



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA RELANCE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Conseil national
de la consommation**

Groupe de travail

Amélioration de la lisibilité de l'étiquetage des produits ménagers destinés aux consommateurs



©freepik.com

RAPPORT

NOR : ECOC2120355P

Du 1^{er} juillet 2021

Présidence

M. Xavier BOUTON

Chef du bureau des produits industriels (5A)

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)

Rapporteurs

Au titre du collège des associations de défense des consommateurs

Confédération nationale du logement (CNL) représentée par

M. Eddie JACQUEMART

Au titre du collège des organisations professionnelles et entreprises assurant des missions de service public

Mouvement des Entreprises de France (MEDEF) représenté par

Mme. Marie ZIMMER (France Chimie)

SOMMAIRE

1.	CONTEXTE.....	3
2.	MANDAT	3
3.	ORGANISATION DES TRAVAUX	4
4.	AUDITIONS	5
4.1	ÉLÉMENTS DE CONTEXTE RELATIFS À L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS MÉNAGERS	5
4.2	MISE EN PLACE ÉVENTUELLE D'UN ÉTIQUETAGE SIMPLIFIÉ.....	5
4.3	BONNES PRATIQUES AU NIVEAU NATIONAL / EUROPÉEN EN MATIÈRE D'INFORMATION ET/OU DE FORMATION.....	6
5.	CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS DU GROUPE DE TRAVAIL	6
5.1	POINTS DE DÉSACCORD	6
5.2	POINTS DE CONVERGENCE IDENTIFIÉS AU COURS DES TRAVAUX DU GT	9
6.	ANNEXES.....	11

1. CONTEXTE

Dans le cadre des travaux d'élaboration du 4^{ème} plan national santé environnement (PNSE4), des réflexions ont été lancées dès 2019 sur la lisibilité de l'étiquetage des produits chimiques, en particulier des produits ménagers (produits d'entretien et de nettoyage, y compris les produits désinfectants) destinés aux consommateurs.

En effet, les Français sont de plus en plus attentifs à la qualité, l'origine et la composition de ce qu'ils achètent, notamment en ce qui concerne les risques associés à certaines substances chimiques.

Dès lors, une bonne information des consommateurs sur la composition de ces produits et sur les bonnes pratiques d'utilisation est essentielle.

Or, les étiquetages des produits ménagers sont, selon certaines études, méconnus et peu lus et des cas d'intoxication liés à des mésusages ont, par ailleurs, été signalés aux centres antipoison dans le cadre de la crise sanitaire liée au COVID-19.

Dans ce contexte, il est apparu nécessaire qu'une réflexion sur l'amélioration de la lisibilité de l'étiquetage des produits ménagers destinés aux consommateurs, associant l'ensemble des parties prenantes (associations de défenses des consommateurs, organisations professionnels, administrations concernées), soit menée dans le cadre d'un groupe de travail du Conseil National de la Consommation.

2. MANDAT

Le mandat adopté le 25 juin 2020 fixe les missions suivantes au groupe de travail :

- ✓ Rappeler les dispositions réglementaires françaises, européennes ou internationales applicables en matière d'étiquetage de ces produits.
- ✓ Établir un diagnostic des difficultés rencontrées par les consommateurs dans la compréhension et la mise en œuvre des informations indiquées sur les étiquetages de ces produits.
- ✓ Auditionner l'ANSES, en tant que coordonnateur du réseau des centres antipoison, pour présenter un retour d'expérience sur les cas de mésusages de ces produits.
- ✓ Réaliser un recensement des initiatives internationales auprès d'un ou plusieurs pays pour identifier des bonnes pratiques.
- ✓ Effectuer un point sur les réflexions en cours au niveau européen sur les réglementations applicables en la matière.
- ✓ Évaluer les informations pertinentes à faire figurer sur l'étiquette (pertinence vis-à-vis de l'acte d'achat ou de l'utilisation) et identifier toute initiative qui viserait à améliorer la lisibilité des étiquetages pour les consommateurs.
- ✓ Étudier l'opportunité de mettre en place un code couleur simple sur ces produits.
- ✓ Proposer, en conséquence, des mesures en matière d'amélioration de la lisibilité des étiquetages de ces produits pour accompagner les consommateurs dans leur choix et leur utilisation de ces produits. Ces mesures pourront prendre la forme d'un guide et/ou de recommandations.

Le mandat précise également que :

- ✓ Les produits, objet du groupe de travail, sont les produits ménagers (produits d'entretien et de nettoyage, y compris les produits désinfectants) destinés aux consommateurs. Les produits ne relevant pas de ces catégories sont exclus du périmètre du groupe de travail.

