycle de production, cibles en matière de circularité et réduction de la quantité de déchets, durabilité et réparabilité des produits, investissement dans des équipements qui permettent la réduction des matières résiduelles (compostage industriel, revalorisation, etc.)



**Question 3.** *Quelles méthodes reconnues à l'échelle internationale le Bureau devrait-il prendre en compte pour évaluer si les déclarations relatives aux avantages environnementaux d'une entreprise ou de l'activité d'une entreprise sont fondées sur des « éléments corroboratifs suffisants et appropriés »? Ces méthodes ont-elles des limites dont le Bureau devrait être conscient? [NOTE: Nous avons inversé l'ordre des questions 2 et 3].*

Le concept de « méthode reconnue à l'échelle internationale » doit être interprété à la lumière des objectifs visés par les modifications législatives, c'est-à-dire de favoriser la qualité, la comparabilité et la véracité des allégations environnementales.

Avant la mise en œuvre des modifications, une interprétation restrictive de la Loi pouvait suggérer qu'il était possible d'effectuer des déclarations environnementales portant sur une entreprise ou ses activités sans que ces déclarations ne se basent sur de quelconques éléments corroboratifs. Par exemple, la Loi ne fixait aucune exigence de corroboration explicite pour une campagne publicitaire visant à faire la promotion de la cible de carboneutralité à l'horizon 2050 d'une entreprise, à moins que cette campagne ne porte indirectement sur le « rendement, l'efficacité ou la durée utile d'un produit ».

Les exigences de la Loi quant aux indications fausses ou trompeuses pouvaient quand même s'appliquer à une telle déclaration, mais le Bureau avait le fardeau de faire la preuve que la déclaration était fausse ou trompeuse sur un point important. Or, cette preuve pouvait s'avérer très complexe, forçant le Bureau à (i) investir des ressources significatives afin d'évaluer la crédibilité d'une allégation; et (ii) déterminer si l'allégation portait bel et bien sur un point important.

Les modifications législatives viennent renverser le fardeau de preuve qui existait auparavant afin d'exiger que les entreprises corroborent les allégations environnementales qui portent sur leur entreprise ou leurs activités. En vertu des nouvelles dispositions, une entreprise qui ne possède pas d'éléments corroboratifs suffisants et appropriés et qui fait de telles allégations contrevient à la Loi.

De notre perspective, la référence au concept de « méthode internationalement reconnue » reflète le fait que les déclarations environnementales portant sur une entreprise ou ses activités se prêtent mal à une épreuve en son sens traditionnel, comme un test en laboratoire ou des essais contrôlés randomisés. Le concept de « méthode », plus flexible et englobant, permet de prendre en considération cette particularité.

De notre point de vue, afin d'être « reconnue à l'échelle internationale », une méthode doit être reconnue par la communauté scientifique internationale à titre de méthode suffisante et appropriée pour corroborer les allégations en cause. Ce critère n'exige pas qu'une méthode émane d'une organisation de normalisation internationale et n'empêche pas le développement de méthodes issues de l'industrie. Cependant, afin de pouvoir être utilisée à des fins de corroboration, il ne suffit pas qu'une méthode soit reconnue à l'échelle internationale: il faut également qu'elle soit suffisante et appropriée.

Afin d'évaluer si une méthode est suffisante et appropriée, les principes généraux établis à la question 3 de la partie B sont applicables, avec les adaptations nécessaires.



**Question 2.** *Existe-t-il certains types de déclarations sur les avantages environnementaux d'entreprises ou d'activités d'entreprises qui sont moins susceptibles d'être fondées sur des « éléments corroboratifs suffisants et appropriés obtenus au moyen d'une méthode reconnue à l'échelle internationale »? Y a-t-il un aspect de ces types de déclarations qui les rend plus difficiles à corroborer? [NOTE : Nous avons inversé l'ordre des questions 2 et 3].*

Les catégories de pratiques problématiques décrites à la question 2 de la partie B sont également applicables aux déclarations relatives aux entreprises et leurs activités, avec les adaptations nécessaires. Par exemple :

- **Déclarations vagues et génériques :** Une entreprise pourrait indiquer dans un rapport de développement durable qu'elle est une entreprise « durable », sans explications supplémentaires ni éléments corroboratifs couvrant l'ensemble des impacts de ses activités et de sa chaîne d'approvisionnement.
- **Comparaisons trompeuses :** Une entreprise pourrait indiquer qu'elle est le « leader de l'industrie en matière de réductions d'émissions de GES » sans baser cette comparaison sur des éléments corroboratifs suffisants et sans explications complémentaires.
- **Utilisation de certifications et écolabels trompeurs :** Une entreprise pourrait faire la promotion de la certification du nouveau bâtiment qui abrite son siège social en vertu d'un écolabel qui donne l'impression que le bâtiment a des impacts globaux positifs sur l'environnement, alors que l'écolabel n'évalue que la consommation d'énergie associée à l'utilisation du bâtiment.
- **Déclarations prospectives spéculatives :** Une entreprise pourrait faire la promotion de son objectif d'être carboneutre d'ici 2050 sans avoir adopté de plan crédible et réaliste afin d'atteindre cet objectif.
- **Déclarations sélectives :** Une entreprise pourrait faire la promotion de la faible empreinte carbone de l'un de ses processus industriels, sans toutefois mentionner les émissions de GES élevées associées à d'autres étapes de sa chaîne d'approvisionnement, ainsi que les impacts environnementaux importants de ses activités sur d'autres aspects que le climat, tels que les écosystèmes et la qualité de l'eau.
- **Imagerie :** Une entreprise pourrait inclure dans son rapport annuel des images d'environnements naturels, tels des forêts et des lacs, afin de donner l'impression que ses activités ont des impacts neutres ou positifs sur ces écosystèmes, sans que ces indications s'appuient sur des éléments corroboratifs suffisants.
- **Promotion d'avantages négligeables :** Une institution financière pourrait faire la promotion des sommes investies dans des projets qui répondent à certains critères de durabilité, alors que ces sommes représentent une portion négligeable des investissements totaux de l'institution.

Les recommandations décrites à la question 2 de la partie B s'appliquent à ces catégories de pratiques, avec les adaptations nécessaires.



**Question 4.** *Quels autres facteurs le Bureau devrait-il prendre en considération lorsqu'il évalue si les déclarations concernant les avantages environnementaux des entreprises ou des activités d'entreprises sont fondées sur des « éléments corroboratifs suffisants et appropriés obtenus au moyen d'une méthode reconnue à l'échelle internationale »?*

Aucun commentaire supplémentaire.

**Question 5.** *En quoi pourrait-il être difficile pour les entreprises et les annonceurs de se conformer à cet article législatif?*

Les considérations mentionnées à la question 4 de la partie B sont également applicables aux déclarations portant sur les entreprises et leurs activités, avec les adaptations nécessaires. Il pourrait également être difficile pour les entreprises et les annonceurs de se conformer dans les situations supplémentaires suivantes :

**a) *Il existe une méthode scientifiquement reconnue, mais seulement à l'échelle provinciale ou nationale***

Il peut arriver qu'en raison de particularités régionales, une méthode de justification utilisée au Canada ne soit pas connue ni utilisée à l'échelle internationale. Dans de telles situations, une méthode reconnue à l'échelle provinciale ou nationale devrait pouvoir être utilisée si elle respecte des principes scientifiques qui sont reconnus à l'échelle internationale.

Par ailleurs, les méthodes qui sont issues des agences de réglementation provinciales ou fédérales sont présumées être des méthodes reconnues internationalement, les agences étatiques de réglementation étant une source de normes reconnues internationalement.

**b) *Il existe une méthode en développement qui est susceptible d'être reconnue internationalement, mais elle n'a pas encore été adoptée par l'organisation qui en est l'émettrice***

Une méthode de corroboration en développement peut être utilisée si elle répond aux principes généraux décrits à la question 3 de la partie B.

**c) *Des données sont indisponibles pour certaines étapes de la chaîne d'approvisionnement***

Tel qu'indiqué à la partie B, les entreprises devraient justifier leurs allégations à l'aide de données primaires lorsque celles-ci existent ou qu'elles peuvent être raisonnablement obtenues. Lorsque cela n'est pas possible, les entreprises devraient justifier leurs allégations à l'aide de données secondaires crédibles et représentatives de la réalité. Si de telles données n'existent pas, l'entreprise devrait éviter de communiquer l'allégation en cause ou restreindre la portée de celle-ci.

**d) *Une déclaration formulée avant la mise en œuvre des modifications législatives est toujours disponible (par exemple, sur le site web de l'organisation) et ne s'appuie pas sur une méthode suffisante et appropriée***



Les déclarations antérieures qui ne s'appuient pas sur des éléments corroboratifs suffisants et appropriés devraient être retirées de l'espace public. Lorsque des obligations réglementaires font en sorte que cela n'est pas possible, l'entreprise devrait fournir des efforts raisonnables afin de mettre en garde le public quant à l'antériorité des déclarations. Le Bureau ne devrait pas prioriser la prise de mesures d'application de la loi dans de telles situations.

***e) Une déclaration antérieure s'appuyait sur une méthode suffisante et appropriée au moment d'être émise, mais cette méthode est maintenant désuète, et la déclaration demeure accessible au public (par exemple, sur le site web de l'organisation)***

Les déclarations antérieures qui ne s'appuient plus sur des éléments corroboratifs suffisants et appropriés devraient être retirées de l'espace public, et idéalement remplacées par des déclarations qui s'appuient sur des méthodes actualisées. Lorsque des obligations réglementaires font en sorte que cela n'est pas possible, l'entreprise devrait fournir des efforts raisonnables afin de mettre en garde le public quant à la désuétude de la méthode utilisée et indiquer en quoi les déclarations seraient différentes si elles s'appuyaient sur les méthodes actuelles. Le Bureau ne devrait pas prioriser la prise de mesure d'application de la loi dans de telles situations.

**Question 6.** *De quelles autres informations le Bureau devrait-il tenir compte dans l'élaboration de son approche de mise en application de cet article législatif?*

Les considérations mentionnées à la question 5 de la partie B sont également applicables aux déclarations portant sur les entreprises et leurs activités, avec les adaptations nécessaires. De plus, le Bureau devrait tenir compte des éléments suivants dans l'élaboration de son approche de mise en application de cet article :

***a) Déclarations de nature non-commerciale***

Les déclarations qui ne visent pas à faire la promotion d'un produit ou d'un intérêt commercial ne sont pas visées par les exigences de corroboration de la Loi. Par conséquent, le Bureau devrait préciser qu'une personne qui communique de l'information environnementale à des fins non-commerciales, comme un groupe citoyen ou une organisation à but non lucratif ayant une mission d'intérêt public (excluant les associations veillant à l'intérêt de leurs membres), n'est pas visée par la Loi.

***b) Déclarations publiques qui ne sont pas destinées aux consommateurs***

La divulgation d'information aux investisseurs est visée par les nouvelles exigences, comme c'est le cas pour toutes les parties prenantes qui font partie du public. Certaines personnes ont laissé entendre que les investisseurs ou les fournisseurs de services financiers (comme les sociétés de conseil en matière de vote par procuration) devaient être distinguées des consommateurs qui achètent des produits ou services aux fins de la Loi. Bien que certains acteurs du marché soient moins vulnérables aux risques d'écoblanchiment, il faut rappeler que les informations environnementales sont naturellement opaques et difficiles à vérifier par les tiers, peu importe leur degré





d'expertise. Comme exposé à la question 5 de la partie B, au paragraphe c), le Bureau devrait préciser en conséquence son interprétation du terme « public ».



## Annexe A

### RÉSUMÉ DU PROJET DE DIRECTIVE EUROPÉENNE SUR LES ALLÉGATIONS ÉCOLOGIQUES

Le projet de *Directive sur les allégations écologiques* (le **Projet**) vise à établir de nouvelles exigences de corroboration des allégations environnementales volontaires destinées aux consommateurs et des écolabels.<sup>21</sup> Le Projet vient compléter les exigences de la *Directive sur les pratiques commerciales déloyales*, qui s'applique déjà de manière générale aux allégations promotionnelles des entreprises.<sup>22</sup>

Bien qu'il s'agisse d'une initiative réglementaire et non d'une ligne directrice, ce Projet est de grand intérêt dans le cadre de la présente consultation, car il établit des principes de base en matière de corroboration dont le Bureau pourrait s'inspirer lors de l'élaboration de ses futures lignes directrices.

