



Document Internet

Date :

09 juillet 2017

Pour de plus amples informations :

Organe de réception des notifications des produits chimiques

Département fédéral de l'intérieur (DFI),
Office fédéral de la santé publique (OFSP)

Département fédéral de l'économie (DFE),
Office fédéral de l'agriculture (OFAG)
Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO)

Département de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC),
Office fédéral de l'environnement (OFEV)

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques

OChim du 5 juin 2015 (Etat le 1^{er} décembre 2016)

Version 3

Le présent guide s'adresse aux organes cantonaux d'exécution. Il explique les réglementations légales concernant la publicité pour les produits chimiques et illustre, à l'aide d'exemples, quelles déclarations publicitaires sont admises et lesquelles ne le sont pas.

L'organe de réception des notifications des produits chimiques est l'organe commun pour les notifications et les homologations des produits chimiques de l'OFEV, l'OFSP et du SECO.

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestellechem

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

Table des matières

1.	Définitions	4
1.1.	Notion de produits chimiques.....	4
1.2.	Notion de publicité	4
2.	Dispositions légales sur la publicité pour les produits chimiques	4
2.1.	Loi sur les produits chimiques (LChim, RS 813.1).....	4
2.2.	Loi sur la protection de l'environnement (LPE, RS 814.01).....	4
2.3.	Ordonnance sur les produits chimiques (OChim, RS 813.11).....	5
2.4.	Ordonnance sur les produits biocides (OPBio, RS 813.12)	5
2.5.	Ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques (ORRChim, RS 814.81).....	5
2.6.	Ordonnance sur les produits phytosanitaires (OPPh, RS 916.161)	6
2.7.	Ordonnance sur les engrais (OEng, RS 916.171)	6
2.8.	Autres dispositions légales importantes pour la publicité des produits chimiques concernant l'étiquetage et l'emballage	6
2.9.	Loi contre la concurrence déloyale	8
2.10.	Principales dispositions légales de l'UE concernant la publicité pour les produits chimiques ..	8
3.	Lignes directives sur la publicité pour les produits chimiques	9
3.1.	Publicité interdite.....	9
3.2.	Publicité dans des domaines spécifiques	9
3.2.1.	Publicité sur la dégradation d'un produit chimique	9
3.2.2.	Publicité avec des distinctions comme des labels verts, écolabels, labels de qualité ou de santé	9
3.2.3.	Nom du produit.....	10
3.2.4.	Publicité avec des indications auxquelles les produits chimiques doivent déjà se conformer à cause des exigences légales	10
4.	Indications concernant les dispositions spécifiques à quelques groupes de produits	11
4.1.	Publicité pour les produits chimiques lors de vente à distance	11
4.1.1.	Échantillons publicitaires.....	13
4.2.	Publicité pour les produits biocides.....	13
4.3.	Publicité pour les produits phytosanitaires	13
4.4.	Publicité pour les engrais	14
4.5.	Publicité pour les piles	14
5.	Exemple de déclarations publicitaires autorisées et non autorisées	14
6.	Autres indications	17
6.1.	Publicité et délimitation à d'autres domaines juridiques	17
6.2.	Publicité déloyale	17
6.3.	Code ICC sur les pratiques de publicité et de communication marketing	17
6.4.	Lignes directrices relatives à l'utilisation et à l'évaluation des déclarations environnementales de l'UE.....	18

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

6.5.	Directive 2006/114/CE du parlement européen et du conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative.....	18
7.	Historique des changements dans ce document	18

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

1. Définitions

1.1. Notion de produits chimiques

Dans le présent guide, la notion de « produits chimiques » inclut les substances et les préparations, y compris les produits biocides, les produits phytosanitaires et les engrais ainsi que les objets dans la mesure où ceux-ci tombent dans le domaine d'application des ordonnances sur les produits chimiques, sur la réduction des risques liés aux produits chimiques, produits biocides et produits phytosanitaires. La définition de « produits chimiques » ne comprend pas les produits alimentaires, les aliments pour animaux, les médicaments destinés à l'homme ou aux animaux ainsi que les produits cosmétiques.

1.2. Notion de publicité

Dans le présent guide, la notion de « publicité » comprend les allégations, les représentations, les conditionnements et les déclarations qui peuvent avoir une incidence sur la santé, l'éco-compatibilité lors de l'utilisation ou de l'élimination et qui sont en mesure d'influencer une décision d'achat. La publicité peut être diffusée par le biais de magazines, de catalogues, d'affiches, de dépliants, via la radio, la télévision, Internet ou d'autres canaux.

Contrairement à la notion de publicité, la notion d'étiquetage désigne les informations prévues par la loi.

2. Dispositions légales sur la publicité pour les produits chimiques

2.1. Loi sur les produits chimiques (LChim, RS 813.1)¹

Art. 7 Information des acquéreurs

¹ Quiconque met une substance ou une préparation sur le marché doit informer les acquéreurs de ses propriétés et des dangers qu'elle présente pour la santé ainsi que des mesures de précaution et de protection à prendre.

² Le Conseil fédéral édicte des dispositions sur le mode d'information ainsi que sur la teneur et l'étendue de celle-ci, notamment sur la remise d'une fiche technique de sécurité et la teneur de cette dernière.

Art. 20 Publicité

¹ La publicité pour des substances et des préparations dangereuses et pour des préparations qui contiennent des substances dangereuses ainsi que leur présentation à la vente ne doivent pas induire en erreur ni inciter à une utilisation inappropriée. Toute information trompeuse sur l'efficacité des produits biocides est interdite.

² Le Conseil fédéral édicte des dispositions sur la manière de signaler les dangers de ces substances et préparations dans la publicité et la présentation à la vente.