- ✓ Le ministère de la transition écologique, le ministère des solidarités et de la santé et le ministère du travail, de l'emploi et de l'insertion seront associés à ces travaux.

Le ministère de la transition écologique et le ministère des solidarités et de la santé sont en effet co-pilotes du PNSE4. Le ministère de la transition écologique, ainsi que le ministère du travail, de l'emploi et de l'insertion et le ministère de l'économie, des finances et de la relance, sont par ailleurs les autorités compétentes au niveau national pour certaines réglementations applicables aux produits ménagers. L'ensemble de ces ministères ont effectivement été associés aux travaux du groupe de travail.

- ✓ Les travaux devront être achevés au plus tard le 31 décembre 2020.

Du fait notamment de l'impact de la crise sanitaire de la COVID-19, cette échéance n'a finalement pas pu être respectée ; il a été convenu de façon consensuelle entre les deux collègues de poursuivre les travaux en tant que de besoin au cours du 1^{er} semestre 2021.

3. ORGANISATION DES TRAVAUX

Le groupe de travail s'est réuni à 7 reprises entre octobre 2020 et mai 2021.

En cohérence avec le mandat de ce groupe, ses travaux ont été organisés en plusieurs phases :

- Les différents éléments de contexte relatifs à l'étiquetage des produits ménagers ont été abordés au travers des 2 premières réunions : présentation du cadre réglementaire applicable (lors de la réunion d'installation du groupe de travail) puis diagnostic des difficultés rencontrées par les consommateurs.
- Une réunion a ensuite été consacrée à la mise en place éventuelle d'un étiquetage simplifié (la seconde réunion prévue sur cette thématique ayant finalement été annulée, à la suite d'un accord entre les deux collègues).
- Deux réunions ont également porté sur l'identification des bonnes pratiques au niveau national/européen en matière d'information et/ou de formation.
- Enfin, des échanges sur les recommandations du groupe de travail en matière d'amélioration de la lisibilité des étiquetages de ces produits pour accompagner les consommateurs dans leur choix et leur utilisation de ces produits, ainsi que sur la finalisation de l'avis du groupe de travail et du rapport associé ont été menés à l'occasion des deux dernières réunions.

Divers échanges et débats relatifs à la liste des produits entrant dans le périmètre des travaux du groupe ont eu lieu à l'occasion de ses deux premières réunions. Le périmètre établi par les deux collègues est le suivant :

- entretien du linge ;
- entretien des surfaces ;
- entretien des sanitaires ;
- entretien de la vaisselle ;
- insecticides/répulsifs/rodenticides ;
- désodorisants d'atmosphère.

Du fait de l'intégration des rodenticides dans le périmètre des travaux, alors qu'aucun représentant du collège des organisations professionnelles ne couvrait cette catégorie de produits, le président du groupe de travail a, en accord avec les rapporteurs des deux collèges, invité l'Union professionnelle des entreprises pour la Protection des Jardins et des espaces publics (UPJ) à participer aux travaux du groupe en tant que personnalité qualifiée.

4. AUDITIONS

Le programme de travail détaillé du groupe de travail, reprenant la liste des personnes auditionnées, est présenté en annexe 2.

4.1 ÉLÉMENTS DE CONTEXTE RELATIFS À L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS MÉNAGERS

A l'occasion de la réunion d'installation du groupe de travail, le cadre réglementaire complexe applicable aux produits ménagers a été présenté, au travers de 3 interventions :

- Présentation du règlement (CE) n° 1272/2008 relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances chimiques et des mélanges, dit règlement CLP, par la Direction Générale du Travail.
- Présentation des règlements (CE) n° 1907/2006 concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances, dit règlement REACH, et (UE) n° 528/2012 du 22 mai 2012 concernant la mise à disposition sur le marché et l'utilisation des produits biocides, dit règlement « Biocides », ainsi que des décrets d'application de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, dite loi AGECE, portant sur les produits ménagers par la Direction Générale de la Prévention des Risques.
- Présentation du règlement (CE) n° 648/2004 du 31 mars 2004 relatif aux détergents, dit règlement « Détergents », par la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes. Cette dernière présentation a été complétée lors de la seconde réunion du groupe de travail par un retour sur la réunion du groupe de travail européen sur les détergents du 21 octobre 2020.

Un diagnostic des difficultés rencontrées par les consommateurs a ensuite été effectué lors de cette seconde réunion, au travers d'une double audition de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES), concernant à la fois le retour d'expérience sur les cas de mésusages de ces produits (en tant que en tant que coordonnateur du réseau des centres antipoison), mais aussi les résultats de son étude « Pesti'Home ». Cette audition a été complétée par une présentation de l'étude menée par l'AISE (Association Internationale de la Savonnerie, de la détergence et des produits d'Entretien) sur l'étiquetage des produits ménagers.