Dans sa version la plus récente, le Projet prévoit les exigences suivantes :

- **Exigences de justification** : Le projet de directive prévoit des exigences minimales de justification pour les allégations environnementales volontaires (i.e., qui ne sont pas requises par la loi) (article 3). Cette justification doit :
  - Être à jour.
  - Préciser si l'allégation est liée au produit tout entier, à l'une de ses parties ou à certains de ses aspects, ou à l'ensemble des activités d'un professionnel ou à certaines de leurs parties ou à certains de leurs aspects.
  - S'appuyer sur des preuves scientifiques largement reconnues, utiliser des informations exactes et tenir compte des méthodes et des normes internationales pertinentes.

---

<sup>21</sup> Le Projet a été proposé en mars 2023 par la Commission européenne et a mené à l'adoption d'une prise de position par le Conseil européen en juin 2024. Le Projet sera l'objet de négociations au Parlement européen au cours du prochain cycle législatif européen.

<sup>22</sup> Cette même directive a été amendée en 2024 afin d'introduire des règles spécifiques sur l'écoblanchiment, notamment afin d'interdire les allégations environnementales génériques lors de la commercialisation de produits auprès des consommateurs en l'absence d'un label reconnu. Parmi les exemples d'allégations génériques énumérées dans la directive figurent les termes « respectueux de l'environnement », « vert », « respectueux du carbone », « neutre en carbone », « bilan carbone positif », « neutre pour le climat » et « économe en énergie ». En vertu de la directive, ces termes ne pourront être utilisés que s'il existe une norme officielle d'étiquetage écologique qui fixe les exigences à respecter pour pouvoir s'en prévaloir. Les modifications proposées à la « directive sur les pratiques commerciales déloyales » incluent des exigences relatives aux allégations environnementales prospectives (par ex. un objectif d'atteindre la carboneutralité d'ici 2050). Les modifications interdiraient les allégations « qui ne sont pas étayées par des engagements et des objectifs clairs, objectifs et vérifiables pris par les professionnels » et exigeraient qu'elles soient « étayées par un système de suivi indépendant des progrès des professionnels en ce qui concerne ces engagements et objectifs. » Enfin, les modifications proposées « empêcheraient de présenter une allégation environnementale concernant le produit dans son ensemble, alors qu'elle ne concerne que l'une des caractéristiques du produit » ; et « de présenter des exigences imposées par la loi pour tous les produits de la catégorie de produits concernée (...) comme étant une caractéristique distinctive de l'offre du professionnel ».



- o Le concept de norme internationale est défini comme une spécification technique, adoptée par une organisation internationale de normalisation (c'est-à-dire l'International Organisation for Standardisation, l'International Electrotechnical Commission ou l'International Telecommunication Union), pour utilisation répétée ou continue, et dont l'observation n'est pas obligatoire.
- Démontrer que les caractéristiques environnementales faisant l'objet de l'allégation sont pertinentes et significatives en particulier du point de vue du cycle de vie.
- Tenir compte de tous les aspects environnementaux ou incidences environnementales significatifs aux fins de l'évaluation de la performance environnementale, lorsqu'une allégation est formulée au sujet de la performance environnementale.
- Démontrer que l'allégation n'est pas équivalente aux exigences imposées par la loi sur les produits du groupe de produits ou les professionnels du secteur;
- Démontrer que l'amélioration des caractéristiques environnementales faisant l'objet de l'allégation ne cause aucun préjudice important à une série d'objectifs environnementaux définis par règlement, dont l'atténuation et l'adaptation du changement climatique, la protection et la restauration de la biodiversité et des écosystèmes et l'économie circulaire.
- Comprendre les informations primaires dont dispose le professionnel en ce qui concerne les caractéristiques environnementales faisant l'objet de l'allégation.
  - o Les informations primaires sont informations qui sont directement mesurées ou collectées par le professionnel auprès d'une ou de plusieurs installations représentatives des activités du professionnel.
- Comprendre des informations secondaires pertinentes en ce qui concerne les caractéristiques environnementales qui sont représentatives de la chaîne de valeur spécifique du produit ou du professionnel faisant l'objet de l'allégation, dans les cas où aucune information primaire n'est disponible.
  - o Les informations secondaires sont les informations les informations fondées sur d'autres sources que des informations primaires, notamment des études bibliographiques, des études techniques et des brevets.
- Les méthodes d'évaluation de l'empreinte environnementale de l'UE, y compris les « Product Environmental Footprint Category Rules » et les « Organisation Environmental Footprint Sector Rules », sont présumées satisfaire aux exigences en matière de justification lorsque la méthode est appropriée pour l'allégation environnementale explicite ou pour le label



environnemental. La Commission européenne est également habilitée à exiger l'utilisation d'autres méthodes d'évaluation par règlement.

- **Exceptions :** Certaines allégations sont exemptées de l'obligation d'effectuer une évaluation complète de leur impact environnemental. C'est notamment le cas pour les allégations qui doivent être fondées sur méthode explicitement requise par la loi et les allégations qui remplissent tous les critères suivants :
  - aucune évaluation du cycle de vie complet n'est jugée nécessaire pour étayer l'allégation;
  - l'allégation est liée à une seule caractéristique environnementale; et
  - l'allégation ne concerne pas une caractéristique environnementale conduisant à des arbitrages significatifs entre les différentes catégories d'incidences environnementales.
- **Divulgarion des preuves justificatives :** Les entreprises effectuant des allégations environnementales seront tenues de transmettre certaines informations minimales aux consommateurs conjointement avec l'allégation, incluant les « études ou calculs utilisés pour évaluer, mesurer et surveiller les incidences environnementales, les caractéristiques environnementales ou les performances environnementales concernées par l'allégation, ainsi que les résultats de ces études ou calculs et les indications sur leur champ d'application, leur limites et les hypothèses qui les sous-tendent, à moins que ces informations ne constituent un secret d'affaires. » (article 5(6)(c)). Des informations supplémentaires doivent également être transmises sur demande aux consommateurs et parties intéressées. Des obligations spécifiques sont prévues pour les allégations s'appuyant sur des compensations du carbone.
- **Vérification préalable obligatoire :** Le Projet prévoit l'établissement d'une procédure de vérification préalable par un organisme tiers d'évaluation de la conformité accrédité (appelé le « vérificateur » – voir les articles 10 et 11). Le vérificateur est responsable de vérifier la conformité des entreprises et des opérateurs de labels reconnus aux dispositions de la directive avant la communication d'allégations, notamment relativement aux exigences de justification et de divulgation d'information. Le vérificateur doit répondre à des exigences en matière d'indépendance, conflits d'intérêts, impartialité et compétence.
- **Exigences spécifiques :** Le Projet établit des exigences spécifiques pour certaines catégories d'allégations, incluant les allégations liées au climat, l'utilisation d'un score environnemental unique sur la base d'un indicateur d'impact agrégé, et les déclarations comparatives.
- **Écolabels :** Le Projet définit les exigences minimales applicables aux labels environnementaux, qui seront tenus d'obtenir un « certificat de conformité » issu par un vérificateur (articles 8 et 10). Par exemple, les labels environnementaux devront être élaborés par des « experts capables d'en garantir la fiabilité scientifique » et doivent inclure des processus de traitement en cas de non-conformité et de retrait ou de suspension en cas de non-respect flagrant et persistant. Pour être approuvés, les



nouveaux labels environnementaux devront transmettre certains documents justificatifs. Les labels ne répondant pas à ces normes minimales seront interdits.



## Annexe B

### EXIGENCES RÉGLEMENTAIRES SPÉCIFIQUES

#### a) *Biologique*

À l'échelle fédérale, le *Règlement sur la salubrité des aliments au Canada* exige que les **produits alimentaires** portant une mention de production biologique ou arborant le logo « Biologique Canada » soient certifiés en vertu des normes biologiques canadiennes.<sup>23</sup> Ainsi, toute organisation affichant la mention biologique en lien avec des aliments ou laissant entendre que ses produits sont issus de l'agriculture biologique est tenue de répondre aux normes de l'ACIA.

Pour les **produits non-alimentaires**, tels que les produits du textile, aucun régime réglementaire spécifique n'est applicable.

#### b) *Recyclabilité*

À l'échelle fédérale, le Gouvernement du Canada a annoncé la mise en œuvre de nouvelles règles d'étiquetage des produits en plastique visant à encadrer les allégations de recyclabilité, de compostabilité et de dégradabilité.<sup>24</sup> Ces mesures ont fait l'objet d'une consultation publique menée de juillet à octobre 2022.<sup>25</sup> En février 2023, le gouvernement a publié un rapport résumant les commentaires reçus.<sup>26</sup> Puis, le 18 avril 2023, le gouvernement a publié un document établissant les grandes lignes d'un futur cadre réglementaire sur le « Contenu recyclé et règles d'étiquetage des produits en plastique » qui serait adopté en vertu de la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement (1999)*. Voici les principales caractéristiques du cadre proposé en ce qui a trait à l'étiquetage des produits en plastique:<sup>27</sup>

- **Produits visés** : Le cadre proposé porterait sur les emballages primaires et secondaires<sup>28</sup> en plastique (incluant les emballages « finis » vendus comme tels, comme les sacs de plastique) qui sont destinés aux consommateurs (par opposition

---

<sup>23</sup> <https://inspection.canada.ca/produits-biologiques/reglementation/fra/1328082717777/1328082783032>

<sup>24</sup>

<https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/registre-environnemental-loi-canadienne-protection/contenu-recycle-regles-etiquetage-plastique.html#toc37>

<sup>25</sup>

<https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/gestion-reduction-dechets/reduire-dechets-plastique/contenu-recycle-plastique-usage-unique.html>;

<sup>26</sup>

<https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/gestion-reduction-dechets/consultations/ce-que-nous-avons-entendu-etiquetage-registre.html>

<sup>27</sup>

<https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/registre-environnemental-loi-canadienne-protection/contenu-recycle-regles-etiquetage-plastique.html#toc37>

<sup>28</sup> Le cadre proposé définit les emballages comme « tout ce qui est utilisé pour le confinement, la protection, la manipulation, la livraison, le stockage, le transport et la présentation des marchandises, des matières premières aux produits transformés, du producteur à l'utilisateur ou au consommateur, y compris le transformateur, l'assembleur ou tout autre intermédiaire. »





aux emballages institutionnels, commerciaux ou industriels) ainsi que les plastiques à usage unique (**PUU**).

- **Entreprises visées** : Entreprises utilisant une marque déposée<sup>29</sup> qui mettent sur le marché ou importent des emballages en plastique ou des PUU.
- **Mesure de la recyclabilité** : Afin d'établir la recyclabilité d'un article, le cadre proposé établirait trois critères cumulatifs, reproduits ci-dessous :
  - **Collecte**. L'article est-il accepté pour la collecte par un système de collecte<sup>30</sup> sans frais d'utilisation accessible à au moins 80 % de la population d'une province ou d'un territoire?
  - **Triage**. L'article peut-il être trié en balles avec un rendement de tri d'au moins 80 % pour les entreprises de revalorisation nord-américaines aux fins de recyclage ?
  - **Revalorisation**. Est-ce qu'au moins 80% des balles issues de l'article qui entrent dans les installations de revalorisation nord-américaines sortiront comme de la matière première pouvant remplacer la résine primaire à partir de laquelle l'article a été fabriqué ?
- **Exigences d'étiquetage en matière de recyclabilité** : Une entreprise commercialisant un article répondant à chacun des critères énoncés ci-dessus devrait l'étiqueter comme étant "recyclable". Si seulement le 1er critère est rencontré, l'article devra être étiqueté comme "collecté aux fins de recyclage". Cette catégorie d'étiquetage cessera toutefois d'être permise à partir de 2030. Dans les autres cas, l'article devrait être étiqueté comme "non recyclable".

L'article constitué de composantes recyclables et non recyclables devrait comporter une étiquette pour chaque composante, tel qu'illustré dans l'exemple fictif ci-dessous fourni par le gouvernement. Le format et contenu de l'étiquette seraient prescrits par règlement.

En plus de l'étiquette, les entreprises visées devraient apposer un code QR menant vers un site Web fournissant des informations supplémentaires sur le produit, tel que des instructions de préparation pour le recyclage.

Les étiquettes, obligatoires pour les emballages et PUU en plastique, pourraient également être utilisées pour les non-plastiques, mais cette utilisation ne serait pas réglementée de manière spécifique, quoiqu'elle demeurerait assujettie aux règles générales applicables à la publicité trompeuse en vertu de la *Loi*.