2.2. Loi sur la protection de l'environnement (LPE, RS 814.01)²

Art. 27 Information du preneur

¹ Quiconque met dans le commerce des substances doit:

- a. informer le preneur de celles de leurs propriétés qui peuvent avoir un effet sur l'environnement;
- b. communiquer au preneur les instructions propres à garantir qu'une utilisation conforme aux prescriptions ne puisse constituer une menace pour l'environnement ou, indirectement pour l'homme.

¹ Loi fédérale du 15 décembre 2000 sur la protection contre les substances et les préparations dangereuses (loi sur les produits chimiques, LChim, RS 813.1) : http://www.admin.ch/ch/f/rs/c813_1.html

² Loi fédérale du 7 octobre 1983 sur la protection de l'environnement (Loi sur la protection de l'environnement, LPE, RS 814.01): http://www.admin.ch/ch/f/rs/c814_01.html

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

² Le Conseil fédéral édicte des dispositions sur la nature, le contenu et l'étendue des informations à fournir au preneur.

2.3. Ordonnance sur les produits chimiques (OChim, RS 813.11)³

Art. 60 Publicité

¹ La publicité relative aux substances, aux préparations et aux objets ne doit pas susciter une impression erronée sur la nature des dangers qu'ils représentent pour l'être humain et l'environnement ni sur leur écocompatibilité, et ne doit suggérer ni un usage ni une élimination non conforme ou abusive.

² Les termes tels que «dégradable», «écologiquement inoffensif», «écocompatible», «inoffensif pour les eaux» ne peuvent être utilisés en publicité que s'ils sont simultanément explicités.

³ Toute personne qui fait de la publicité pour des substances ou des préparations dangereuses que l'utilisateur privé a la possibilité d'acheter sans avoir vu préalablement l'étiquetage doit indiquer leurs propriétés dangereuses de manière compréhensible et clairement lisible ou audible.

⁴ L'al. 3 s'applique aussi aux préparations étiquetées selon l'art. 25, al. 6, du règlement UE-CLP⁴.

⁵ Les substances et les préparations ne peuvent pas faire l'objet d'une promotion publicitaire pour une utilisation pour laquelle elles ne peuvent être mises sur le marché.

Art. 68 Echantillons

Les substances et les préparations des groupes 1 et 2 ne peuvent être remises à des fins publicitaires qu'aux utilisateurs professionnels et aux commerçants.

2.4. Ordonnance sur les produits biocides (OPBio, RS 813.12)⁵

Art. 50 Publicité

¹ Seuls peuvent faire l'objet de publicité les produits biocides:

a. autorisés; ou

b. mis sur le marché ou utilisés conformément à l'art. 3, al. 3, let. a ou b.

² L'art. 38, al. 1, s'applique par analogie à la publicité.

³ La publicité pour un produit biocide doit contenir les mentions suivantes, bien lisibles et distinctes de la publicité à proprement parler:

a. «Utilisez les biocides avec précaution»; le terme «biocide» peut être remplacé par le type de produit correspondant conformément à l'annexe 10;

b. «Avant toute utilisation, lisez l'étiquette et les informations concernant le produit».

⁴ Toute personne qui fait de la publicité pour des produits biocides dangereux que le grand public a la possibilité d'acheter sans avoir vu préalablement l'étiquetage doit indiquer leurs propriétés dangereuses de manière compréhensible pour tous et clairement lisible ou audible.

⁵ L'art. 60 OChim s'applique pour le reste et l'art. 68 OChim s'applique par analogie aux échantillons.

2.5. Ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques (ORRChim, RS 814.81)⁶

Annexe 2.15 Piles

4.2 Points de vente et publicité

² La publicité pour les piles doit attirer l'attention sur l'obligation de rapporter au sens du ch. 5.1.

³ Ordonnance du 5 juin 2015 sur la protection contre les substances et les préparations dangereuses (ordonnance sur les produits chimiques, OChim, RS 813.11) : <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20021519/index.html>

⁴ Ordonnance (CE) n° 1272/2008 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008 relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges, modifiant et abrogeant les directives 67/548/CEE et 1999/45/CE et modifiant le règlement (CE) n° 1907/2006 (JO L 353 du 31.12.2008, p.1 : modifié en dernier lieu par le règlement (CE) Nr.790/2009 (JO L 235, du 05.09.2009, p. 1) : <http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do?year=2008&serie=L&textfield2=353&Submit=Suche&ihmlang=fr>

⁵ Ordonnance du 18 mai 2005 concernant la mise sur le marché et l'utilisation des produits biocides (ordonnance sur les produits biocides, OPBio, RS 813.12) : http://www.admin.ch/ch/f/rs/c813_12.html

⁶ Ordonnance du 18 mai 2005 sur la réduction des risques liés à l'utilisation de substances, de préparations et d'objets particulièrement dangereux (ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques, ORRChim, RS 814.81) : http://www.admin.ch/ch/f/rs/c814_81.html

2.6. Ordonnance sur les produits phytosanitaires (OPPh, RS 916.161)⁷

Art. 60 Publicité

¹ Les produits phytosanitaires non homologués ne font pas l'objet de publicité. Toute publicité pour un produit phytosanitaire doit être accompagnée des phrases «Utilisez les produits phytosanitaires avec précaution. Avant toute utilisation, lisez l'étiquette et les informations concernant le produit». Ces phrases sont aisément lisibles et doivent se distinguer clairement de l'ensemble de la publicité. Les mots «produits phytosanitaires» peuvent être remplacés par une description plus précise du type de produit, tel que fongicide, insecticide ou herbicide.