Ces différentes auditions ont confirmé que les consommateurs rencontrent aujourd'hui des difficultés dans la compréhension et la mise en œuvre des informations présentes sur les étiquetages des produits ménagers, comme anticipé par le mandat du groupe du travail.

La Confédération nationale du logement (CNL) a enfin présenté, à l'occasion d'une réunion suivante du groupe de travail, les résultats de l'étude lancée en parallèle de ses travaux, qui ont largement confirmé ce diagnostic.

4.2 MISE EN PLACE ÉVENTUELLE D'UN ÉTIQUETAGE SIMPLIFIÉ

Après une présentation de la charte du nettoyage durable portée par les professionnels du secteur des produits ménagers, la troisième réunion du groupe a permis d'étudier l'opportunité de mettre en place un code couleur simple sur ces produits. Ont été auditionnés dans ce cadre la Direction générale de la santé, sur la démarche de mise en place du Nutriscore pour les produits alimentaires, ainsi que l'Institut national de la consommation (INC) concernant sa proposition d'étiquetage simplifié « Ménag'score® ».

Les échanges ayant eu lieu lors de cette réunion ont laissé apparaître l'absence de consensus entre les deux collègues sur la mise en place d'un score sous forme de code couleur simple, désaccord qui a été confirmé à l'occasion des réunions suivantes du groupe de travail.

4.3 BONNES PRATIQUES AU NIVEAU NATIONAL / EUROPÉEN EN MATIÈRE D'INFORMATION ET/OU DE FORMATION

En complément des présentations effectuées précédemment relatives à l'étiquetage des produits ménagers, les initiatives des fabricants en matière d'étiquetage (pictogrammes volontaires) ont été détaillées par l'AISE au début de la quatrième réunion du groupe de travail

Dans le cadre des travaux d'identification de bonnes pratiques d'information et/ou de formation auxquels cette réunion ainsi que la suivante étaient consacrées, deux applications différentes ont été présentées : l'application « Quelproduit » par l'Union fédérale des consommateurs - Que Choisir (UFC - Que Choisir) puis l'application « Mon Expert propreté » par l'Association professionnelle des industries de la détergence des produits d'entretien et des produits d'hygiène industrielle (AFISE).

Des représentants de Santé Publique France et de l'Office fédéral suisse de la santé publique ont par ailleurs été auditionnés, respectivement concernant le site Agir pour Bébé et la campagne d'information relative à la lecture des étiquettes des produits chimiques du quotidien effectuée en Suisse.

La démarche des autorités suisses dans le cadre de cette dernière campagne d'information a notamment fait l'objet d'un intérêt marqué de la part des deux collègues.

5. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS DU GROUPE DE TRAVAIL

Les échanges entre les deux collègues, à l'occasion des deux dernières réunions du groupe de travaux et de deux échanges entre les rapporteurs et le président, ont fait apparaître trois principaux points de désaccord qui n'ont pas permis d'aboutir à un avis consensuel entre les deux collègues, avis qui aurait dû inclure des recommandations communes en matière d'amélioration de la lisibilité des étiquetages de ces produits pour accompagner les consommateurs dans leur choix et leur utilisation de ces produits, ainsi que des actions relatives à des campagnes d'information.

5.1 POINTS DE DÉSACCORD

Concernant l'opportunité de mettre en place un affichage simplifié, en l'état actuel des discussions et compte tenu des travaux en cours au niveau législatif et réglementaire, ainsi que dans d'autres instances ministérielles, les deux collègues ne partagent pas les mêmes avis :

- Constatant un manque d'information à l'achat, le collège des associations de défense des consommateurs s'est concentré sur cette étape de la consommation.

Afin de guider le consommateur lors de son choix à l'achat, le collège des associations de défense des consommateurs souligne qu'un code couleur, tel que le « Ménag'score® » proposé par l'INC, serait intéressant pour pallier l'écueil que constitue ce manque d'information. Près de 40 000 signataires de la pétition lancée par l'INC plébiscitent ainsi cette méthode de notation basée sur l'évaluation du risque toxicologique global d'un produit en combinant les risques sur la santé et sur l'environnement.