---

<sup>29</sup> Selon le cadre proposé, les « propriétaires de marques sont désignés comme le « producteur privilégié » pour financer et exploiter les systèmes de recyclage". Cela inclut à la fois les emballages primaires (qui entrent en contact avec un produit), les emballages secondaires (qui entrent en contact avec les emballages primaires et/ou des matériaux de protection) et les emballages issus du commerce électroniques. Cependant, cela exclut certains emballages tertiaires (emballages conçus pour le transport de marchandises), les emballages destinés à l'exportation, les marchandises en transit et les emballages qui sont déjà au stade de déchet, et les emballages réutilisables qui peuvent être " utilisés plusieurs fois dans un système de réutilisation ou de remplissage". Certains articles seraient également exemptés de la même manière que certains articles sont exemptés des règles d'étiquetage des aliments en vertu du *Règlement sur les aliments et drogues*, comme l'emballage des produits vendus dans un marché fermier.

<sup>30</sup> Le cadre proposé imposerait également des exigences minimales en matière de fréquence de collecte et de nombre de sites de collecte exploités par le système de collecte.



Enfin, le cadre proposé interdirait l'utilisation du symbole des « flèches courbées » à des fins d'identification des résines de plastique, et imposerait des exigences minimales pour l'utilisation de la « boucle de Möbius » et les déclarations de recyclabilité.

Selon le document initialement publié par le gouvernement en avril 2023, les règles d'étiquetage proposées devaient progressivement entrer en vigueur de 2026 à 2030. De plus, le gouvernement a indiqué qu'il allait élaborer des lignes directrices techniques afin d'expliquer le fonctionnement du nouveau régime réglementaire. Cependant, bien que le gouvernement ait initialement indiqué que le règlement proposé serait publié avant la fin de 2023, celui-ci n'avait toujours pas encore été rendu public au moment de la transmission du présent document.<sup>31</sup>

Pour ce qui est des produits qui ne sont pas visés par la réglementation à venir, aucun régime réglementaire spécifique n'est applicable.

### **c) Compostable et biodégradable**

Dans le cadre de la mise en œuvre de nouvelles règles d'étiquetage des produits en plastique, le Gouvernement du Canada a proposé une mesure d'évaluation de la compostabilité des emballages primaires et secondaires en plastique et des PUU. Le cadre proposé reconnaîtrait quatre normes de certification permettant à une entreprise de faire des déclarations de compostabilité :<sup>32</sup>

- ASTM D6400 – Spécifications normalisées pour l'étiquetage des plastiques destinés à être compostés par voie aérobie dans des installations municipales ou industrielles;
- ASTM D6868 – Spécification pour l'étiquetage des articles finis qui incorporent des plastiques et des polymères comme revêtements ou additifs avec du papier et d'autres substrats;
- ISO 17088:2021 – Plastiques – Recyclage organique – Spécifications pour les plastiques compostables; et
- des « spécifications normalisées accréditées qui prévoient des délais égaux ou plus stricts pour la désintégration et la biodégradation du plastique ».

De plus, les articles étiquetés comme tels devront répondre à certaines normes minimales de concentration de certaines matières, « subir un test sur le terrain dans une installation de compostage au Canada, démontrant que l'article s'est désintégré d'au moins 90 % au cours du cycle de compostage réel de cette installation » et « être associés à des déchets organiques, tels que les déchets alimentaires et les déchets de jardin. » La conformité d'un article à l'une de ces normes devrait être validée par un organisme tiers accrédité.

---

<sup>31</sup> Idem.

<sup>32</sup> Il s'agit des normes (i) ASTM D6400 – Spécifications normalisées pour l'étiquetage des plastiques destinés à être compostés par voie aérobie dans des installations municipales ou industrielles; (ii) ASTM D6868 – Spécification pour l'étiquetage des articles finis qui incorporent des plastiques et des polymères comme revêtements ou additifs avec du papier et d'autres substrats; (iii) ISO 17088:2021 – Plastiques – Recyclage organique – Spécifications pour les plastiques compostables; et (iv) des "spécifications normalisées accréditées qui prévoient des délais égaux ou plus stricts pour la désintégration et la biodégradation du plastique".



Les étiquettes affichant le terme « compostable » sur un article devront préciser que ce terme est “propre aux installations de compostage industriel” et devront être étiquetés comme “non recyclables”.

Le cadre proposé interdirait les termes « biodégradable » ou « dégradable » et toute déclaration suggérant que le produit se « décomposera, se fragmentera ou se biodégradera dans l’environnement » sur les emballages en plastique et les PUU. Tel qu’indiqué ci-dessus, ces produits devront également comporter une étiquette de non-recyclabilité. De plus, le cadre imposerait des exigences minimales pour l’utilisation du terme « compostable ». Le cadre proposé interdirait également l’utilisation « d’un étiquetage, d’une rayure ou d’une teinte de couleur verte sur les articles en plastique non compostables qui sont associés à des déchets organiques » et le terme compostable « domestique » ou de « de jardin ».<sup>33</sup> La compostabilité demeurerait cependant facultative, sauf pour les autocollants d’appel du prix pour les fruits et légumes, qui seraient tenus d’être compostables.

Pour ce qui est des produits qui ne sont pas visés par la réglementation à venir, aucun régime réglementaire spécifique n’est applicable.

---

<sup>33</sup> Tel qu’indiqué dans le cadre proposé, « Lors des consultations, les intervenants ont largement appuyé cette proposition, reconnaissant la confusion du public relativement à ces termes et le fait que ces éléments sont des contaminants connus dans les déchets organiques et les systèmes de recyclage. »



## Annexe C

### COMPARAISON DES LIGNES DIRECTRICES D'AUTRES JURIDICTIONS

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
<b>Principes généraux</b>						
<b>Corroboration<sup>7</sup></b>	Toutes les interprétations raisonnables des allégations doivent reposer sur une base raisonnable.  Lorsque l'allégation de justification est expresse (par exemple, « les tests prouvent », « les médecins recommandent » et « les	Les entreprises doivent être en mesure d'étayer leurs déclarations au sujet des incidences sur l'environnement. Elles doivent détenir des preuves solides, crédibles, pertinentes et actualisées.  Les déclarations environnementales faites sans preuve sont	Toute allégation devrait être basée sur des preuves appropriées qui pourraient être vérifiées par les autorités compétentes concernées, dès le moment où les allégations sont effectuées. Les professionnels doivent être en mesure d'étayer leurs allégations	Une allégation doit être fondée sur des preuves ou des méthodes scientifiques reconnues.  Pour les déclarations portant sur les entreprises, l'entreprise doit justifier ses actions et les rendre facilement accessibles (par exemple sur un site internet) par des éléments concrets,	Les allégations environnementales doivent être corroborées. Le type de preuve que vous devez être en mesure de présenter dépend de l'affirmation que vous faites. Les preuves doivent être dignes de confiance, indépendantes, vérifiables, à jour et scientifiquement acceptés.	Vous devez être en mesure de justifier toute affirmation environnementale que vous faites, que ce soit sur votre emballage, dans votre publicité ou par l'intermédiaire de vos représentants.

<sup>1</sup> <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-issues-revised-green-guides/greenguides.pdf>. Voir aussi : <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/ftc-policy-statement-regarding-advertising-substantiation>.

<sup>2</sup> <https://www.gov.uk/government/publications/green-claims-code-making-environmental-claims/environmental-claims-on-goods-and-services>.

<sup>3</sup> [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(05\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(05)).

<sup>4</sup> [https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions\\_services/cnc/avis/2023/Allegations\\_environnementales/guide\\_2023.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/cnc/avis/2023/Allegations_environnementales/guide_2023.pdf).

<sup>5</sup> [https://www.acm.nl/system/files/documents/guidelines-sustainability-claims\\_1.pdf](https://www.acm.nl/system/files/documents/guidelines-sustainability-claims_1.pdf).

<sup>6</sup> <https://www.accc.gov.au/about-us/publications/making-environmental-claims-a-guide-for-business>.

<sup>7</sup> Aux États-Unis, l'obligation de corroboration est considérée comme implicitement incluse dans l'obligation de ne pas faire de déclarations trompeuses. Une représentation qui n'est pas basée sur une base raisonnable (« reasonable basis ») est considérée comme trompeuse, qu'elle soit vraie ou fausse. Voir : *F.T.C. v. Garvey*, 828 F.3d 891, 901 (9th Circ. 2016). L'obligation de justification s'applique tant aux représentations implicites qu'explicites.

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>études montrent »), l'entreprise doit au moins avoir le niveau de justification annoncé.</p> <p>En l'absence de référence expresse ou implicite à un certain niveau de soutien, et en l'absence d'autres éléments indiquant quelles seraient les attentes des consommateurs, les allégations doivent reposer sur une « base raisonnable ».</p> <p>La raisonnable s'évalue en fonction du type d'allégation, du produit, des conséquences d'une fausse allégation, des avantages d'une allégation véridique, le coût de l'élaboration de la justification de l'allégation et la quantité de justification</p>	<p>susceptibles de poser un problème, même si elles s'avèrent exactes.</p> <p>Les éléments requis dépendent des circonstances et peuvent varier en fonction de la nature du produit et de l'allégation. En général, les preuves doivent être solides, crédibles et actualisées. Elles peuvent provenir de recherches publiées, par exemple, ou d'études commandées ou réalisées par une entreprise. Plus les preuves sont indépendantes et largement étayées, plus elles sont susceptibles d'étayer une allégation.</p> <p>Les allégations fondées sur des éléments qui s'écartent de manière</p>	<p>environnementales Les allégations devraient être basées sur des preuves solides, indépendantes, vérifiables et généralement reconnues, tenant compte des acquis et méthodes scientifiques les plus récents.</p> <p>La documentation relative aux allégations doit rester à jour tant que les allégations continueront d'être utilisées.</p> <p>Les éléments de preuve présentés devraient être clairs et solides. Une vérification par une tierce partie indépendante devrait être effectuée pour les organismes compétents si l'allégation est contestée.</p> <p>Si des expertises suscitent des désaccords</p>	<p>mesurables, pertinents, significatifs et vérifiables prouvant que les principaux impacts environnementaux liés à l'entreprise sont significativement réduits.</p>		<p>Lorsque la base scientifique de votre déclaration est contestée ou n'est pas concluante, vous devez être particulièrement attentif à ne pas présenter votre déclaration comme étant universellement acceptée.</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>que les experts du domaine considèrent comme raisonnable. Les preuves extrinsèques, telles que les témoignages d'experts ou les enquêtes auprès des consommateurs, sont utiles pour déterminer le niveau de justification que les consommateurs attendent à l'appui d'une allégation relative à un produit particulier et l'adéquation des preuves dont dispose un annonceur.</p> <p>Dans le contexte des allégations de marketing environnemental, une base raisonnable exige souvent des preuves scientifiques compétentes et fiables. Ces preuves consistent en des tests, des analyses, des</p>	<p>significative de la compréhension ou de la méthodologie scientifique reconnue, ou pour lesquelles il existe des preuves contradictoires, sont plus susceptibles d'être trompeuses.</p> <p>Pouvoir démontrer que les preuves d'une allégation ont fait l'objet d'un examen indépendant, en particulier lorsqu'elles sont complexes ou controversées, peut contribuer à garantir leur solidité</p> <p>La mise à jour des preuves est particulièrement importante lorsque les allégations sont maintenues pendant de longues périodes ou dans des domaines où la compréhension</p>	<p>ou doutes significatifs en ce qui concerne les impacts environnementaux, le professionnel devrait totalement s'abstenir d'utiliser l'allégation.</p> <p>Le contenu et l'ampleur de la documentation à fournir sont fonction du contenu spécifique de la déclaration. La complexité du produit ou de l'activité sera pertinente à cet égard.</p>			

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>recherches ou des études qui ont été menés et évalués de manière objective par des personnes qualifiées et qui sont généralement reconnus dans la profession comme produisant des résultats précis et fiables.</p> <p>Ces preuves doivent être suffisantes en qualité et en quantité, sur la base des normes généralement acceptées dans les domaines scientifiques concernés, lorsqu'elles sont considérées à la lumière de l'ensemble des preuves scientifiques pertinentes et fiables, pour étayer la véracité de chacune des allégations de marketing.</p>	<p>scientifique ou les attentes des consommateurs évoluent rapidement.</p> <p>Si une allégation repose sur des preuves dont les conditions ne sont pas susceptibles d'être reproduites dans le cadre d'une utilisation quotidienne normale, ou ne le sont que dans des circonstances très spécifiques, elle peut être trompeuse.</p> <p>Les entreprises, y compris les fabricants et celles qui se trouvent en amont de la chaîne d'approvisionnement, qui s'engagent dans des pratiques commerciales directement liées à la promotion de la vente ou de la fourniture de produits aux</p>				