² La publicité ne peut pas comporter d'informations potentiellement trompeuses, sous forme de textes ou d'illustrations, sur les risques éventuels pour la santé humaine ou animale ou l'environnement, telles que les termes «à faible risque», «non toxique» ou «sans danger».

³ Toutes les allégations publicitaires doivent se justifier sur le plan technique.

⁴ Les publicités ne contiennent aucune représentation visuelle de pratiques potentiellement dangereuses telles que le mélange ou l'application sans vêtements de protection suffisants, l'utilisation à proximité des denrées alimentaires, ou l'utilisation par des enfants ou à proximité de ceux-ci.

⁵ Le matériel publicitaire ou promotionnel attire l'attention sur les phrases et les symboles de mise en garde appropriés figurant sur l'étiquetage.

2.7. Ordonnance sur les engrais (OEng, RS 916.171)⁸

Art. 1 Objet et champ d'application

³ Au demeurant, l'utilisation des engrais est régie par les dispositions de l'ordonnance du 18 mai 2005 sur les produits chimiques (OChim).

Explication: L'utilisation comprend également la publicité. L'utilisation est régie par les art. 55 à 68 OChim. Par conséquent, les art. 60 et 68 OChim s'appliquent à la publicité pour les engrais.

Art. 26 Publicité

¹ Les engrais ne peuvent faire l'objet de réclame ou être distribués à des fins publicitaires que s'ils sont homologués. La publicité ne doit pas contenir d'indications fallacieuses.

² Toute publicité (prospectus, annonces, etc.) doit indiquer clairement:

- a. la dénomination commerciale ou le nom de la ligne de produits;
- b. une indication spécifiant qu'il s'agit d'engrais.

2.8. Autres dispositions légales importantes pour la publicité des produits chimiques concernant l'étiquetage et l'emballage

Pour l'étiquetage et la présentation:

L'art. 25, al. 4 CLP s'applique pour les substances et les préparations, par renvoi de l'art. 10 al. 1 let. a OChim.**Art. 25, al. 4 CLP:**

(4) Des mentions telles que «non toxique», «non nocif», «non polluant», «écologique» ou toute autre mention indiquant que la substance ou le mélange n'est pas dangereux, ou toute autre mention qui ne serait pas conforme à la classification de cette substance ou mélange, ne figurent pas sur l'étiquette ou sur l'emballage des substances ou mélanges.

Selon le cas, les autorités d'exécution ont une certaine marge d'appréciation. Ainsi pour un produit chimique muni d'un label vert digne de confiance, une déclaration comme «écologique» devrait être tolérée (cf. chapitre 3.2.2).

L'art. 25, al. 4 CLP vaut également pour les produits biocides (renvoi à l'art. 38, al. 2, OPBio, en relation avec l'art. 10, al. 1, let. a OChim), les produits phytosanitaires (renvoi à l'art. 40, al. 2, OPPh)

⁷ Ordonnance du 12 mai 2010 sur la mise en circulation des produits phytosanitaires (ordonnance sur les produits phytosanitaires, OPPh, RS 916.161) : http://www.admin.ch/ch/f/rs/c916_161.html

⁸ Ordonnance du 10 janvier 2001 sur la mise en circulation des engrais (ordonnance sur les engrais, OEng) : http://www.admin.ch/ch/f/rs/c916_171.html

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

et les engrais (renvoi aux art. 15, let. e, 16, let. h, et 20, let. g, OEng). De surcroît, l'art. 38 OPBio s'applique à l'étiquetage des produits biocides et l'art. 55 OPPh à l'étiquetage des produits phytosanitaires.

Art. 38 OPBio *Etiquetage*

¹ *L'étiquette ne doit pas induire en erreur quant aux risques que présente le produit biocide pour la santé humaine ou animale ou pour l'environnement ni quant à son efficacité. Elle ne doit en aucun cas comporter les mentions «produit biocide à faible risque», «non toxique», «ne nuit pas à la santé», «naturel», «respectueux de l'environnement», «respectueux des animaux», ou toute autre indication similaire.*

Art. 55 OPPh *Etiquetage*

¹ *Il est interdit de donner des indications fausses, fallacieuses ou incomplètes sur un produit phytosanitaire ou de passer sous silence des faits qui pourraient tromper les acheteurs quant à la nature et à la composition ou aux possibilités d'utilisation d'un produit phytosanitaire.*

Art. 23 OEng *Prescriptions générales en matière d'étiquetage*

¹ *Il est interdit de donner des indications fausses ou incomplètes sur l'étiquette et l'emballage des engrais ou de passer sous silence des faits qui pourraient tromper l'acheteur ou l'utilisateur quant aux propriétés, à la composition ou aux possibilités d'utilisation d'un engrais.*

Concernant l'emballage :

Art. 8 OChim *Emballage*

Le fabricant qui met à disposition de tiers ou remet à des tiers des substances ou des préparations dangereuses doit les emballer conformément à l'art. 35 du règlement UE-CLP.

Art. 35 al. 2 CLP:

2. Les emballages contenant une substance ou un mélange dangereux fournis au grand public n'ont pas une forme ou une esthétique susceptible d'attirer ou d'encourager la curiosité active des enfants ou d'induire les consommateurs en erreur, ni une présentation ou une esthétique similaire à celles qui sont utilisées pour les denrées alimentaires, les aliments pour animaux ou les produits médicaux ou cosmétiques, qui tromperait les consommateurs.