Pour le collège des associations de défense des consommateurs, il s'agit bien d'une attente des ménages, qui sont de plus en plus sensibles à ces questions sanitaires et écologiques. Cette méthode classant les produits de A en vert, pour les plus vertueux, à E en rouge a le mérite, selon elles, d'être très pédagogique, facile à comprendre pour les adultes comme pour les enfants, et a fait ses preuves avec le Nutriscore, le diagnostic de performance énergétique ou encore l'étiquette énergie pour l'électroménager ; ainsi, les consommateurs se sont habitués à cette classification, qui se banalise dans d'autres domaines, et il est question d'accompagner et de s'aligner sur un mouvement de société de renforcement de la transparence. Le classement des produits par code couleur ne constitue pas

un mécanisme de stigmatisation des professionnels, mais plutôt un outil d'amélioration continue et un signal de transparence pour les consommateurs.

L'exemple du DPE est pertinent en la matière car les propriétaires de logements mal notés parviennent tout de même à trouver des locataires, tout en cherchant à progresser dans le classement. On peut en déduire que la notation incite à l'amélioration continue des produits. Le collège des associations de défense des consommateurs espère voir ce même effet dans le secteur de la chimie et des produits ménagers.

- Le collège des organisations professionnelles considère de son côté qu'un système de « scoring », basé principalement sur le danger et ne prenant pas en compte l'utilisation par le consommateur, ne peut pas être la solution globale à un besoin d'information, qui reste d'ailleurs à préciser étant donné la complexité du sujet : les consommateurs ont des demandes parfois contradictoires entre une information très simple (type score) et des informations très complètes et pratiques sur l'efficacité, les modes d'utilisation, les précautions d'emploi et la gestion de la fin de vie des produits présents sur le marché.

Par ailleurs un système de scoring trop simple pourrait entraîner une moindre vigilance chez certains consommateurs concernant les bonnes conditions d'utilisation, dont la prise en compte est pourtant essentielle.

Un désaccord est également apparu entre les deux collèges concernant la mise en place d'affiches en magasin visant à expliciter les étiquetages des produits ménagers, notamment les pictogrammes de danger :

- Le collège des associations de défense des consommateurs souhaite que l'affichage en magasin soit renforcé ; des panneaux explicatifs des pictogrammes pourraient être exposés dans les rayons dédiés aux produits ménagers afin que le consommateur puisse s'y rapporter. Il indique que les commerces et entreprises de distribution s'opposent à cette mesure en raison d'un manque de place en magasin pour l'exécuter : si certaines petites surfaces peuvent effectivement ne pas être en capacité de proposer cet affichage, les grandes trouvent habituellement l'espace pour afficher des promotions, des slogans marketing et autres messages commerciaux. Bien qu'acceptant de renoncer à cette proposition, le collège des associations de défense des consommateurs regrette cette différence de traitement entre la publicité sur les produits et les messages d'information des consommateurs en matière d'affichage.
- Le collège des organisations professionnelles ne souhaite pas répondre favorablement à la demande du collège des associations de défense des consommateurs concernant la mise en place d'affiches dans les magasins pour différentes raisons.

Tout d'abord elle serait, du point de vue de ce collège, contre-productive car les consommateurs lisent peu les affichages en magasin et que les linéaires ne se prêtent pas à la mise en place d'affiches du fait de l'absence de place. Les affiches mises en place en magasin sont réservées à quelques obligations : sanitaire pour les rappels ou interdiction de la vente d'alcool aux mineurs. Les affiches mises en place dans le cadre de ces deux exemples sont peu consultées par les consommateurs, ce qui a amené, conjointement avec les pouvoirs publics (et dans le cadre d'un groupe de travail CNC), à réfléchir à des moyens d'information qui toucheraient bien davantage les consommateurs : le site « appel.conso » a été développé en ce sens. Les distributeurs saisissent les informations dans l'outil et les informations sont publiées par l'administration. Les distributeurs relaient également les informations sur leur site internet et contactent les clients porteurs de carte de fidélité.

Le collège des organisations professionnelles estime par ailleurs que cette information sur les pictogrammes de dangers nécessite un portage politique et scientifique qui incombe à l'administration française (en collaboration avec l'ANSES et l'INRS, qui édite déjà des fiches intéressantes), via par exemple une campagne de communication dédiée à l'instar de ce qui a été mis en place par les autorités suisses. Cette campagne pourrait être relayée par les opérateurs.

Enfin, les deux collègues n'ont pu trouver un accord concernant la question de la limitation de la publicité sur les emballages :

- Le collège des associations de défense des consommateurs regrette la sur-publicité qui pollue de son point de vue la lecture des étiquettes et en demande la mise en retrait, la minimisation et surtout l'apport de preuves. L'épuration des messages publicitaires permettant pour ce collège une valorisation des informations utiles aux consommateurs, il indique avoir fait trois propositions en ce sens.