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>consommateurs sont responsables de l'impact de ces pratiques. Cela peut signifier qu'elles doivent s'assurer d'obtenir des preuves de la part d'autres acteurs de la chaîne d'approvisionnement.</p> <p>Les allégations sont moins susceptibles d'induire en erreur lorsque les preuves à l'appui sont accessibles au public et qu'il est clair où et comment les consommateurs peuvent vérifier les allégations.</p>				
<p><b>Utilisation d'images, couleurs et symboles trompeurs</b></p>		<p>Il doit exister un lien direct et vérifiable entre les symboles – les images, les logos, l'emballage, les labels, les certifications et les couleurs – et la signification que les</p>	<p>L'imagerie et la présentation générale du produit (mise en page, couleurs, illustrations, photos, sons, symboles ou labels) doivent refléter fidèlement et exactement l'ampleur de l'avantage</p>		<p>Il doit y avoir un lien direct et vérifiable entre l'illustration et l'avantage en matière de durabilité. N'utilisez des images de la nature ou d'autres objets que s'il existe un lien direct et vérifiable entre l'objet illustré et l'avantage allégué en matière de durabilité.</p>	<p>Des images telles que celles des forêts, de la terre ou de certains animaux en voie de disparition peuvent permettre de faire une déclaration générale de</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		consommateurs sont susceptibles d'en tirer.	environnemental et ne pas exagérer l'avantage obtenu. Cela inclut les allégations implicites comme l'utilisation d'images (par exemple des arbres, des forêts tropicales, de l'eau, des animaux) et de couleurs (par exemple un fond ou du texte bleu ou vert) associées à la durabilité environnementale.			bénéfice environnemental qui peut être trompeuse.
<b>Jargon</b>		<p>Le langage scientifique ou technique doit être évité, à moins qu'il ne soit facilement compris par le consommateur moyen.</p> <p>Lorsque des termes sont communément définis et compris (par exemple, dans des normes internationales ou par le biais d'une réglementation spécifique), il peut être utile de les utiliser.</p>			Formulez votre demande en utilisant un langage simple.	Utilisez un langage que le public moyen peut comprendre, L'utilisation d'un langage scientifique ou d'un jargon technique peut induire en erreur les consommateurs.

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>Les mots clés doivent être définis, sauf si leur signification est claire et largement comprise par les consommateurs.</p> <p>Les termes ayant plusieurs significations doivent également être expliqués afin d'éviter toute erreur d'interprétation.</p>				
<b>Promotion d'avantages négligeables</b>	Les entreprises ne doivent pas affirmer ou sous-entendre des avantages environnementaux si ceux-ci sont négligeables.	Les entreprises ne doivent pas surestimer ou exagérer la durabilité ou l'impact environnemental positif d'un produit, d'un service, d'un processus, d'une marque ou d'une entreprise.		Les allégations environnementales ne doivent pas présenter qu'un intérêt minime, voire inexistant pour l'environnement.	Il peut être trompeur de mettre l'accent sur de petits avantages en matière de durabilité si le produit a un impact négatif (substantiel ou non) sur les êtres humains, les animaux et l'environnement.	Vous ne devez pas annoncer des avantages environnementaux lorsqu'ils ne sont pas pertinents ou insignifiants.
<b>Promotion de caractéristiques requises par la loi</b>		Les allégations fondées sur le respect d'exigences légales ordinaires, par exemple, ou sur la non-utilisation de composants ou de procédés qui ne sont		Les allégations environnementales ne doivent pas se limiter à suivre la réglementation en vigueur sans le préciser explicitement.	Ne pas utiliser d'allégations pour donner l'impression que les exigences légales ou les caractéristiques standard sont des avantages en matière de durabilité.	Vous ne devez pas annoncer des avantages environnementaux lorsqu'ils annoncent simplement le respect de la

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>de toute façon pas utilisés habituellement, peuvent être vraies. Cependant, elles sont également susceptibles d'induire les consommateurs en erreur en leur faisant croire que le produit, le service, le processus, la marque ou l'entreprise est meilleur que les autres ou que la norme, alors que ce n'est pas le cas.</p> <p>Les allégations sont plus susceptibles d'être acceptées lorsqu'elles mettent en évidence les mesures prises par une entreprise pour aller au-delà des normes légales ou des caractéristiques nécessaires d'un produit.</p>				législation en vigueur.
<b>Recours aux certifications</b>	Il est trompeur d'affirmer, directement ou implicitement, qu'un	Les symboles, marques de confiance ou de qualité attribués par	Un consommateur moyen n'est pas censé connaître la signification	Les labels les plus fiables, garantissant un meilleur respect pour	Les labels indépendants sont préférables aux labels privés.	Offrir des informations complémentaires

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
<b>privées / écolabels</b>	<p>produit, un emballage ou un service a été approuvé ou certifié par un tiers indépendant.</p> <p>La certification par une tierce partie n'élimine pas l'obligation d'une justification pour toutes les allégations raisonnablement communiquées par la certification.</p> <p>L'utilisation par un commerçant d'une certification environnementale ou d'un sceau d'approbation est susceptible d'indiquer que le produit offre un avantage environnemental général si la certification ou le sceau n'indique pas la base de la certification ou du sceau, que ce soit par le biais du nom ou d'un</p>	<p>des tiers indépendants sur la base d'une évaluation formelle fondée sur des critères légaux et objectifs sont moins susceptibles d'induire en erreur.</p> <p>Par exemple, lorsque ces approbations sont basées sur des critères clairs, accessibles au public, ou sur des méthodologies internationalement acceptées.</p> <p>Les marques ou symboles auto-évalués et auto-déclarés sont plus susceptibles de susciter des inquiétudes. Ils risquent de suggérer qu'un produit, un service, un processus, une marque ou une entreprise répond à des normes particulières et qu'ils sont approuvés ou</p>	<p>ou l'importance de différents codes de conduite, systèmes de labels, certificats ou logos publics ou privés. Les professionnels devraient informer les consommateurs de la signification des systèmes de labels, certificats ou logos publics ou privés et des caractéristiques pertinentes en rapport avec l'allégation en question, en mentionnant l'endroit où l'on peut trouver toutes les informations sur la certification, y compris sur la question de savoir si elle a été réalisée ou non par une tierce partie.</p> <p>Ils devraient également veiller à ce que les consommateurs aient la possibilité de recevoir des informations supplémentaires de</p>	<p>l'environnement, sont les labels conformes à la norme ISO 14024. Les labels qui tendent vers un niveau équivalent d'exigence, tendent vers ce même degré de fiabilité.</p> <p>L'évaluation de labels s'apprécie au regard des exigences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Certification réalisée par des tiers indépendants;</li> <li>• Critères environnementaux portant sur l'ensemble du cycle de vie du produit;</li> <li>• Critères environnementaux portant sur plusieurs impacts environnementaux du produit;</li> <li>• Critères environnementaux visant à réduire les</li> </ul>	<p>N'utilisez un label que si votre produit répond à ses critères.</p> <p>Lorsque vous utilisez des labels indépendants, indiquez clairement ce qu'ils représentent et les critères qu'ils respectent.</p> <p>De préférence, n'utilisez que des labels qui ont été vérifiés par une organisation indépendante reconnue et qui comportent un système de vérification indépendant.</p> <p>L'utilisation de labels privés est déconseillée, car les labels créent des attentes élevées chez les consommateurs, qui ne peuvent souvent pas être satisfaites.</p>	<p>sur le système de certification peut limiter la confusion des consommateurs.</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>autre moyen. Étant donné qu'il est très improbable que les spécialistes du marketing puissent justifier les allégations d'avantages environnementaux généraux, ils ne doivent pas utiliser de certifications ou de sceaux environnementaux qui n'indiquent pas le fondement de la certification.</p> <p>Pour éviter toute tromperie, les spécialistes du marketing doivent utiliser des termes clairs et bien visibles qui indiquent clairement que la certification ou le label ne se réfère qu'à des avantages spécifiques et limités.</p>	<p>certifiés de manière indépendante.</p> <p>Les allégations sont également moins susceptibles d'être trompeuses lorsqu'elles contiennent des informations sur ce qu'une marque ou un logo signifie.</p>	<p>manière claire et accessible, par exemple via un lien ou dans une section d'information insérée à proximité de l'allégation.</p> <p>Par exemple, les professionnels devraient informer les consommateurs des systèmes de certification privés dont ils affichent les logos.</p> <p>En général, il ne suffit pas de faire brièvement référence à une certification par une tierce partie.</p> <p>Si un professionnel ou une industrie choisit d'utiliser des systèmes de labels, symboles ou certificats privés à des fins de marketing, ceux-ci ne doivent être utilisés que pour les produits/services ou</p>	<p>impacts les plus significatifs du produit;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Critères portant sur l'aptitude à l'usage du produit;</li> <li>• Disponibilité et accessibilité à tous du référentiel (cahier des charges);</li> <li>• Révision régulière des critères environnementaux.</li> </ul> <p>Le professionnel qui se prévaut d'un label doit être en mesure de prouver son adhésion à celui-ci et de justifier du respect du cahier des charges par l'existence de contrôles réalisés par un tiers.</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
			<p>professionnels qui satisfont aux critères fixés pour pouvoir en bénéficier.</p> <p>Les critères des labels doivent mettre en évidence de nets avantages environnementaux par comparaison avec des produits ou professionnels concurrents et doivent être facilement et publiquement accessibles.</p> <p>Il peut être nécessaire de préciser davantage le label, de manière à mettre en évidence sa signification ainsi que ses critères les plus pertinents (par exemple, en soulignant si la consommation d'eau est le critère le plus pertinent pour un produit donné).</p>			



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
			<p>De plus, les professionnels devraient envisager une vérification par une tierce partie afin d'assurer la crédibilité et la pertinence du label.</p> <p>Il convient aussi d'informer clairement le consommateur du caractère privé du label (le cas échéant) ainsi que de sa signification ou de son importance.</p> <p>Enfin, de tels labels ne doivent pas prêter à confusion avec d'autres labels, y compris, par exemple ceux de systèmes publics ou de systèmes de concurrents.</p>			
<b>Déclarations vagues et génériques</b>	À moins que le contexte ne l'indique clairement, une allégation de marketing environnemental doit préciser si elle se réfère	Les affirmations plus larges, plus générales ou absolues sont beaucoup plus susceptibles d'être inexactes et d'induire	Les allégations environnementales sont susceptibles d'être trompeuses lorsqu'elles consistent en affirmations vagues et	Il est interdit de faire figurer sur un produit ou un emballage les mentions « biodégradable », « respectueux de	Une allégation est considérée comme générale si seul un terme est utilisé (comme « vert » ou « durable ») qui n'indique pas un avantage spécifique en matière de durabilité et si l'ampleur de	Généralement, une déclaration doit se référer à une partie spécifique d'un produit ou de son processus de