Explication : L'art. 8 OChim vaut également pour les produits biocides (renvoi à l'art. 36, al. 1, OPBio) et pour les produits phytosanitaires (renvoi à l'art. 54 al. 3 OPPh). Pour les emballages de produits biocides, l'art. 36 OPBio s'applique également :

Art. 36 al. 3 OPBio *Emballage*³ *Les produits biocides susceptibles d'être confondus avec des denrées alimentaires au sens de la loi du 9 octobre 1992 sur les denrées alimentaires (LDAI, RS 817.0) ou avec des aliments pour animaux au sens de l'art. 2, al. 1, de l'ordonnance du 26 mai 1999 sur les aliments pour animaux (RS 916.307) doivent être emballés de manière à ce que le risque de méprise soit réduit au strict minimum.*

Art. 54 OPPh al. 1 et 2 *Emballage et présentation*

¹ *Les produits phytosanitaires et les adjuvants susceptibles d'être pris à tort pour des denrées alimentaires, des boissons ou des aliments pour animaux doivent être emballés de façon à réduire autant que possible la probabilité de telles méprises.*

² *Les produits phytosanitaires et les adjuvants accessibles au grand public et susceptibles d'être pris à tort pour des denrées alimentaires, des boissons ou des aliments pour animaux doivent contenir des composants propres à dissuader ou empêcher leur consommation.*

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle
Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3
Cette publication est également disponible en allemand et en italien.
Juillet 2019

2.9. Loi contre la concurrence déloyale

Des déclarations banalisantes, trompeuses ou même fausses dans la publicité peuvent, outre la législation sur les produits chimiques, aussi concerner la LCD⁹. L'art. 3 de la LCD décrit en particulier qu'agit de façon déloyale celui qui trompe la clientèle en faisant illusion sur :

- la qualité,
- la quantité,
- les possibilités d'utilisation,
- l'utilité ou
- le danger

des marchandises, des œuvres ou des prestations qu'il présente. Ainsi des indications déloyales dans la publicité peuvent aussi avoir des conséquences au niveau du droit de la concurrence.

2.10. Principales dispositions légales de l'UE concernant la publicité pour les produits chimiques

Le droit suisse sur les produits chimiques est en grande partie harmonisé avec les dispositions de l'UE, mais pas entièrement. Les dispositions de l'UE concernant la publicité des produits chimiques sont les suivantes¹⁰ :

Art. 48 Règlement (CE) N° 1272/2008 (règlement CLP)¹¹ Publicité

(1) Toute publicité pour une substance classée comme dangereuse mentionne les classes ou les catégories de danger concernées.

(2) Toute publicité pour un mélange classé comme dangereux ou visé par l'art. 25, paragraphe 6, qui autorise un particulier à conclure un contrat d'achat sans avoir vu au préalable l'étiquette, mentionne le ou les types de danger indiqués sur l'étiquette.

Le premier alinéa s'applique sans préjudice de la directive 97/7/ CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (JO. L 144 du 4.6.1997, p. 19).

Art. 25 Règlement (CE) N° 1272/2008 (règlement CLP) Informations supplémentaires figurant sur l'étiquette

(4) Des mentions telles que «non toxique», «non nocif», «non polluant», «écologique» ou toute autre mention indiquant que la substance ou le mélange n'est pas dangereux, ou toute autre mention qui ne serait pas conforme à la classification de cette substance ou mélange, ne figurent pas sur l'étiquette ou sur l'emballage des substances ou mélanges.

Art. 35 Règlement (CE) N° 1272/2008 (règlement CLP) Emballage

(2) Les emballages contenant une substance ou un mélange dangereux fournis au grand public n'ont pas une forme ou une esthétique susceptible d'attirer ou d'encourager la curiosité active des enfants ou d'induire les consommateurs en erreur, ni une présentation ou une esthétique similaire à celles qui sont utilisées pour les denrées alimentaires, les aliments pour animaux ou les produits médicaux ou cosmétiques, qui tromperait les consommateurs. (...)

⁹ Loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD), RS 241) : <http://www.admin.ch/ch/f/rs/c241.html>

¹⁰ Les deux articles cités ne seront pas abrogés par REACH, qui est introduit progressivement depuis le 1.6.2007, et restent en vigueur.

¹¹ Ordonnance (CE) n° 1272/2008 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008 relatif à la classification, à l'étiquetage et à l'emballage des substances et des mélanges, modifiant et abrogeant les directives 67/548/CEE et 1999/45/CE et modifiant le règlement (CE) n° 1907/2006 (JO L 353 du 31.12.2008, p. 1 : modifié en dernier lieu par le règlement (CE) Nr.790/2009 (JO L 235, du 05.09.2009, p. 1) : <http://eur-lex.europa.eu/JOIndex.do?year=2008&serie=L&textfield2=353&Submit=Suche&ihmlang=fr>

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

3. Lignes directives sur la publicité pour les produits chimiques

Les dispositions concernant la publicité pour tous les produits chimiques sont expliquées dans ce qui suit. Il existe en plus pour chaque gamme de produits des dispositions spécifiques en matière de publicité qui sont expliquées au ch. 4.

3.1. Publicité interdite

La publicité ne doit ni induire une fausse idée sur la dangerosité pour l'homme et l'environnement ou pour la compatibilité avec l'environnement, ni inciter à une utilisation ou élimination inappropriée des produits chimiques. Ces fausses impressions peuvent être déclenchées en particulier par l'énoncé de la publicité qui exploite le bénéfice ou le dommage pour la santé ou l'environnement de façon fausse ou pour le moins équivoque. Dans ce sens, peuvent aussi être interdites des déclarations qui, par le fait d'énoncer les produits chimiques, exagèrent ou sous-estiment les répercussions sur la santé ou l'environnement ou qui, il est vrai sont justes mais par dissimulation d'inconvénients, donne l'impression fausse d'un bénéfice pour la santé ou l'environnement. La conception de l'emballage peut aussi induire une fausse idée.