La première proposition portait sur le transfert des allégations marketing sur des étiquettes amovibles. La seconde proposition était de supprimer purement et simplement la publicité des étiquettes, y laissant alors toute la place pour l'information au consommateur. Le collège des associations de défense des consommateurs a enfin proposé le déploiement d'une étude pour fixer un pourcentage maximal de la surface de l'étiquette dédiée aux slogans marketing : ce collège a proposé de fixer ce pourcentage à 20 % d'occupation par les allégations marketing sur la surface disponible sur l'étiquette, sans que les informations relatives aux caractéristiques des produits et aux résultats attendus de leurs utilisations, telles que « détartre » ou « fait briller », ne soient comptabilisées dans ces 20 %.

- Le collège des organisations professionnelles ne souhaite pas répondre favorablement à la demande du collège des consommateurs concernant le retrait ou la minimisation de la publicité sur les emballages de produits ménagers. Les mentions de la fonction, des promesses de résultat ou de toute autre caractéristique font partie de la décision d'achat du consommateur. Leur retrait ou minimisation constituerait pour ce collège une entrave à la liberté d'entreprendre et une atteinte aux règles de la libre concurrence.

Le collège des organisations professionnelles indique avoir émis une proposition alternative en la matière portant sur le fait, qu'au-delà des informations réglementaires devant figurer sur l'étiquette, la fonction et la performance du produit soient explicitées de façon claire, objective et pédagogique. A cette fin, seraient encouragées la diffusion et l'appropriation des recommandations de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP), et du guide du CNC sur les allégations environnementales révisé.

Concernant la dernière proposition du collège des associations de défense des consommateurs (étude visant à fixer un pourcentage maximal de la surface de l'étiquette dédiée aux slogans marketing), le président du GT a sollicité, à la demande de la rapporteure du collège des organisations professionnelles qui a soulevé la question de l'application du guide de l'Autorité de la concurrence publié en janvier 2021, l'éclairage du bureau de la politique et du droit de la concurrence (bureau 3B) de la DGCCRF concernant la compatibilité avec le droit de la concurrence, notamment européen, d'un avis du CNC qui inclurait une recommandation de limitation de la publicité commerciale, comme dans le cas de cette proposition. Le bureau 3B a apporté les éléments d'éclairage suivants en la matière :

- De façon générale, les avis des GT du CNC débouchent sur des recommandations qui n'ont pas de caractère contraignant ou opposable et il n'apparaît donc pas possible de les qualifier d'accords de volonté au sens du droit de la concurrence.
- Dans le cas en question, le dispositif suggéré par le collège des associations de défense des consommateurs apparaît de surcroît non discriminatoire : il fixe un cadre (en l'occurrence un seuil maximal de 20 % de la surface de l'étiquette est envisagé) sans autre contrainte, et ne peut, selon toute vraisemblance, pas être considéré comme une intervention sur le marché au sens des pratiques anti-concurrentielles.

En tout état de cause, l'éventuelle restriction de concurrence apparaît de prime abord extrêmement limitée puisqu'elle ne concerne qu'une partie de l'étiquetage, la publicité commerciale pouvant s'exercer par de nombreux autres supports pour valoriser les produits concernés.

La référence au guide de l'Autorité de la concurrence publié en janvier 2021 apparaît donc non pertinente dans le cas d'espèce.

5.2 POINTS DE CONVERGENCE IDENTIFIÉS AU COURS DES TRAVAUX DU GT

Même si les principaux points de désaccords précités n'ont pas permis d'aboutir à un avis du Conseil National de la Consommation à l'issue des travaux du GT, diverses autres propositions de recommandations en matière d'amélioration de la lisibilité des étiquetages de ces produits pour accompagner les consommateurs dans leur choix et leur utilisation de ces produits ont été évoquées dans le cadre de ces travaux et plusieurs points de convergence ont été identifiés, même s'ils ne peuvent *in fine* pas constituer des recommandations du Conseil National de la Consommation.