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>au produit, à l'emballage du produit, à un service ou simplement à une partie du produit, de l'emballage ou du service. En général, si l'attribut environnemental s'applique à tous les composants d'un produit ou d'un emballage, à l'exception des composants mineurs et accessoires, le spécialiste du marketing n'a pas besoin de qualifier la déclaration pour identifier ce fait. Toutefois, il peut y avoir des exceptions à ce principe général. Par exemple, si un commerçant fait une déclaration non qualifiée de recyclable et que la présence d'un composant accessoire limite considérablement</p>	<p>en erreur. Des termes tels que « respectueux de l'environnement », « vert », « durable » ou « écologique », surtout s'ils sont utilisés sans explication, sont susceptibles d'être perçus comme suggérant qu'un produit, un service, un processus, une marque ou une entreprise dans son ensemble a un impact positif sur l'environnement, ou du moins aucun impact négatif. Si une entreprise ne peut le prouver, elle risque de manquer à ses obligations légales.</p> <p>Les allégations qui se concentrent sur des aspects spécifiques de l'impact sur l'environnement doivent le préciser et indiquer clairement</p>	<p>générales relatives à des avantages environnementaux, sans que les avantages en question soient dûment étayés et sans que soit indiqué l'aspect pertinent du produit auquel l'allégation se réfère. Parmi les exemples de telles allégations, citons « respectueux de l'environnement », « bon pour l'environnement », « éco », « vert », « ami de la nature », « "écologique », « écologiquement correct », « ménage le climat », « préserve l'environnement », « sans polluants », « biodégradable », « zéro émission », « à faible bilan carbone », « émissions de CO2 réduites », « neutre en carbone », « neutre pour l'environnement », et même les allégations plus larges de</p>	<p>l'environnement » ou toute autre mention équivalente, notamment « écoresponsable », « bio-responsable »; « biocompatible »; « respectueux de la nature »; « respectueux de la planète »; « favorable à l'environnement »; « bon pour l'environnement »; « bon pour le climat »; « bon pour la planète »; « écologique »; « écolo »; « vert »; et « ami de la nature ». Entrent également dans cette catégorie les expressions « meilleur pour l'environnement »; « meilleur pour la planète » lorsqu'elles ne sont pas utilisées à des fins de comparaison ou « responsable » lorsque ce terme ne se rapporte qu'à des considérations environnementales.</p>	<p>l'avantage en matière de durabilité n'est pas claire.</p> <p>Pour pouvoir utiliser une allégation absolue, vous devez démontrer que votre produit n'a pas d'influence négative sur le sujet sur lequel porte votre allégation, par exemple les animaux, les humains et/ou l'environnement, en utilisant, par exemple, une analyse du cycle de vie (ACV) ou la méthode du coût réel.</p> <p>Cela n'est actuellement pas possible pour pratiquement tous les produits.</p> <p>Les mots suivants sont des termes généraux: « respectueux de l'environnement », « éco », « vert », « ami de la nature », « écologique », « durable », « plus durable », « bon pour l'environnement », « respectueux du climat ou de l'environnement », « non polluant », « biodégradable », « zéro émission », « faible teneur en carbone », « réduction des émissions de CO2 », « neutre en</p>	<p>production, telle que l'extraction, le transport, la fabrication, l'utilisation, l'emballage ou l'élimination. Vous devez faire spécifiquement référence à la partie d'un produit ou de son processus de production qui fait l'objet de l'allégation de bénéfice environnemental si le bénéfice est limité à cette partie du produit. Lorsque vous faites des déclarations concernant une caractéristique particulière ou une partie d'un produit, vous devez également tenir compte de l'ensemble du cycle</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>la possibilité de recycler le produit, la déclaration serait trompeuse.</p> <p>Il est trompeur de déclarer, directement ou implicitement, qu'un produit, un emballage ou un service présente un avantage général pour l'environnement. Les allégations non qualifiées d'avantages généraux pour l'environnement sont difficiles à interpréter et sont susceptibles de véhiculer un large éventail de significations. Dans de nombreux cas, ces déclarations indiquent probablement que le produit, l'emballage ou le service présente des avantages spécifiques et de grande portée pour l'environnement et peuvent indiquer que l'article ou le service n'a</p>	<p>comment l'impact sur l'environnement a été mesuré ou évalué.</p>	<p>« conscient » et « responsable ». Lorsque des allégations vagues et ambiguës sont utilisées, les précisions apportées doivent être suffisamment détaillées de sorte que l'allégation ne puisse pas être comprise d'une autre manière que celle escomptée par le professionnel.</p> <p>L'utilisation d'une allégation générale sur les avantages (présentée sans plus de détails) peut être justifiée dans certains cas prévus par la réglementation ou en présence d'un système public de label.</p>	<p>La France permet l'utilisation du terme « durable » lorsqu'il est accompagné (i) d'éléments sur la durée de vie supplémentaire du produit au regard de la durée de vie moyenne des produits similaires sur le marché; et (ii) des instructions relatives à l'installation, à l'entretien et/ou à l'utilisation du produit (pour atteindre sa durée de vie allongée).</p> <p>Durable, lorsque utilisé au sens de développement durable, ne peut être employé seul pour qualifier le produit, au risque d'être trompeur sur la portée de l'engagement de l'entreprise.</p> <p>En revanche, on peut faire une telle allégation sur la démarche de l'entreprise, du site de production, ou encore les matières</p>	<p>carbone », neutre sur le plan climatique, « sans esclaves », « conscient » et « responsable ».</p>	<p>de vie du produit. Expliquer l'importance de l'avantage Les déclarations générales ou non qualifiées peuvent être risquées car elles sont ambiguës et n'expliquent pas d'avantage environnemental spécifique.</p> <p>L'expression « vert » est très vague et transmet peu d'informations au consommateur, si ce n'est le message que votre produit est, d'une certaine manière, moins dommageable pour l'environnement que d'autres.</p> <p>Ces allégations pourraient induire les consommateurs</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>pas d'impact négatif sur l'environnement. Comme il est très peu probable que les professionnels du marketing puissent justifier toutes les interprétations raisonnables de ces allégations, ils ne doivent pas faire d'allégations générales non qualifiées sur les avantages pour l'environnement.</p> <p>Les professionnels du marketing peuvent qualifier les déclarations générales d'avantages pour l'environnement afin d'éviter toute tromperie sur la nature de l'avantage pour l'environnement revendiqué. Pour éviter la tromperie, les professionnels du marketing doivent utiliser un langage clair</p>			<p>premières utilisées. Si le terme de développement durable est utilisé pour un produit, la prise en compte des trois piliers du développement durable doit être effective. Cette allégation doit être accompagnée par des éléments mesurables, pertinents, significatifs, vérifiables et concrets, notamment dans le cadre de procédures de labellisation ou de certification lorsqu'elles existent.</p> <p>Pour utiliser « durable » afin de qualifier la gestion d'une ressource naturelle, il est recommandé de recourir à une certification ou tout autre mode de reconnaissance.</p>		<p>en erreur en leur faisant croire que le produit ne nuit pas à l'environnement lors de sa production, de son utilisation et de son élimination. Peu de produits, voire aucun, peuvent se prévaloir de cette allégation.</p> <p>Presque tous les produits ont un impact négatif sur l'environnement lors de leur fabrication, de leur emballage, de leur utilisation ou de leur élimination.</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	et bien visible qui limite l'allégation à un ou plusieurs avantages spécifiques.					
<b>Déclarations sélectives</b>		<p>Une allégation spécifique relative à une partie d'un produit qui n'attire l'attention que sur un avantage environnemental particulier pourrait induire les consommateurs en erreur, même si elle est vraie, si ce produit a également des effets négatifs importants ou si cet avantage entraîne des conséquences environnementales négatives importantes</p> <p>De même, les entreprises ne doivent pas axer leurs allégations sur une partie mineure de leurs activités si leur activité</p>	<p>L'évaluation d'une allégation environnementale tient compte des impacts environnementaux les plus importants du produit pendant son cycle de vie, y compris sa chaîne d'approvisionnement.</p> <p>Une allégation environnementale doit porter sur des aspects significatifs quant à l'impact environnemental du produit.</p> <p>Les industries hautement polluantes devraient veiller à ce que leurs allégations environnementales soient précises en ce sens où elles devraient</p>	<p>Quelle que soit l'allégation environnementale retenue, celle-ci doit porter sur un aspect environnemental significatif au regard des impacts générés par le produit, son emballage, ou le couple produit-emballage.</p> <p>Par ailleurs, l'avantage revendiqué par cette allégation ne doit pas conduire à des déplacements de pollution (ou transfert de pollution), en créant ou en aggravant d'autres impacts environnementaux du produit, à l'une ou l'autre des étapes de son cycle de vie.</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>principale produit des effets négatifs importants.</p> <p>Il sera important que les entreprises prennent en considération le cycle de vie complet, la chaîne d'approvisionnement, et l'impact environnemental global du produit concerné. Lorsqu'elles font la promotion d'une marque ou d'une entreprise, elles doivent tenir compte de l'impact de toutes ses activités.</p> <p>Le fait de sélectionner les aspects positifs et de les mettre en évidence risque d'induire les consommateurs en erreur, en particulier si d'autres aspects ont un</p>	<p>être formulées de manière relative, par exemple en indiquant "moins nocif pour l'environnement" au lieu de "respectueux de l'environnement".</p> <p>Les professionnels devraient en outre s'abstenir de souligner indûment l'importance d'aspects positifs alors que ceux-ci ne sont en réalité que marginaux ou que l'incidence environnementale globale du produit tout au long de son cycle de vie est négative.</p>	<p>Si l'allégation concerne uniquement l'emballage du produit et que les impacts significatifs du couple emballage-produit sont différents des impacts significatifs de l'emballage seul, l'allégation ne doit pas laisser penser que le produit est plus respectueux de l'environnement.</p> <p>L'évaluation d'une allégation environnementale tient compte des impacts environnementaux les plus significatifs générés par le produit (incluant l'emballage) pendant son cycle de vie, y compris sa chaîne d'approvisionnement.</p> <p>Les industries hautement polluantes doivent veiller à ce que leurs allégations environnementales soient</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>impact négatif plus important ou significatif sur l'environnement. I</p> <p>Les allégations peuvent porter sur une partie spécifique du cycle de vie d'un produit annoncé ou sur une partie des activités d'une entreprise. L'aspect auquel elles se réfèrent doit être clair. Elles ne doivent pas induire les consommateurs en erreur quant à l'impact environnemental total</p> <p>Lorsqu'elle n'a pu réaliser qu'une évaluation limitée, l'entreprise peut faire des déclarations spécifiques sur la base de cette évaluation, mais cela doit être clairement expliqué.</p>		<p>précises en ce sens, en étant formulées de manière relative.</p> <p>Une allégation environnementale soulignant seulement l'un des impacts significatifs générés par le produit sur l'environnement, parmi plusieurs autres, pourrait être considérée comme trompeuse.</p>		



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
<b>Déclarations prospectives</b>		<p>Les déclarations relatives à des objectifs futurs ne doivent être utilisées à des fins de marketing que si l'entreprise dispose d'une stratégie claire et vérifiable pour atteindre ces objectifs.</p> <p>Les objectifs environnementaux plus larges de l'entreprise doivent également être clairement distingués des déclarations relatives à des produits spécifiques.</p> <p>Les déclarations relatives aux ambitions environnementales d'une entreprise doivent également être proportionnelles à ses efforts réels, fondées sur des engagements spécifiques, à court terme et mesurables,</p>			<p>N'utilisez pas de messages concernant les objectifs de durabilité de votre entreprise pour promouvoir votre produit.</p> <p>Indiquez clairement si votre allégation concerne l'impact actuel de votre produit/entreprise ou si votre allégation concerne vos ambitions en matière de développement durable.</p> <p>Pour effectuer des allégations sur vos ambitions, vous devez disposer d'un plan concret qui :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prévoit des actions concrètes qui indiquent comment vous prévoyez atteindre vos ambitions</li> <li>• Prévoit des améliorations/développements continus de votre produit ou de votre entreprise, grâce auxquels vous vous rapprochez progressivement de vos objectifs;</li> <li>• Soit spécifique;</li> <li>• Est réalisable et donc réaliste;</li> <li>• Est mesurable/quantifiable.</li> </ul>	

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>auxquels l'entreprise travaille activement.</p> <p>Si les avantages ou l'impact s'étendent sur une période plus longue, il convient de le préciser, car les consommateurs risquent davantage d'être induits en erreur si les avantages ou l'impact ne sont pas immédiats.</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peut être consulté par les consommateurs</li> <li>• A été lancé ou le sera bientôt.</li> </ul> <p>Ne pas utiliser les ambitions en matière de durabilité de votre entreprise en lien avec des produits spécifiques.</p> <p>Il est recommandé de faire évaluer vos ambitions en matière de durabilité ainsi que leur faisabilité par un expert indépendant.</p>	
<b>Comparaisons</b>	Les allégations comparatives doivent être claires et s'appuyer sur des preuves.	<p>Les allégations comparatives doivent comparer des produits qui répondent aux mêmes besoins ou destinés au même usage, avec un degré suffisant d'interchangeabilité</p> <p>La comparaison doit porter sur des caractéristiques ou des aspects importants, vérifiables et</p>	Les allégations environnementales ne devraient pas porter sur une amélioration par rapport à un produit du même professionnel ou d'un concurrent qui n'est plus disponible sur le marché ou que le professionnel ne vend plus aux consommateurs, à moins que cette amélioration ne soit significative et récente.		<p>Indiquez clairement avec quoi vous comparez le produit et sur quel élément du produit la comparaison est faite.</p> <p>Assurez-vous que le produit ou l'entreprise sur lequel vous fondez votre demande est similaire et utilise les mêmes méthodes de calcul.</p> <p>Étayer la comparaison par des faits actualisés et objectifs.</p>	