L'art. 60, al. 5, OChim précise explicitement que les substances et les préparations ne peuvent faire l'objet d'une promotion publicitaire pour une utilisation pour laquelle elles ne peuvent pas être mises sur le marché. Cet article vise notamment à simplifier l'exécution en cas de publicité abusive ou de situation à la limite de la légalité avec d'autres domaines juridiques.

Des déclarations générales, vagues et indéterminées sur le caractère non-polluant ou bénin pour la santé d'un produit chimique comme « non-toxique », « non nocif », « non-polluant », « écologique », « respectueux de l'environnement », « sans émission », « respectueux de la couche d'ozone », « biodégradable », « sans danger pour l'écologie », « écologique », « sûr pour l'environnement », « respectueux de la nature » ou « respectueux des eaux » sont à éviter dans la publicité ou à préciser en même temps que les propriétés mentionnées.

Les déclarations faites dans la publicité doivent être vérifiables. Les organes d'exécution peuvent demander des informations sur les procédures, méthodes ou critères qui ont servi de base aux déclarations.

3.2. Publicité dans des domaines spécifiques

3.2.1. Publicité sur la dégradation d'un produit chimique

Les déclarations sur la dégradation des produits chimiques se rapportent généralement à la dégradation biologique. Si des déclarations sont faites, la méthode d'essai et l'ampleur de la dégradation doivent être indiquées. En outre, il doit être mis en évidence si un composant ou le produit chimique en entier a été testé. Les déclarations devraient être basées sur des procédures d'essai reconnues.

3.2.2. Publicité avec des distinctions comme des labels verts, écolabels, labels de qualité ou de santé

L'utilisation de distinctions comme les labels verts, écolabels, labels de qualité ou de santé est en principe autorisée, indépendamment du fait qu'ils sont délivrés par des autorités suisses ou étrangères, par des institutions publiques ou privées. En cas de doute, les autorités peuvent vérifier si les critères de base et la pratique d'attribution justifient le label et en cela les attentes suscitées. Le centre d'information pour les labels environnementaux et sociaux « Labelinfo.ch » (www.labelinfo.ch) de Pusch (Fondation suisse pour la pratique environnementale) gère avec le soutien de l'OFEV une banque de données de plus de 100 distinctions communes en Suisse. Vous y trouverez des informations détaillées sur chaque label.

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

Les produits chimiques simultanément munis de labels verts dignes de confiance et de désignations telles qu'« écologique » devraient être tolérés même lorsque ces produits chimiques sont classés et étiquetés comme dangereux. On ne devrait dévier de cette pratique que si l'évaluation de l'étiquetage et de la présentation du produit chimique donne la fausse impression que celui-ci est inoffensif. Les symboles repris ci-dessous appartiennent par exemple aux labels verts dignes de confiance.

Label vert européen	www.ec.europa.eu/environment/ecolabel/index_en.htm	
L'ange bleu	http://blauer-engel.de/index.php	
Le label vert nordique « Miljömärkt – Le cygne blanc »	http://www.svanen.nu/	
Le label vert autrichien « Umweltzeichen- Bäume »	http://www.umweltzeichen.at/	
NF Environnement	http://www.marque-nf.com	

3.2.3. Nom du produit

Le nom du produit peut transmettre un message publicitaire, tel que "Bio-nettoyant", "éco-gloss", "Soft Cleaner" ou "Desinfecto". Il faut évaluer au cas par cas si le message du nom est acceptable. Voir le paragraphe 5 pour des exemples.

3.2.4. Publicité avec des indications auxquelles les produits chimiques doivent déjà se conformer à cause des exigences légales

Les allégations liées à des propriétés qu'un produit chimique doit remplir en raison de dispositions légales expriment seulement des évidences, mais elles sont irréprochables sur le fond et ne sont pas en soi en contradiction avec les dispositions juridiques relatives à la publicité citées dans le présent guide. Elles peuvent cependant être interdites d'après d'autres exigences (en particulier, d'après les dispositions de la LCD, pour lesquelles les organes d'exécution des produits chimiques ne sont toutefois pas responsables).

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle
Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3
Cette publication est également disponible en allemand et en italien.
Juillet 2019

4. Indications concernant les dispositions spécifiques à quelques groupes de produits

4.1. Publicité pour les produits chimiques lors de vente à distance

La publicité pour les produits chimiques doit inclure les indications sur les éventuelles propriétés dangereuses s'il s'agit de produits chimiques destinés aux utilisateurs privés et si les acheteurs n'ont pas la possibilité de voir le produit ou son étiquette avant l'achat (art. 60, al. 3, OChim). Cela peut concerner la publicité relative à la possibilité d'effectuer une commande instantanément, par exemple par SMS, par internet ou bien au moyen d'un bulletin de commande dans un catalogue. Lors d'une commande téléphonique, une indication verbale des propriétés dangereuses suffit. Les indications sur les propriétés dangereuses ne sont pas nécessaires, si aucune possibilité directe de commande n'est liée à la publicité. Cela peut être le cas lors d'une publicité générale sur des affiches, des annonces ou des publicités à la télévision.

Les propriétés dangereuses doivent être indiquées concrètement. Des indications générales comme « Observez les mises en garde sur l'étiquette » ou « Observez les propriétés dangereuses » ne sont pas suffisantes.

En janvier 2014, l'ECHA a formulé les précisions suivantes dans le cadre des questions fréquentes (FAQ) : les pictogrammes de danger, le mention d'avertissement et les phrases H doivent être indiqués dans la publicité pour les mélanges. Cette précision doit être appliquée comme telle en Suisse également.

Système général harmonisé (SGH) :



Explications de cet exemple :


Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.







