



Centre du
Commerce
International



APERÇU GÉNÉRAL

Lignes directrices concernant l'information sur les impacts environnementaux, sociaux et économiques des produits

Les présentes *lignes directrices concernant l'information sur la durabilité des produits* offrent aux professionnels de la chaîne de valeur et du secteur public des orientations claires en vue de donner aux consommateurs des informations pertinentes et fiables sur la durabilité des produits (NB : on entend ici par « durabilité » ce qui est relatif au développement durable). Elles sont applicables à toutes les régions et aux entreprises de toutes tailles. L'un des objectifs à long terme est de créer des conditions égales pour la formulation d'informations sur la durabilité des produits et la révision de ces informations lorsqu'elles existent.

En dernier ressort, ces lignes directrices visent à autonomiser les consommateurs afin qu'ils puissent faire des choix éclairés et durables quand ils acquièrent, utilisent et jettent les produits.

Les lignes directrices définissent des conditions à remplir (Principes fondamentaux) et encouragent, à plus long terme, l'ambition, les perspectives d'amélioration et l'esprit d'initiative en matière de durabilité (Principes incitatifs). Les affirmations accompagnant ces principes expliquent à l'utilisateur comment améliorer ses communications à l'intention des consommateurs.

Le souci principal des présentes lignes directrices est l'information du consommateur. Il ne s'agit pas pour autant de faire porter aux seuls consommateurs l'entière responsabilité de l'atténuation des effets délétères de la fabrication et de la consommation de produits sur la société et l'environnement. Une consommation et une production durables ne sont possibles que si toutes les parties prenantes de la chaîne de valeur assument leur part de responsabilité et s'engagent à agir de manière plus respectueuse de l'environnement et de la société.

PRINCIPES FONDAMENTAUX



FIABILITÉ

Formuler ses affirmations sur la base d'informations fiables

- Présenter des informations exactes et vérifiées scientifiquement
- Veiller à leur solidité et à leur cohérence
- S'appuyer sur des données et des postulats étayés



PERTINENCE

Mettre en avant les améliorations importantes dans des domaines essentiels

- Faire ressortir les éléments essentiels (« points névralgiques »)
- Ne pas cacher les faibles performances d'un produit
- Mentionner les retombées bénéfiques réelles au-delà de la conformité avec les règles en vigueur



CLARTÉ

Faire en sorte que l'information soit utile au consommateur

- Faire en sorte qu'il y ait un lien exclusif et direct entre l'indication donnée et le produit
- Formuler un énoncé explicite et facile à comprendre
- Indiquer clairement les limites de cet énoncé



TRANSPARENCE

Satisfaire l'appétit d'information du consommateur et ne rien cacher

- Publier les noms des auteurs des informations et des éléments de preuve
- Permettre une traçabilité de l'information (indiquer les méthodes, sources, etc. utilisées pour la formuler)
- Rendre les informations confidentielles accessibles aux organismes compétents



ACCESSIBILITÉ

Faire en sorte que l'information parvienne au consommateur sans que celui-ci ait besoin de la chercher

- Assurer la visibilité de l'information : qu'elle soit facilement trouvable
- Assurer la facilité d'accès à l'information : que celle-ci se trouve à proximité du produit, au moment et à l'endroit où elle est nécessaire

PRINCIPES INCITATIFS

TROIS DIMENSIONS DU DEVELOPPEMENT DURABLE

Montrer tous les aspects de la durabilité des produits

- Prendre en compte les dimensions environnementale, sociale et économique
- Éviter d'utiliser les diverses dimensions de la durabilité pour écarter ses responsabilités
- Combiner plusieurs modes de certification complémentaires



CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS ET INCIDENCE À PLUS LONG TERME

Aider à passer de l'information à l'action

- Appliquer les idées développées par la science comportementale
- Encourager activement les consommateurs à jouer un rôle dans les actions entreprises, le cas échéant
- Construire une relation à long terme avec le consommateur



APPROCHE DIVERSIFIÉE ET INNOVANTE

Dialoguer avec les consommateurs par de multiples moyens

- Utiliser des moyens de communication variés et complémentaires
- Cibler différents groupes d'utilisateurs en fonction des modes de communication
- Faire en sorte que les informations fournies se complètent et non qu'elles surchargent le consommateur



COLLABORATION

Collaborer avec d'autres acteurs afin d'accroître le sentiment d'adhésion et la crédibilité

- Faire participer un vaste éventail de parties prenantes à l'élaboration des contenus et à la communication
- Recourir à des voies de communication communes
- Utiliser un langage inclusif pour que les consommateurs ressentent qu'ils font partie d'un mouvement



COMPARABILITÉ

Aider les consommateurs à choisir entre des produits similaires

- Effectuer des comparaisons de produits étayées par des preuves et utiles au consommateur
- Suivre les démarches gouvernementales ou autres
- Suivre les orientations spécifiques



PUBLIC CIBLE

 Secteur privé : producteurs, fabricants, distributeurs, revendeurs et acheteurs, installations de recyclage et de gestion des déchets et des ressources

 Professionnels du marketing et de la publicité

 Systèmes de labels et de normes de développement durable à caractère volontaire

 Fonctionnaires (y compris relevant des collectivités locales et régionales) et acheteurs du secteur public

 Syndicats, associations professionnelles du secteur commercial ou industriel

 Organisations de consommateurs, organisations environnementales et autres organisations de la société civile

 Autorités de surveillance des marchés

Appliquer les lignes directrices pour rédiger les informations sur la durabilité d'un produit

Comparer/ adapter aux lignes directrices les systèmes et politiques d'information (à venir) sur la durabilité des produits

Vérifier la qualité des informations sur la durabilité des produits au regard des Directives

PROCESSUS D'ÉLABORATION ET PROCHAINES ÉTAPES

Les présentes lignes directrices se fondent sur des orientations nationales, régionales et sectorielles bien établies. Elles ont été élaborées dans le cadre d'un processus international visant un consensus, sous l'égide du programme d'information du consommateur pour une consommation et une production durables (CI-SCP) du Cadre Décennal de Programmation concernant les modes de Consommation et de Production Durables (10YFP). Entre juin 2015 et octobre 2017, afin d'élaborer ces lignes directrices, ONU-Environnement et le Centre du commerce international ont constitué un groupe de travail composé de plus de 35 experts de différents secteurs et de différentes régions, qui ont tenu à cet effet plusieurs réunions électroniques et un atelier présentiel. Les observations adressées par plus de 90 organisations dans le cadre d'une consultation mondiale de deux mois ont également joué un rôle essentiel dans le processus d'élaboration. Les lignes directrices font l'objet en 2017 d'une première mise à l'essai pratique auprès d'organisations de différents secteurs et de différentes régions.

La présente publication constitue l'un des aboutissements du 10YFP, plateforme mondiale destinée à favoriser la fourniture d'informations de qualité sur les biens et les services en vue d'aider et de pousser les consommateurs à consommer de manière plus respectueuse du développement durable.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur la page suivante : www.scpclearinghouse.org/consumer-information-scp ou adressez un courrier électronique à l'adresse ci-après : ciscp@un.org.

Soutenu par :



Ministère fédéral
de l'Environnement, de la Protection de la Nature,
de la Construction et de la Sécurité nucléaire

en vertu d'une décision du
Parlement de la République fédérale d'Allemagne