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>représentatifs des produits concernés.</p> <p>La base de la comparaison (par ex. les unités de mesure utilisées) et la manière dont elle est présentée doivent permettre aux consommateurs de prendre une décision éclairée sur les mérites d'un produit par rapport à un autre.</p> <p>En outre, l'allégation comparative doit indiquer comment les informations qui constituent la base de la comparaison peuvent être consultées afin de vérifier l'exactitude de la comparaison.</p> <p>Il est également important de veiller à ce qu'une allégation</p>	<p>Les produits portant des allégations comparatives devraient être évalués par rapport à des produits similaires (ou, le cas échéant, par rapport à une version antérieure du même produit) et il y a lieu d'utiliser la même méthode d'évaluation, de manière cohérente, pour permettre cette comparaison.</p> <p>La méthode utilisée pour produire l'allégation environnementale doit être la même et faire appel aux mêmes choix et règles méthodologiques afin que les résultats soient reproductibles. Il faut également que la méthode utilisée permette les comparaisons.</p> <p>Le choix des caractéristiques qui sont</p>		<p>Utilisez des unités standard communes pour la comparaison (telles que des pourcentages).</p> <p>Assurez-vous que l'affirmation comparative concerne une caractéristique significative / un avantage en termes de durabilité.</p>	

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>comparative soit à jour et pertinente.</p> <p>Lorsqu'elles comparent leurs produits ou activités à ceux d'un ou de plusieurs concurrents, ces preuves doivent tous les couvrir.</p>	<p>l'objet de la comparaison ne doit pas être trompeur.</p>			
<b>Utilisation de qualificatifs et explications</b>	<p>Les qualifications et les informations doivent être claires, bien visible (à proximité immédiate de l'allégation qualifiée) et compréhensibles. Elles doivent utiliser un langage simple et des caractères suffisamment grands. Elles doivent éviter de faire des déclarations incohérentes ou d'utiliser des éléments distrayants susceptibles d'affaiblir ou de contredire les informations communiquées.</p>	<p>Lorsque les allégations ne sont vraies que si certaines conditions ou mises en garde s'appliquent, ces conditions ou mises en garde doivent être clairement énoncées.</p> <p>Les conditions ou mises en garde doivent être suffisamment proches de l'allégation pour être facilement visibles par le consommateur. Les conditions ou mises en garde ne doivent pas contredire l'allégation. De même, l'allégation ne doit pas être vraie</p>	<p>Lorsque le professionnel fournit des informations complémentaires aux consommateurs, ces informations doivent être claires et compréhensibles pour le consommateur moyen.</p> <p>La complexité et le caractère technique des informations ne devraient pas être utilisés afin de tromper les consommateurs sur la véracité des allégations écologiques.</p> <p>Lorsque des allégations environnementales sont</p>		<p>L'utilisation d'une allégation de durabilité seule est insuffisante (par ex. utiliser le terme "polyester recyclé" seul). Il est important que vous fournissiez des informations supplémentaires sur l'avantage du produit en termes de durabilité et sur l'ampleur de cet avantage.</p> <p>Les consommateurs doivent pouvoir accéder à cette explication en une seule action.</p> <p>Expliquez pourquoi un élément spécifique du produit (ou le produit dans son intégralité, le cas échéant) est plus durable, et précisez l'ampleur de l'avantage en termes de durabilité</p>	<p>Les déclarations non qualifiées sont risquées car elles peuvent ne pas expliquer de manière adéquate les avantages environnementaux de votre produit à votre public cible.</p> <p>Comme pour les déclarations sans réserve, il est également risqué de faire des déclarations sur les avantages environnementaux d'un produit sans</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>que dans des conditions improbables ou irréalistes.</p> <p>Les définitions et les explications doivent être claires et proches de l'affirmation elle-même.</p> <p>Si (mais seulement si) les limites de temps et d'espace disponibles rendent cela impossible, l'entreprise doit rendre l'information facilement accessible par d'autres moyens.</p> <p>L'allégation doit indiquer clairement comment les consommateurs peuvent accéder à ces informations.</p> <p>Dans le cas d'une allégation en ligne, par exemple, l'information doit être accessible par</p>	<p>effectuées sur l'emballage de produits et/ou via d'autres canaux de communication (par exemple des affiches, des panneaux ou des magazines), qui n'ont qu'un espace limité pour les spécifications, l'endroit où se trouve la principale allégation environnementale et les informations complémentaires relatives à celle-ci devraient permettre au consommateur moyen de comprendre le lien entre les deux.</p> <p>Si aucune information complémentaire n'est fournie, ou uniquement de manière peu claire ou ambiguë, l'allégation peut être considérée comme trompeuse, en fonction de l'appréciation des circonstances propres au cas d'espèce.</p>		<p>L'explication et l'ampleur de l'avantage en matière de développement durable sont placées autant que possible à proximité de l'allégation.</p>	<p>expliquer correctement ces avantages.</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		un simple clic sur un lien (et rien de ce qui est fourni par ce lien ne doit contredire l'allégation principale).	De manière générale, lorsqu'il n'existe aucun espace pour préciser l'allégation environnementale, cette allégation ne devrait pas être effectuée.			
<b>Principes applicables à certaines catégories de déclarations spécifiques</b>						
<b>Carboneutralité et compensation des émissions de GES</b>	Les entreprises devraient utiliser des méthodes scientifiques et comptables compétentes et fiables pour quantifier correctement les réductions d'émissions déclarées et s'assurer qu'une réduction soit comptabilisée plus d'une fois.  Il est trompeur d'affirmer, directement ou implicitement, qu'une compensation carbone représente des réductions d'émissions qui ont déjà eu lieu ou	Les entreprises qui font des déclarations sur un objectif « net zéro » ou la neutralité carbone doivent expliquer clairement ce qu'elles font et comment elles le font. Elles doivent indiquer avec précision si (et dans quelle mesure) elles réduisent activement les émissions de carbone générées par la production de leurs produits ou la fourniture de leurs services, ou si elles compensent les émissions par	La compensation des émissions peut être problématique si les crédits carbone sous-jacents présentent une faible intégrité environnementale ou ne sont pas comptabilisés de manière appropriée, de sorte qu'ils ne représentent pas de véritables réductions supplémentaires des émissions.  Les allégations relatives à des absorptions de carbone devraient être authentiques, solides, transparentes, déclarées,	il est interdit pour un annonceur d'affirmer dans une publicité ou d'apposer sur les emballages qu'un produit ou service est « neutre en carbone », à moins qu'il ne présente dans un rapport de synthèse publié sur son site de communication au public en ligne (ou à défaut sur son application mobile) : le bilan des émissions de gaz à effet de serre du produit ou service sur l'ensemble de son cycle de vie, la trajectoire de réduction prévue de ces émissions, ainsi que les modalités de	N'utilisez pas d'affirmations absolues basées sur la compensation des émissions de CO <sub>2</sub> , telles que « neutre pour le climat » ou « net zéro ». Ces types d'affirmations peuvent facilement induire en erreur, même si vous les expliquez.  Utilisez des termes objectifs pour expliquer aux consommateurs ce qu'est la compensation de CO <sub>2</sub> .  Précisez que la compensation du CO <sub>2</sub> ne signifie pas qu'un produit devient moins nocif pour l'environnement, mais que vous compensez les émissions de CO <sub>2</sub> de votre produit en contribuant à certains projets.	Toute affirmation concernant la neutralité carbone doit être fondée sur des faits, prendre en compte l'ensemble du cycle de vie d'un produit et ne doit pas être exagérée.  Ne pas indiquer qu'un produit est neutre en carbone si cela ne s'applique qu'au carbone produit lors de la fabrication du produit – et non à son utilisation et à

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>qui auront lieu dans un avenir immédiat.</p> <p>Pour éviter toute tromperie, les spécialistes du marketing doivent indiquer clairement et de manière visible si la compensation carbone représente des réductions d'émissions qui ne se produiront pas avant deux ans ou plus.</p> <p>Il est trompeur d'affirmer, directement ou implicitement, qu'une compensation carbone représente une réduction d'émissions si la réduction, ou l'activité qui a entraîné la réduction, était requise par la loi.</p>	<p>l'élimination du carbone.</p> <p>En particulier, lorsqu'elles compensent leurs émissions, les entreprises doivent fournir des informations sur le système qu'elles utilisent (qui doit être fondé sur des normes et des mesures reconnues, susceptibles d'être vérifiées de manière objective).</p> <p>Dans le cas contraire, les consommateurs pourraient être induits en erreur et penser que les produits ou les processus eux-mêmes ne génèrent pas (ou peu) d'émissions, alors que ce n'est vraisemblablement pas le cas.</p>	<p>contrôlables, vérifiables, crédibles et certifiées, ne pas nuire aux actions de réduction des émissions à court terme dans les secteurs émetteurs, garantir une additionnalité et assurer une comptabilisation appropriée des absorptions de carbone dans les inventaires nationaux des GES.</p>	<p>compensation des émissions résiduelles.</p> <p>Cette obligation concerne également toute allégation du type « zéro carbone », « avec une empreinte carbone nulle », « climatiquement neutre », « intégralement compensé », « 100 % compensé » ou toute formulation de signification ou de portée équivalente.</p>	<p>Expliquez clairement comment se déroule la compensation du CO2, par exemple en indiquant les projets concernés, la quantité de CO2 compensée et le mode de calcul.</p>	<p>son fonctionnement réels.</p> <p>Lorsque vous annoncez votre participation à un programme de compensation des émissions de carbone ou à d'autres programmes similaires, vous devez également veiller à faire la distinction entre les activités passées et celles qui sont prévues.</p>



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>Par exemple, l'affirmation selon laquelle un véhicule électrique ne produit aucune émission est susceptible d'induire les consommateurs en erreur, ce qui n'est pas le cas de l'affirmation selon laquelle le véhicule ne produit aucune émission "lorsqu'il roule". Il est plus probable que les consommateurs comprennent que l'allégation est limitée à des circonstances particulières (la conduite du véhicule) et que la production et la génération d'énergie pour le recharger peuvent produire des émissions.</p>				
<b>Compensation écologique</b>			Ne pas faire la promotion de la promotion d'une compensation environnementale (tel que planter des arbres	Les allégations de compensation écologique ne doivent pas laisser entendre au consommateur que le		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
<b><sup>8</sup>(autre que les GES)</b>			conditionnellement à la vente d'un produit) si cette compensation aura lieu indépendamment de l'achat.	produit a certaines qualités environnementales, ni que l'intégralité de ses impacts environnementaux a été compensée.  L'opération de compensation doit avoir été effectivement engagée, être quantifiable et vérifiable (exemples : nombre d'arbres plantés, sommes versées à des ONG...), significative eu égard au volume d'affaires dégagé ou prévu pour le produit en cause, et pertinente en termes de bénéfices attendus pour l'environnement.		

<sup>8</sup> Tel que décrit par l'ADEME, « La compensation écologique peut consister en la protection d'espaces naturels, la restauration, la valorisation ou la gestion dans la durée, d'habitats naturels. Les allégations se rapportant à une opération de compensation ne concernent pas les activités de l'entreprise ou le produit, mais un engagement externe du professionnel en faveur de la protection de l'environnement. »

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
<b>Biologique</b>		<p>Affirmer qu'un produit est biologique risque de ne pas répondre aux attentes des consommateurs s'il n'est pas constitué presque exclusivement de composants biologiques.</p> <p>En vertu des normes alimentaires, les produits alimentaires doivent être composés d'au moins 95 % d'ingrédients biologiques pour être étiquetés comme tels. Étiqueter des produits alimentaires "biologiques" alors qu'ils contiennent moins d'ingrédients biologiques serait à la fois illégal en vertu de la législation sur les normes alimentaires et constituerait une publicité mensongère en vertu de la</p>	Voir la section sur les déclarations vagues et génériques.	<p>L'allégation bio pour les produits agricoles et alimentaires est assujettie à un régime spécifique.</p> <p>En aucun cas, le terme bio ne doit servir à valoriser la qualité écologique d'un produit si le produit en question ne répond pas à ces exigences.</p> <p>Le préfixe « bio » est fréquemment utilisé pour qualifier de biosourcé un produit (biocarburants, biométhane, bioplastique, etc.). Ce préfixe ne fait alors pas référence au mode de production de la matière en elle-même (i.e. issu de l'agriculture biologique). Toutefois, en dehors des termes précités consacrés par l'usage, ce préfixe est à éviter lorsqu'il laisse un flou sur la teneur biosourcée du produit, voire sur le sens même du</p>	<p>S'il n'existe pas de règles spécifiques concernant l'utilisation du terme « biologique » pour un produit donné, le principe de base est que la production biologique protège divers intérêts publics tels que l'environnement, la biodiversité, les ressources naturelles et le bien-être des animaux.</p> <p>Dans ce cas, vous ne pouvez affirmer qu'un produit est biologique que si le pourcentage de matières ou d'ingrédients issus de la production biologique certifiée est supérieur à 95 % et que les autres matières ou ingrédients utilisés (c'est-à-dire non biologiques) ne réduisent pas ou ne neutralisent pas les avantages de la production biologique.</p> <p>Si un produit contient moins de 95 % de matières biologiques, vous ne pouvez pas affirmer qu'il est biologique.</p>	