Juillet 2019

Pictogramme(s) de danger	Niveau de danger	Toutes les phrases H
	Attention	H315 : Provoque une irritation cutanée H317 : Peut provoquer une allergie cutanée H411 : Toxique pour les organismes aquatiques, entraîne des effets néfastes à long terme

Les symboles de danger (pictogrammes) et leur explication peuvent être téléchargés en format d'impression sur le site www.infochim.ch.

Concernant le système de symboles noirs sur fond orange (DSD), on a accepté jusqu'ici des indications simplifiées (cf. tableau ci-dessous). Durant la brève période de transition précédant le passage au SGHdu 1^{er} juin 2015 jusqu'au 31 mai 2017, les produits étiquetés selon les système DSD ne sont pas soumis à l'obligation de fournir des indications détaillées.

Système européen (DSD) :

Symbole de danger	Phrases R	Enonciation suffisante dans la publicité
 Comburant	R7 : Peut provoquer un incendie.	« Comburant »
 Facilement inflammable	R11 : Facilement inflammable	« Facilement inflammable »
 Explosif	R1 : Explosif à l'état sec	« Explosif »
 Irritant	R36 : Irritant pour les yeux.	« Irritant »
 Corrosif	R41 : Risque de lésions oculaires graves	« Corrosif »
 Irritant	R43 : Peut entraîner une sensibilisation par contact avec la peau.	« Sensibilisant »



Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

Symbole de danger	Phrases R	Enonciation suffisante dans la publicité
 Toxique	R23 : Toxique par inhalation. R34 : Provoque des brûlures.	« Toxique et corrosif »
 Dangereux pour l'environnement	R50/53 : Très toxique pour les organismes aquatiques, peut entraîner des effets néfastes à long terme pour l'environnement aquatique.	« Dangereux pour l'environnement »

4.1.1. Échantillons publicitaires

Il découle des explications précédentes sur la vente à distance que les échantillons publicitaires de produits dangereux doivent être distribués de manière à ce que la personne qui les réceptionne ait la possibilité de voir l'étiquette au préalable. Cela implique pratiquement que l'échantillon doit pouvoir être directement retourné par la personne qui le reçoit. En conséquence, les distributions spontanées d'échantillons de produits dangereux, p.ex. dans les boîtes aux lettres, ne sont pas autorisées. Cependant, à la caisse d'un magasin par exemple, il est permis de remettre personnellement l'échantillon à une personne qui pourrait le refuser ou le rendre.

4.2. Publicité pour les produits biocides

On ne peut faire de la réclame que pour les produits biocides qui sont autorisés ou déclarés (conformément à la procédure simplifiée ou qui appartiennent à une famille de produits biocides autorisée; art. 3, al. 3, let. a et b OPBio), et peuvent être mis sur le marché (art. 50, al. 1, OPBio). Les produits biocides actuellement autorisés et déclarés peuvent être consultés dans le [Registre public des produits de l'organe de réception des notifications des produits chimiques](#).

La publicité et l'étiquette ne doivent pas induire en erreur quant aux risques que présente le produit biocide pour la santé humaine ou animale ou pour l'environnement ni quant à son efficacité. Elles ne doivent en aucun cas comporter les mentions «produit biocide à faible risque», «non toxique», «ne nuit pas à la santé», «naturel», «respectueux de l'environnement», «respectueux des animaux», ou toute autre indication similaire. (Art. 50 al. 2 OPBio et art. 38 al. 1 OPBio)

Le texte d'avertissement suivant, prescrit par la loi, doit toujours figurer dans la publicité pour les produits biocides : « *Utilisez les biocides avec précaution. Avant toute utilisation, lisez l'étiquette et les informations concernant le produit* ». Le terme « biocide » peut être remplacé par le type de produit correspondant (insecticide, rodenticide, etc.), conformément à l'art. 50, al. 3, OPBio.

Les produits biocides des groupes 1 et 2 (au sens de l'art. 61 OChim) ne peuvent être remis à des fins publicitaires comme échantillons qu'aux utilisateurs professionnels et commerciaux. (v. 43 OPBio)

4.3. Publicité pour les produits phytosanitaires

Seuls les produits phytosanitaires homologués peuvent faire l'objet de publicité (art. 60, al. 1, OPPh). Toute publicité pour un produit phytosanitaire doit être accompagnée des phrases « Utilisez les produits phytosanitaires avec précaution. Avant toute utilisation, lisez toujours l'étiquette et les informations concernant le produit ». Ces phrases doivent être aisément lisibles et se distinguer clairement de l'ensemble de la publicité. Les mots « produit phytosanitaire » peuvent être remplacés par une description plus précise du type de produit, tel que fongicide, insecticide ou herbicide. La publicité ne peut pas comporter d'informations potentiellement trompeuses, sous forme de textes ou d'illustrations, sur les risques éventuels pour la santé humaine ou animale ou l'environnement,

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

telles que les termes « à faible risque », « non toxique » ou « sans danger ». Toutes les allégations publicitaires doivent se justifier sur le plan technique.

Les publicités ne contiennent aucune représentation visuelle de pratiques potentiellement dangereuses telles que le mélange ou l'application sans vêtements de protection suffisants, l'utilisation à proximité des denrées alimentaires, ou l'utilisation par des enfants ou à proximité de ceux-ci.

Le matériel publicitaire ou promotionnel attire l'attention sur les phrases et les symboles de mise en garde appropriés figurant sur l'étiquetage ; les symboles et les indications de danger ou les pictogrammes et les avertissements au sens des art. 10 - 12 OChim en association avec les art. 19 - 23 CLP doivent être clairement visibles sur le produit.

4.4. Publicité pour les engrais

Les engrais ne peuvent faire l'objet de réclame ou être distribués à des fins publicitaires que s'ils sont homologués (art. 26, al.1, 1^{re} phrase, OEng).