En matière d'information des consommateurs, les actions suivantes ont en particulier fait l'objet d'un consensus entre les deux collègues :

- Actions d'informations par les autorités françaises : réalisation d'une [campagne d'information des autorités similaire à celle mise en place par les autorités suisses](#), fondée sur des outils adaptés aux différents publics, et explicitant les mesures de gestion des produits à respecter, ainsi que la réglementation actuelle. Cette campagne concernerait notamment des messages d'information et de prévention pour les enfants et les familles, par exemple avec des outils ludiques (jeux de cartes, jeu de l'oie...) et des ateliers dédiés ou des contenus dans les programmes scolaires. Les autorités françaises communiqueraient dans ce cadre sur la présence en ligne de tous les composants présents dans un produit détergent dans la mesure où cette information est peu connue des consommateurs. Les collègues des associations de défense des consommateurs et des organisations professionnelles souhaiteraient être impliqués dans l'élaboration des messages et contenus pédagogiques et pourront également relayer les messages de cette campagne d'information.
- Actions d'informations par les fédérations professionnelles, qui envisageaient une campagne de communication grand public, campagne sur les réseaux sociaux par exemple (intégrer une information sur la lecture des étiquettes de produits ménagers et les informations disponibles sur les sites web (liste des ingrédients), ou encore sur l'utilisation de produits concentrés).
- Actions d'informations par les associations de consommateurs qui envisageaient des actions d'information et d'éducation populaire notamment en visant à sensibiliser les ménages sur la prise de conscience d'une consommation citoyenne et durable en matière de lecture des étiquettes de produits ménagers.

Les points d'accord suivants ont par ailleurs été identifiés en matière de renforcement et promotion des actions volontaires de l'industrie (actions présentées en annexe 3) :

- Promotion, par les fédérations professionnelles, conscientes de leur responsabilité, des outils d'information pour le consommateur auprès de l'ensemble des metteurs en marché. Elles promouvraient également une mise en ligne optimisée de la liste des composants sur les sites internet en favorisant notamment l'intuitivité de la recherche et la présentation uniforme des composants.
- Indication de la liste des ingrédients, avec des noms INCI, sur les étiquettes des produits détergents par les metteurs sur le marché sur la base du volontariat.
- Coopération avec les autorités françaises pour qu'elles participent à la promotion de ces initiatives en les incluant dans leur campagne de pédagogie.
- Amélioration par les professionnels de la communication sur les produits concentrés afin d'en prévenir les mésusages : conseils d'utilisation en matière de dosage, dilution, niveau de Ph, temps d'action, type de surfaces à traiter...

En ce qui concerne la révision du règlement Détergents, la proposition que les autorités françaises soutiennent une révision de ce règlement afin d'éviter une superposition d'informations redondantes sur les étiquettes a recueilli un accueil favorable des deux collègues.

Enfin, si les travaux du GT ont montré que les deux collèges ne partagent pas les mêmes avis sur la mise en place d'un affichage simplifié, différents points de vigilance en la matière, présentés en annexe 4, ont été identifiés comme points de convergence.

6. ANNEXES

Annexe 1 - Membres du groupe de travail

Au titre du collège des associations de défense des consommateurs

Associations	Représentant(e)s
ADEIC (Association de défense, d'éducation et d'information du consommateur)	Julie VANHILLE
AFOC (Association Force Ouvrière consommateurs)	François SCHMITT
ALLDC (Association Léo Lagrange pour la défense des consommateurs)	Ludivine COLY-DUFOURT
CLCV (Confédération de la consommation, du logement et du cadre de vie)	Léa LAMBLIN
CNAFC (Confédération nationale des associations familiales catholiques)	Marie-Germaine MAURY
CNL (Confédération nationale du logement)	Alain GAULON Noémie GAGNAIRE Eddie JACQUEMART, rapporteur
Familles de France	Kevin FOCK-YEE
INDECOSA-CGT (Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés - Confédération générale du travail)	Arnaud FAUCON
UFC - QUE CHOISIR (Union fédérale des consommateurs - Que choisir)	Olivier ANDRAULT

Au titre du collège des organisations professionnelles

Organisations	Représentant(e)s
CPME (Confédération des petites et moyennes entreprises)	Pascal MALHOMME
MEDEF (Mouvement des entreprises de France)	Christine BARATELLI Sébastien SUREAU
✓ AFISE (Association professionnelle qui rassemble en France les Industries de la détergence des produits d'entretien et des produits d'hygiène industrielle)	Sonia BENACQUISTA Virginie D'ENFERT
✓ FCD (Fédération du commerce et de la distribution) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Groupe Auchan ▪ Groupe Casino 	Émilie TAFOURNEL Louise DANIEL Séphora KHAROUBI
✓ France Chimie	Marie ZIMMER, rapporteure

Membre de droit

Organismes	Représentant(e)s
INC (Institut national de la consommation)	Emmanuel CHEVALLIER