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
		<p>législation sur la protection des consommateurs.</p>		<p>terme (peut-être interprété comme étant un produit issu de l'agriculture biologique ou ayant des caractéristiques de biodégradabilité). Il conviendra alors de préciser le préfixe bio utilisé par des précisions sur le caractère biosourcé du produit.</p> <p>Seuls les produits agricoles certifiés biologiques conformément à la réglementation européenne (cf. règlement (UE) 2018/848) peuvent porter ces logos. Ils attestent que les produits ont été contrôlés à chaque étape de leur élaboration et qu'au moins 95 %, en poids, de leurs ingrédients d'origine agricole sont certifiés biologiques.</p>	<p>Si vous souhaitez néanmoins indiquer aux consommateurs que votre produit est partiellement biologique, vous devez préciser le pourcentage de matières biologiques.</p> <p>S'il n'est pas possible d'indiquer un pourcentage exact, vous pouvez utiliser des fourchettes, par exemple : 60-65 % de coton biologique.</p>	

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>Pour les produits non agricoles et non alimentaires, il n'existe pas de réglementation spécifique. En règle générale, c'est le composant agricole du produit qui doit être qualifié de « bio » : par exemple, ce n'est pas le tee-shirt mais la fibre de coton qui est « bio ».</p> <p>Le principe est que l'utilisation de « bio » pour qualifier ces produits ne doit pas induire le consommateur en erreur.</p> <p>Dans le cas où la mention « bio » découle d'une démarche privée et volontaire, le cahier des charges (référentiel) associé ne doit pas être trompeur pour le consommateur, doit en particulier être certifié par un organisme tiers et</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>prévoir que le produit soit composé d'une part significative d'ingrédients d'origine agricole certifiés biologiques et ne contienne pas ou très peu de substances chimiques de synthèse.</p>		
<p><b>Biosourcé</b></p>				<p>Biosourcé signifie « issu de la biomasse ». Les produits biosourcés (plastiques, matériaux isolants, bois et produits en bois, papier, solvants, produits chimiques intermédiaires, matériaux composites, etc.) sont des produits entièrement ou partiellement issus de la biomasse.</p> <p>Il est essentiel de caractériser la quantité de biomasse contenue dans le produit par le biais de sa teneur biosourcée ou de sa teneur en carbone biosourcé, par exemple.</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>La teneur biosourcée d'un produit ne fournit pas d'informations sur l'impact environnemental ou la durabilité de ce dernier, lesquels peuvent être évalués par une analyse du cycle de vie et selon des critères de durabilité.</p> <p>L'allégation doit inclure une explication concernant le caractère biosourcé du produit, incluant la teneur en matière/carbone biosourcé(e) du produit et/ou son emballage, des précisions sur ce qui est biosourcé; sur la ou les biomasse(s) et/ou la ou les matière(s) biosourcée(s) employée(s) dans le produit; et la nature et si possible l'ampleur des réductions d'impacts environnementaux résultant de la démarche biosourcée.</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
<b>Efficacité énergétique</b>						Les allégations doivent être quantifiées par comparaison avec des critères de référence ou des systèmes d'évaluation existants, ou expliquées de manière détaillée. La mention qu'un produit est "économe en énergie" sans explications supplémentaires est à éviter.
<b>Recyclabilité</b>	Un produit ou un emballage ne doit pas être commercialisé comme étant recyclable, sauf s'il peut être collecté, séparé ou récupéré du flux de déchets par le biais d'un programme de recyclage établi en vue d'être réutilisé ou utilisé	Préciser clairement si les allégations relatives à la recyclabilité du produit concernent l'ensemble du produit, y compris son emballage, ou une partie de celui-ci.  Des instructions sur la manière de recycler le		Pour de nombreux produits, l'allégation est encadrée par décret.  Pour les autres produits qui ne relèvent pas du décret, il est possible de mettre en avant leur recyclabilité en indiquant précisément ce qui est recyclable et les		Les fabricants et les détaillants doivent préalablement vérifier que leur produit peut effectivement être recyclé.  Les consommateurs sont susceptibles de comprendre que



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>dans la fabrication ou l'assemblage d'un autre article.</p> <p>Les commerçants doivent qualifier clairement et de manière visible les allégations de recyclabilité dans la mesure nécessaire pour éviter toute tromperie sur la disponibilité des programmes de recyclage et des sites de collecte pour les consommateurs.</p> <p>Lorsque des installations de recyclage sont disponibles pour une majorité substantielle de consommateurs ou de communautés où l'article est vendu, les spécialistes du marketing peuvent faire des allégations de recyclage non qualifiées. Le terme</p>	<p>produit doivent être fournies.</p>		<p>conditions de l'allégation (collecte ou apport spécifique du déchet, taux de recyclage moyen pratiqué par la filière).</p>		<p>le terme "recyclable" ou les symboles de recyclage sur les produits signifient que le produit est susceptible de finir dans une installation de recyclage. Si ces installations sont très peu nombreuses, si elles n'existent pas du tout ou si elles n'existent que sous la forme d'installations pilotes, l'utilisation de ce terme ou de ces symboles peut être trompeuse.</p> <p>Si le matériau a été récupéré dans le flux de déchets au cours de la fabrication et réutilisé, il convient de le préciser en</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>« majorité substantielle », tel qu'il est utilisé dans ce contexte, signifie au moins 60 %.</p> <p>Lorsque les installations de recyclage ne sont pas accessibles à une majorité substantielle de consommateurs ou de communautés où l'article est vendu, il faut qualifier toutes les allégations de recyclabilité. Il est possible de toujours qualifier les allégations de recyclabilité en indiquant le pourcentage de consommateurs ou de communautés qui ont accès à des installations de recyclage de l'article. Il est également possible d'utiliser des qualifications dont la force varie en fonction</p>					<p>utilisant des termes tels que "matériaux récupérés au cours de la fabrication".</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>de la disponibilité des installations.</p> <p>Plus le niveau d'accès à une installation appropriée est faible, plus le spécialiste du marketing doit insister sur la disponibilité limitée du recyclage pour le produit.</p> <p>Par exemple, si les installations de recyclage sont accessibles à un peu moins d'une majorité substantielle de consommateurs ou de communautés où l'article est vendu, un spécialiste du marketing peut qualifier une allégation de recyclabilité en déclarant : « Ce produit [emballage] n'est peut-être pas recyclable dans votre région » ou « Il n'existe peut-être</p>					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>pas d'installations de recyclage pour ce produit [emballage] dans votre région ». Si les installations de recyclage ne sont accessibles qu'à un petit nombre de consommateurs, les spécialistes du marketing doivent apporter des précisions plus importantes.</p> <p>Par exemple, dans cette situation, un professionnel du marketing peut nuancer son allégation de recyclabilité en déclarant : « Ce produit [emballage] n'est recyclable que dans les quelques communautés qui disposent d'installations de recyclage appropriées. »</p>					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>Les distributeurs peuvent faire des déclarations de recyclabilité non qualifiées pour un produit ou un emballage si l'ensemble du produit ou de l'emballage, à l'exception des composants accessoires mineurs, est recyclable.</p> <p>Pour les articles qui sont partiellement constitués de composants recyclables, les spécialistes du marketing doivent qualifier clairement et de manière bien visible l'allégation de recyclabilité afin d'éviter toute tromperie sur les parties recyclables.</p> <p>Si un composant limite considérablement la possibilité de recycler</p>					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>l'article, toute allégation de recyclabilité est trompeuse.</p> <p>Un article fabriqué à partir de matériaux recyclables mais qui, en raison de sa forme, de sa taille ou d'une autre caractéristique, n'est pas accepté dans les programmes de recyclage, ne doit pas être commercialisé comme étant recyclable.</p> <p>Il est trompeur de déclarer, directement ou implicitement, qu'un article contient du contenu recyclé, à moins qu'il ne soit composé de matériaux récupérés ou détournés du flux de déchets, soit au cours du processus de fabrication (pré-consommation), soit après l'utilisation par le</p>					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>consommateur (post-consommation).</p> <p>Si la source de contenu recyclé comprend des matériaux de pré-consommation, l'annonceur doit avoir la preuve que ces matériaux de pré-consommation seraient autrement entrés dans le flux de déchets.</p> <p>Les déclarations non qualifiées sur le contenu recyclé sont possibles si l'ensemble du produit ou de l'emballage, à l'exception des composants mineurs et accessoires, est fabriqué à partir de matériaux recyclés.</p> <p>Pour les articles partiellement fabriqués à partir de matériaux recyclés, le commerçant doit</p>					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>qualifier l'allégation de manière claire et visible afin d'éviter toute tromperie sur la quantité ou le pourcentage, en poids, de contenu recyclé dans le produit fini ou l'emballage.</p> <p>Pour les produits qui contiennent des composants usagés, reconditionnés ou refabriqués, l'entreprise doit qualifier de manière claire et visible l'allégation relative au contenu recyclé afin d'éviter toute tromperie sur la nature de ces composants. Une telle qualification n'est pas nécessaire lorsqu'il est clair pour des consommateurs raisonnables, d'après le contexte, que le contenu recyclé d'un produit est constitué de</p>					



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	composants usagés, reconditionnés ou remis à neuf.					
<b>Naturel</b>				<p>Naturel fait référence à un produit ou une partie du produit peu transformé proche de son état d'origine</p> <p>Si le produit est qualifié de naturel, il doit contenir au moins 95 % de composants naturels. En dessous de ce seuil de 95 %, seuls les composants peuvent être qualifiés de naturels (par exemple : « peinture à base d'huile végétale naturelle »). Il est préférable, quel que soit le ratio, de préciser la composition du produit et les composants dits « naturels », selon la doctrine élaborée par</p> <p>L'entreprise doit pouvoir justifier de la nature et du pourcentage des</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>substances naturelles composant le produit.</p> <p>Un produit ou une partie du produit ou de l'emballage peut être d'origine végétale (ou animale ou minérale), sans pour autant être naturel, et vice-versa.</p> <p>Par exemple, un plastique biosourcé peut être issu d'un processus de transformation chimique complexe, ne permettant pas de le qualifier de naturel.</p> <p>Il est possible de mentionner l'origine ou le caractère végétal, animal ou minéral sur un produit pour qualifier tout ou partie du produit ou de l'emballage, sans pour autant signifier que le produit est naturel.</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
<b>Énergie verte ou renouvelable</b>	<p>Un commerçant ne doit pas faire d'allégations non qualifiées sur les énergies renouvelables, directement ou implicitement, si un combustible fossile ou de l'électricité dérivée d'un combustible fossile est utilisé pour fabriquer une partie de l'article annoncé (incluant l'emballage) ou pour alimenter une partie du service annoncé, à moins que le commerçant n'ait associé cette utilisation d'énergie non renouvelable à des certificats d'énergie renouvelable.</p> <p>Le cas échéant, le commerçant doit indiquer clairement et de manière visible le pourcentage d'énergie renouvelable qui a alimenté les processus</p>		<p>Une allégation "grâce à 100 % d'énergie renouvelable" peut être trompeuse si elle ne précise pas que l'énergie renouvelable n'a été utilisée qu'à un stade donné du cycle de vie du produit.</p>	<p>L'allégation doit être suffisamment explicite pour que le consommateur comprenne bien qu'il s'agit de l'énergie ayant servi à la fabrication du produit et ne pas confondre avec l'énergie nécessaire à l'utilisation du produit.</p> <p>La proportion de ces énergies dans le processus d'élaboration du produit doit être substantielle au regard du cycle de vie du produit.</p> <p>Indiquer la nature des énergies renouvelables utilisées et la proportion globale d'énergie renouvelable utilisée dans le processus d'élaboration du produit.</p> <p>Le professionnel doit être en mesure d'apporter des éléments permettant de</p>		<p>Veillez à ce que toutes les déclarations concernant le coût, les quantités fournies ou les avantages associés soient véridiques et correctes.</p> <p>Par exemple, une entreprise qui annonce son énergie comme étant « verte » ou « renouvelable » doit indiquer le pourcentage d'énergie obtenue à partir de sources renouvelables s'il est inférieur à 100 %.</p>