Toute publicité doit indiquer clairement une indication spécifiant qu'il s'agit d'engrais (art. 26, al. 2, let. b, OEng). Au demeurant, l'utilisation des engrais est régie par les dispositions de l'OChim.

4.5. Publicité pour les piles

La publicité pour les piles doit attirer l'attention du consommateur sur l'obligation de rapporter les piles et les accumulateurs usagés (annexe. 2.15, ch. 4.2, al. 2, ORRChim), par exemple, par l'indication : « Rapportez vos piles usagées à un point de collecte ».

5. Exemple de déclarations publicitaires autorisées et non autorisées

Déclarations non-autorisées	Remarque
« non toxique » « pas toxique » « Pas dangereux pour la santé » « Inoffensif » « Non toxique pour l'homme et l'animal » (Produits chimiques avec ingrédients dangereux selon art. 3 OChim)	La déclaration n'est pas autorisée pour les produits chimiques contenant des substances dangereuses.
« Non toxique pour l'homme et l'animal » (spray pour insecte contenant de la perméthrine)	La déclaration est objectivement fausse / trompeuse / incorrecte car la perméthrine est toxique, par exemple pour le chat.
« Utilisation infantine » (Produits chimiques pour les utilisateurs privés contenant des ingrédients selon art. 3 OChim)	Des produits chimiques avec des propriétés dangereuses n'ont pas leur place dans la main des enfants. En plus des conseils de sécurité correspondants, il doit apparaître sur l'étiquette de ces produits chimiques s'ils peuvent être remis aux utilisateurs privés.
« classe de toxicité libre » OFSP-T-Numéro Bande de toxicité (Produits chimiques pour pour les utilisateurs privés contenant des substances dangereuses selon art. 3 OChim)	Pour des produits chimiques, cette déclaration donne une idée fausse sur le danger ou l'innocuité.

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

Déclarations non-autorisées	Remarque
« produit biocide à faible risque », « non toxique » « ne nuit pas à la santé »	Les produits biocides sont soumis à une autorisation à cause de leur dangerosité, des déclarations banalisantes comme celles-ci sont explicitement interdites par l'ordonnance sur les produits biocides.
« Vaporiser le produit biocide agit encore mieux! » (Produit biocide avec autorisation pour une application liquide)	Pas autorisé, si l'autorisation n'est délivrée que pour une application liquide.
« Ce produit biocide éloigne les insectes » (spray contre les insectes contenant de la perméthrine)	La déclaration n'est pas autorisée car la perméthrine est notifiée seulement comme insecticide et non pas comme répulsif (PA19).
« Non-polluant » « écologique » « respectueux de l'environnement » « Inoffensif » « écologiquement non-dangereux » « écologique » « sûr pour l'environnement » « respectueux de la nature » « respectueux des eaux » « respectueux de la couche d'ozone » « biodégradable »	Une déclaration globale doit inclure une description (énonciation ou explication) plus précise sur la propriété prétendue. Pour les substances et préparations qui doivent être classées dangereuses, les déclarations de ce genre sont inadmissibles (voir en détail sous chiffre 2.8).
« Sans chimie »	N'est pas pertinent pour des produits chimiques
« Lessive Bio » (avec des substances difficilement biodégradables H410, H411, H412 ou H413)	Le produit chimique contient des substances difficilement biodégradables (H410, H411, H412 ou H413). La mention de «Bio» dans le nom du produit donne une fausse idée sur l'impact environnemental.
« Soft-Cleaner », « Nettoyant doux » (avec substances corrosives skin corrosive 1B, 1C avec H314)	Non autorisé pour des produits chimiques qui présentent des propriétés corrosives (skin corrosive 1B, 1C avec H314) parce que les noms peuvent donner une fausse idée des dangers pour l'homme.
« contrôlé par l'OFSP (ou OFEV, OFAG) »	Non autorisé car il donne une fausse idée des dangers pour l'environnement et la santé. Les offices fédéraux ne vérifient pas systématiquement chaque produit chimique.
« conseillé par l'OFSP (ou OFEV, OFAG) »	Non autorisé car il donne une fausse idée des dangers pour l'environnement et la santé. Les offices fédéraux ne donnent pas de recommandations pour les produits chimiques.
« Desinfecto » « Insect killer »	Les dénominations impliquent un effet biocide du produit chimique. Ces dénominations ne sont pas autorisées pour des préparations/substances normales, il faut faire absolument autoriser le produit chimique comme biocide.
Nettoyant d'écoulement Bio « une utilisation régulière empêche l'obstruction de l'écoulement et les mauvaises odeurs de manière naturelle et écologique ».	Le produit chimique contient des composants chimiques classiques, l'effet est essentiellement chimique et n'a rien à voir avec le «biologique» et le «naturel» Le produit chimique est bien 100 % biodégradable, mais en principe chaque produit de nettoyage doit déjà être biodégradable à au moins 80 %. En outre, les clients s'attendent à des principes actifs « biologique » et non que

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

Déclarations non-autorisées	Remarque
	le « Bio » se rapporte à la biodégradation du produit.