Administrations

Services	Représentant(e)s
DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) - Ministère de l'économie, des finances et de la relance	
✓ Bureau 1D « Mouvement consumériste et médiation de la consommation » - Secrétariat du CNC	Florence FIETTE-MANDOULA Corinne LE PADELLEC
✓ Bureau 5A « Produits industriels »	Xavier BOUTON, président Marie-Solange DEFRANC Muriel GOUX Fiona TCHANAKIAN
DGPR (Direction générale de la prévention des risques) - Ministère de la transition écologique	Cécile LEMAITRE
DGS (Direction générale de la santé) - Ministère des solidarités et de la santé	Anne GIGUELAY Caroline PAUL
DGT (Direction générale du travail) - Ministère du travail, de l'emploi et de l'insertion	Matthieu LASSUS Patricia MOUTAFIAN

Expert/Personnalité qualifiée

Services	Représentant(e)s
UPJ (Union des entreprises pour la protection des jardins et des espaces publics)	Nicolas MARQUET

Dates	Thèmes des réunions	Communications
19/10/2020	Installation du groupe de travail	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ouverture des travaux : Xavier BOUTON, Président ✓ Présentation du règlement CLP : Matthieu LASSUS, Direction générale du travail (MT - DGT) ✓ Présentation des règlements REACH, « Biocides » et des décrets issus de la loi AGECE : Cécile LEMAITRE et Olivier GRAS, Direction générale de la prévention des risques (MTE – DGPR) ✓ Présentation du règlement « Détergents » : Muriel GOUX, Bureau 5A « Produits industriels », Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)
16/11/2020	Diagnostic des difficultés rencontrées par les consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Retour de la réunion du groupe de travail européen sur les détergents du 21 octobre 2020 : Fiona TCHANAKIAN, Bureau des produits industriels (5A), Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) ✓ Présentation de l'étude menée par l'AISE (Association Internationale de la Savonnerie, de la détergence et des produits d'Entretien) sur l'étiquetage des produits ménagers : Virginie D'ENFERT, Association professionnelle des industries de la détergence des produits d'entretien et des produits d'hygiène industrielle (AFISE) ✓ Retour d'expérience sur des cas de mésusages à des produits ménagers enregistrés par les Centres antipoison : Dr Sandra SINNO-TELLIER, Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES) ✓ Présentation de l'étude Pesti'Home : Jean-Luc VOLATIER, Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES)
18/12/2020	Étiquetage simplifié	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation de la Charte du nettoyage durable : Guillaume LEBERT, PROCTER & GAMBLE ✓ Présentation du Nutriscore : Manon EGNELL et Isabelle DE GUIDO, Direction générale de la santé (DGS) ✓ Présentation du système d'étiquetage simplifié Ménag'score® : Emmanuel CHEVALLIER, Institut national de la consommation (INC)
08/02/2021	Identification des bonnes pratiques au niveau européen/international (1 ^e réunion)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation des initiatives des fabricants en matière d'étiquetage - pictogrammes volontaires : Valérie SÉJOURNÉ, Association internationale de la savonnerie, de la détergence et des produits d'entretien (AISE) ✓ Présentation de l'application « Quelproduit » : Olivier ANDRAULT, Union fédérale des consommateurs - Que Choisir (UFC - Que Choisir)
18/03/2021	Identification des bonnes pratiques au niveau européen/international (2 ^e réunion)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation des résultats de l'étude lancée par la Confédération Nationale du Logement : Alain GAULON, Confédération Nationale du Logement (CNL) ✓ Présentation de la campagne d'information relative à la lecture des étiquettes des produits chimiques du quotidien en suisse : Heribert BÜRGGY, Office fédéral de la santé publique (OFSP) ✓ Présentation du site Agir pour Bébé : Agnès VERRIER, Santé Publique France (SPF) ✓ Présentation de l'application « Mon Expert Propreté » : Sonia BENACQUISTA, Association professionnelle des industries de la détergence des produits d'entretien et des produits d'hygiène industrielle (AFISE)
12/04/2021	Échanges sur les recommandations du groupe de travail	
03/05/2021	Présentation du rapport et examen de l'avis	

a) Pictogrammes AISE



Le processus d'élaboration de nouveaux pictogrammes est ouvert. De nouvelles *icônes* peuvent être créées si besoin.

b) Charte du nettoyage durable de l'AISE

- <https://www.afise.fr/dossiers/la-charte-du-nettoyage-durable/>.
- Promouvoir plus largement l'utilisation de cette charte.

c) Site internet CleanRight

- <https://www.cleanright.eu/fr/>.
- Promouvoir et communiquer sur cet outil auprès des consommateurs (transparence sur les substances, les infos...).

d) Application mobile « Mon expert Propreté » AFISE

Critères liminaires

- Nécessité d'une cohérence avec les travaux menés au niveau européen : revue du règlement Détergents, étude sur la digitalisation de l'étiquetage, travaux sur l'affichage environnemental et l'information des consommateurs dans le cadre du *Green Deal* et de la CSS (*Chemicals Strategy for Sustainability*).
- Nécessité d'une cohérence avec les travaux législatifs ou ministériels menés au niveau français ayant un lien avec l'étiquetage des produits de consommation et l'information des consommateurs (arts. 13 & 15 loi AGECE, PNSE4).