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>de fabrication importants impliqués dans la fabrication du produit ou de l'emballage.</p> <p>À moins que les professionnels du marketing ne disposent de preuves pour toutes leurs allégations expresses et raisonnablement implicites, ils doivent qualifier clairement et de manière évidente leurs allégations relatives aux énergies renouvelables. Par exemple, les professionnels du marketing peuvent minimiser le risque de tromperie en spécifiant la source de l'énergie renouvelable (par exemple, l'énergie éolienne ou solaire).</p>			<p>garantir l'utilisation effective d'énergies renouvelables dans le processus d'élaboration du produit (par exemple, la souscription d'un contrat de fourniture d'électricité « verte »)</p> <p>La fourniture d'énergie d'origine renouvelable peut être présentée comme une offre d' « énergie verte ». Le fournisseur doit prouver que l'énergie d'origine renouvelable (électricité, biométhane, chaleur biomasse...) est bien celle contractualisée par le client auprès de son fournisseur.</p> <p>Plusieurs dispositifs permettent d'assurer la traçabilité de l'origine de l'énergie renouvelable : les garanties d'origine (GO), les power purchase agreements (PPA), les</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	Si un commercialisateur produit de l'électricité renouvelable mais vend des certificats d'énergie renouvelable pour la totalité de cette électricité, il serait trompeur pour lui de déclarer, directement ou implicitement, qu'il utilise de l'énergie renouvelable.			certificats de production de biogaz (CPB) et l'autoconsom- mation.		
<b>Exclusion (par ex. sans « X » substance)</b>	Il est trompeur de déclarer, directement ou implicitement, qu'un produit, un emballage ou un service est exempt d'une substance ou qu'il n'en contient pas ou n'en utilise pas. De telles allégations doivent être assorties de qualifications claires et évidentes.  Une allégation véridique selon laquelle un produit, un emballage ou un service est		Les professionnels ne devraient pas alléguer qu'un produit est exempt de certaines substances si ces substances sont déjà interdites par la législation.	Cette allégation ne doit pas être employée si la substance est interdite, n'a jamais été utilisée, ou n'est plus utilisée dans la famille de produits concernés.		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>exempt d'une substance ou n'en contient pas ou n'en utilise pas peut néanmoins être trompeuse si : (1) le produit, l'emballage ou le service contient ou utilise des substances qui présentent des risques environnementaux identiques ou similaires à ceux de la substance absente ; ou (2) la substance n'a pas été associée à la catégorie de produits.</p> <p>Selon le contexte, une allégation "exempt" ou "ne contenant pas" est appropriée même pour un produit, un emballage ou un service qui contient ou utilise une substance à l'état de trace si : (1) le niveau de la substance spécifiée n'est pas</p>					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>supérieur à celui que l'on trouverait en tant que contaminant à l'état de trace reconnu;</p> <p>(2) la présence de la substance ne cause pas de dommage matériel que les consommateurs associent généralement à cette substance ; et</p> <p>(3) la substance n'a pas été ajoutée intentionnellement au produit.</p>					
<b>Compost</b>	<p>Un commerçant affirmant qu'un article est compostable doit disposer de preuves scientifiques compétentes et fiables que toutes les matières contenues dans l'article se décomposeront en compost utilisable (par exemple, matériau de conditionnement du sol, paillis) ou en feront partie d'une manière sûre et rapide (c'est-à-dire à peu près en</p>	<p>Si un produit n'est biodégradable ou compostable que dans certaines conditions, par exemple s'il nécessite un équipement spécialisé ou des processus qui ne sont pas couramment utilisés, il convient de l'expliquer.</p>	<p>Des allégations relatives à la « compostabilité » d'un produit placées sur l'emballage de celui-ci sont susceptibles d'être trompeuses si le produit n'est compostable que par des moyens industriels et si l'emballage ne précise pas les actions que le consommateur doit entreprendre pour que le produit soit composté.</p>	<p>Les allégations sont encadrées par décret pour certains produits.</p> <p>Pour les autres produits, la mention compostable est interdite si le produit est uniquement compostable en unité industrielle.</p> <p>Pour les plastiques, la norme de référence pour la compostabilité domestique NF T51-800 (2015) est préconisée.</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>même temps que les matières avec lesquelles il est composté) dans une installation de compostage appropriée, ou dans un tas ou un dispositif de compostage à domicile.</p> <p>Une entreprise doit qualifier de manière claire et visible les allégations de compostabilité dans la mesure nécessaire pour éviter toute tromperie si : (1) l'article ne peut pas être composté en toute sécurité ou en temps voulu dans un tas ou un dispositif de compostage domestique ; ou (2) l'allégation induit en erreur les consommateurs raisonnables quant au bénéfice</p>			<p>Pour un produit contenant du plastique, il faut s'assurer que c'est bien l'ensemble du produit qui est compostable et pas uniquement le polymère considéré.</p>		



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>environnemental apporté par l'élimination de l'article dans une décharge.</p> <p>Afin d'éviter toute tromperie sur la disponibilité limitée des installations de compostage municipales ou institutionnelles, une entreprise doit qualifier de manière claire et visible les allégations de compostage si de telles installations ne sont pas disponibles pour une majorité substantielle de consommateurs ou de communautés où l'article est vendu.</p>					
<p><b>Dépolluant, assainissant, purifiant</b></p>				<p>Cette allégation est habituellement utilisée pour qualifier des produits, matériaux et plantes revendiquant une diminution dans l'air du niveau d'un ou plusieurs polluants (sous forme de</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>gaz, particule, ou biologique).</p> <p>L'allégation est à utiliser si des tests et méthodes scientifiquement robustes ont pu démontrer des résultats significatifs pour des conditions d'applications bien précises, et ce, en l'absence de tests ou méthodes normalisés ou reconnus réglementairement.</p> <p>L'allégation ne devrait être utilisée que si la démonstration de l'effet d'amélioration de la qualité de l'air est faite dans des conditions d'usage réel. Le professionnel doit préciser l'effet lié à l'utilisation du produit.</p>		
<b>Dégradabilité</b>	Une entreprise faisant une allégation non qualifiée de dégradable doit disposer de preuves					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>scientifiques compétentes et fiables que l'article entier se décomposera complètement et retournera à la nature (c'est-à-dire qu'il se décomposera en éléments présents dans la nature) dans un délai raisonnablement court après l'élimination habituelle.</p> <p>Il est trompeur de faire une déclaration de dégradation non qualifiée pour des articles entrant dans le flux de déchets solides si ces articles ne se décomposent pas complètement dans un délai d'un an après leur élimination habituelle.</p> <p>Les allégations de dégradabilité non qualifiée pour les articles qui sont</p>					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>habituellement éliminés dans des décharges, des incinérateurs et des installations de recyclage sont trompeuses parce que ces lieux ne présentent pas les conditions nécessaires à une décomposition complète en un an.</p> <p>Les allégations de dégradabilité doivent être qualifiées de façon claire et visible dans la mesure nécessaire pour éviter toute tromperie sur : 1) la capacité du produit ou de l'emballage à se dégrader dans l'environnement où il est habituellement éliminé ; et 2) la vitesse et l'étendue de la dégradation.</p>					
<b>Non-toxique</b>	Une allégation de non-toxicité laisse entendre qu'un produit, un					

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>emballage ou un service n'est pas toxique pour l'homme et pour l'environnement en général.</p> <p>Par conséquent, les entreprises qui font des allégations de non-toxicité doivent disposer de preuves scientifiques compétentes et fiables attestant que le produit, l'emballage ou le service n'est pas toxique pour l'homme et pour l'environnement, ou doivent qualifier leurs allégations de manière claire et visible afin d'éviter toute tromperie.</p>					
<b>Écoconçu</b>				<p>L'écoconception vise l'intégration des caractéristiques environnementales dans la conception du produit en vue d'améliorer sa performance environnementale tout au long de son cycle de vie.</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>Les impacts et aspects environnementaux significatifs sur l'ensemble du cycle de vie du produit doivent être pris en compte.</p> <p>L'entreprise doit être en mesure de fournir des éléments pertinents, mesurables, vérifiables et concrets démontrant qu'elle a mis en place une démarche d'écoconception relative au produit considéré. Ce peut être, par exemple, une étude de mise en œuvre d'actions d'amélioration du produit sur les impacts significatifs du produit, la certification par un label environnemental, etc.)</p> <p>L'entreprise doit préciser si c'est le produit ou l'emballage qui est écoconçu. À défaut de précision, le terme éco-</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>conçu vise le produit ET son emballage.</p> <p>L'entreprise doit également préciser les principales caractéristiques environnementales du produit et/ou de son emballage et la nature et l'ampleur des réductions d'impacts environnementaux résultant de la démarche d'éco-conception.</p> <p>Seuls les impacts environnementaux significatifs sur l'ensemble du cycle de vie du produit doivent être pris en compte.</p>		
<b>Matériaux renouvelables</b>	À moins que les commerçants ne disposent d'une justification pour toutes leurs allégations expresses et raisonnablement implicites, ils doivent			Une matière première d'origine renouvelable peut se définir comme une matière issue du monde végétal ou animal et dont le renouvellement, avec ou sans intervention de l'homme, compense		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	<p>qualifier de façon claire et évidente leurs allégations relatives aux matières renouvelables.</p> <p>Les entreprises peuvent minimiser le risque d'allégations implicites involontaires en identifiant le matériau utilisé et en expliquant pourquoi le matériau est renouvelable.</p> <p>Les entreprises doivent également qualifier toute allégation telle que « fabriqué à partir de matériaux renouvelables », à moins que le produit ou l'emballage (à l'exception des composants mineurs et accessoires) ne soit entièrement fabriqué à partir de matériaux renouvelables.</p>			<p>quantitativement et qualitativement la disparition naturelle et le prélèvement effectué par l'homme.</p> <p>Les matières premières d'origine renouvelable sont notamment utilisées comme substituts aux dérivés du pétrole dans les secteurs de la chimie (huiles pour moteurs, encres d'imprimerie, produits cosmétiques et de nettoyage), des matériaux (emballage, isolation), de l'énergie (biocarburants).</p> <p>L'allégation ne doit pas induire le consommateur en erreur en assimilant de manière automatique l'origine renouvelable de la matière première à un impact réduit sur l'environnement par rapport aux produits de la même famille.</p>		



Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				<p>L'allégation doit indiquer ce qui est composé de matière renouvelable. Sans précision, ce terme vise le couple produit/emballage.</p> <p>L'allégation doit également indiquer la nature de la matière renouvelable utilisée et sa proportion dans le produit fini ou l'emballage (par exemple : sac plastique composé à 80 % d'amidon de maïs).</p>		
<b>Réutilisable / rechargeable</b>	Un commerçant ne doit pas faire d'allégation de remplissage sans réserve, à moins qu'il ne fournisse les moyens de remplir l'emballage. Le commerçant peut soit fournir un système de collecte et de remplissage de l'emballage, soit proposer à la vente un produit que les			Pour certains emballages ménagers, la divulgation d'information sur le réemploi est encadrée par décret. Ces emballages sont considérés comme réemployables uniquement s'il sont conçus pour faire l'objet d'au moins une deuxième utilisation, de façon non cumulative : (i) pour un usage de même nature		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
	consommateurs peuvent acheter pour remplir l'emballage d'origine.			<p>que celui pour lequel il a été conçu, et dont le réemploi ou la réutilisation est organisé par ou pour le compte du producteur ; ou (ii) en étant rempli au point de vente dans le cadre de la vente en vrac, ou à domicile s'il s'agit d'un dispositif de recharge organisé par le producteur est réputé être réemployé.</p> <p>Pour les autres produits, il est possible de mettre en avant le caractère réutilisable ou réutilisable du produit, notamment en s'appuyant sur la capacité effective d'allonger la durée de vie du produit de manière significative et sans altération du produit au fil de son usage.</p> <p>Les allégations doivent préciser les conditions d'utilisation du produit pour le consommateur</p>		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				pour que le produit une fois utilisé soit effectivement réemployable ou réutilisable, incluant le nombre d'utilisations conseillé du produit.		
<b>Réduction à la source</b>	Les commerçants doivent qualifier clairement et de manière visible les allégations de réduction à la source dans la mesure nécessaire pour éviter toute tromperie sur l'importance de la réduction à la source et sur la base de toute comparaison.					
<b>Réparable</b>				Si la réparabilité concerne une sous-composante du produit, l'allégation doit le préciser. L'allégation doit également préciser les conditions de réparabilité du produit.  De plus, le professionnel ne doit pas laisser entendre que le produit		

Pratique	États-Unis <sup>1</sup>	Royaume-Uni <sup>2</sup>	Union européenne <sup>3</sup>	France <sup>4</sup>	Pays-Bas <sup>5</sup>	Australie <sup>6</sup>
				n'a pas ou peu d'impact sur l'environnement		