Déclarations autorisées	Remarque
« classé comme non dangereux selon l'ordonnance sur les produits chimiques »	Déclaration correcte si la classification est correcte.
« Ingrédients naturels » « Principes actifs naturels » « Sans additifs chimiques »	Correct si aucun composant ou principe actif synthétique n'est présent dans le produit chimique. Toutefois cela ne donne aucune indication sur la dangerosité du produit chimique, car les composants naturels peuvent aussi être dangereux.
« Composants identiques aux composants naturels »	Déclaration objectivement correcte, car « Composants identiques aux composants naturels » signifie que les substances ont été synthétisées et non isolées d'une source naturelle.
« Les agents de surface sont facilement biodégradables selon OCDE – méthode de test 301B »	La méthode indiquée est mentionnée pour vérifier la biodégradation des agents de surface selon la directive ¹² sur les détergents de la CE.
« Bio-Nettoyant* » *) contient seulement des substances naturelles	La déclaration est précisée.
« Desinfecto », « Bactero-Killer », « Viro-Stop »	Permis si le produit chimique est autorisé comme désinfectant.
« Respectueux de l'environnement, parce que sans solvant organique »	La déclaration est correcte s'il s'agit d'une gamme de produits dans laquelle des solvants organiques sont utilisés généralement ou ont été utilisés (mais pas, par ex., pour les produits de lavage de la vaisselle à la main).
« Moins polluant. Ce nouveau modèle consomme 20 % d'énergie en moins que notre modèle précédent. »	Déclaration claire et compréhensible
« Les agents de surface sont facilement biodégradables selon la méthode de test 301B de l'OCDE »	La déclaration n'est pas incompatible avec les dispositions légales sur la publicité des produits chimiques, bien que tous les agents tensioactifs dans les détergents et agents de nettoyage doivent être facilement dégradables (annexe 2.1, ch. 2, al. 1, let. e à g, ORRChim; annexe 2.2, ch. 2, al. 1, let. c à e, ORRChim).
« sans phosphate » (sur les lessives)	La déclaration n'est pas incompatible avec les dispositions légales sur la publicité pour les produits chimiques, bien qu'aucune lessive ne puisse contenir des phosphates (annexe. 2.1, ch. 2, al. 1, let. b, ORRChim).
« Sans CFC » (sur les doses aérosols)	La déclaration n'est pas incompatible avec les dispositions légales sur la publicité pour les produits chimiques, bien qu'aucun générateur d'aérosol ne puisse contenir des substances appauvrissant la couche d'ozone (annexe 2.12, ch. 2, al.1, ORRChim), mis à part les éventuelles exceptions pour les médicaments et dispositifs médicaux (annexe 2.12,

¹² Règlement (CE) N°648/2004 du 31 mars 2004 relatif aux détergents (JO UE N° L 104 p.1)

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

Déclarations autorisées	Remarque
	ch. 3, al. 1, ORRChim).
« peinture sans plomb »	La déclaration n'est pas incompatible avec les dispositions légales sur la publicité pour les produits chimiques, bien que les peintures et les vernis ne doivent pas contenir de plomb (annexe 2.8, ch. 2, al. 2, ORRChim). Des exceptions peuvent exister pour les véhicules ou les appareils électriques et électroniques (annexe 2.8, ch. 3, al. 2, let. c, ORRChim).
Désignation de produit « Eco »	Même si en langue allemande, cette désignation se limite à l'appellation « écologique » on comprend normalement en français le préfixe « Eco » comme « économique » (emballage économique) et il faudrait toujours considérer cet aspect.

6. Autres indications

6.1. Publicité et délimitation à d'autres domaines juridiques

La publicité de certains effets d'un produit peut conduire à ce que celui-ci, à cause de cette publicité, soit soumis à une autre législation et donc à d'autres exigences à satisfaire. Pour la classification du produit, non seulement sa publicité explicite est à considérer, mais aussi l'ensemble de la présentation par laquelle l'attente d'un client peut être éveillée.

Le tableau suivant fournit des indices pour la classification d'un produit en fonction de sa publicité. Selon le cas, les critères de sélection correspondants aux gammes de produits ou aux domaines juridiques doivent être observés.

Type de publicité	Domaine juridique concerné
Application sur corps sain	Produit cosmétique
Allégation thérapeutique de toutes sortes	Médicament
Lutte contre les parasites des plantes et des récoltes brutes	Produits phytosanitaires
Produit désinfectant ou de lutte contre les microbes, les algues, les champignons, les parasites (sans les produits phytosanitaires)	Produit biocide

6.2. Publicité déloyale

La commission Suisse pour la loyauté a élaboré un document intitulé « Règles : Loyauté dans la communication commerciale », qui tient aussi compte des recommandations de la Chambre de Commerce Internationale ICC (<http://www.faire-werbung.ch/fr/> -> règles).

6.3. Code ICC sur les pratiques de publicité et de communication marketing

Le code consolidé sur les pratiques de publicité et de communication marketing de la Chambre de Commerce Internationale ICC contient dans le chapitre E des directives détaillées sur les allégations environnementales (<http://www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html>).

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019

6.4. Lignes directrices relatives à l'utilisation et à l'évaluation des déclarations environnementales de l'UE

L'UE a publié en décembre 2000 les lignes directrices relatives à l'utilisation et à l'évaluation des déclarations environnementales. Les lignes directrices sont en accord avec la norme ISO 14021:1999 « Environmental labels and declarations – Self-declared environmental claims (Type II environmental labelling) ».

(http://ec.europa.eu/consumers/cons_safe/news/green/guidelines_fr.pdf).

6.5. Directive 2006/114/CE du parlement européen et du conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative.

JO. L 376 du 27.12.2006, p. 21

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:376:0021:0027:FR:PDF>

7. Historique des changements dans ce document

Version	Date	Chapîtrel	Changement
1	8.3.2016		Version de base après la révision totale de l'OChim
2	01.3.2017	4.1.1 4.2 5 Dans tous le document	Nouveau chapitre "échantillons publicitaires" Publicité pour les produits biocides précisée Les phrases R de la classification sont été remplacer par des phrases H. Liens actualisés
3	9.7.2019	4.1, p. 12	Clarification sur les informations nécessaires dans la publicité de la vente à distance.

Pour de plus amples informations :

Office fédéral de la santé publique, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, téléphone +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeldestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, Version 3

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2019