Par ailleurs, les collèges des associations de défense des consommateurs et des organisations professionnelles souhaiteraient s'investir pleinement dans les travaux des 3 agences d'expertise (INERIS, ANSES, SPF) qui vont être saisies dans le cadre de l'action 3 du PNSE4 pour « proposer une ou des méthodologies afin d'évaluer de façon globale la criticité des dangers associés à l'utilisation de produits ménagers ». Il leur paraît crucial que les parties prenantes (représentants d'associations professionnelles et représentants d'associations de consommateurs) soient associées de manière très opérationnelle aux travaux (par participation à des groupes de travail par exemple).

Processus d'élaboration

- Méthode cohérente avec les obligations réglementaires.
- Cohérence avec les dispositions légales : art. 69 et 72 du BPR (et art. 25(4) de CLP dans une moindre mesure). Comment mettre en avant un score positif sur un désinfectant ou de manière plus large sur un produit biocide alors qu'il n'est pas possible de mettre en avant la notion de produit à faible risque ?
- Élaboration de la méthode sous l'égide des autorités.
- Co-construction avec les parties prenantes.
- Transparence de la méthode, qui doit être en open source ; méthode simple, accessible pour toutes les entreprises, notamment les PME.
- Vérifiabilité du système d'affichage par une tierce partie ou par une autorité de contrôle.
- Calcul et décision d'apposer le système d'affichage devant rester à l'initiative du fabricant (un tiers n'a pas à calculer/apposer l'affichage même si la méthode est transparente et ouverte à tous).
- Démarche ne nécessitant pas une certification payante ; le fabricant est habilité à calculer et à apposer le système d'affichage sur la base de la méthode transparente et validée.
- Méthode évolutive sur la base du retour d'expérience et des évolutions réglementaires ou scientifiques.
- Nécessité d'une expérimentation consommateurs pour mesurer la compréhension de l'affichage au moment de l'acte d'achat. Étudier la dématérialisation possible des informations lors de cette phase d'expérimentation.
- Pédagogie pour accompagner la démarche auprès des consommateurs, notamment en communiquant sur l'importance de la juste dose, utilisation raisonnée des biocides, efficacité attendue, en impliquant les collèges consommateurs et professionnels (sessions formations/informations/notices).

Critères scientifiques

- Démarche scientifique, cohérente avec les dispositions réglementaires en vigueur :
 - Une évaluation menée en cohérence avec les méthodologies d'évaluation des risques validées dans les corpus réglementaires.
 - Pas de facteur de fréquence ni de facteur péjorant sur une substance (imposant notamment une criticité accrue à des substances fréquemment utilisées comme les conservateurs) tant qu'un facteur réglementaire n'a pas été validé (par exemple des travaux sont en cours dans le cadre de la révision de Reach).
- Nécessité d'une approche basée sur le risque : la seule prise en compte de la présence ou l'absence d'une substance est insuffisante voire trompeuse : la concentration et le rôle de la substance dans le mélange sont à prendre en compte.
- Nécessité de prendre en compte les critères suivants qui permettent de mettre en balance les aspects santé /environnement et la performance :
 - Classement suivant une méthode ACV unique, claire et robuste : extraction matières premières, fabrication, impact santé /environnement des substances, emballage (quantité plastique...), transformation, utilisation par consommateurs (quantité utilisée, conditions d'utilisation normalisées), fin de vie produit (recyclabilité de l'emballage), transports...
 - Efficacité du produit à la juste dose : la méthodologie devra comprendre une liste de méthodes validées, voire normalisées au niveau international, non discutables scientifiquement et adaptées aux différentes matrices, pour les différentes typologies de produits entrant dans le périmètre de l'affichage.
- Affichage pertinent tenant compte de la spécificité du produit (éviter un affichage moyenné environnement-santé-performance non représentatif de l'ensemble des critères mais privilégier un affichage par volet santé/environnement/performance).

Il pourrait enfin être difficile de produire un *scoring* cohérent en combinant les volets santé, environnement et performance. Il pourrait être proposé d'utiliser un code couleur pour les deux premiers critères, qui se complètent et se rejoignent : la santé et le respect de l'environnement, et en parallèle, proposer une notation de la performance par un chiffre, sans préjuger des futurs travaux en la matière.