



Titre court : Guide sur la publicité et le marketing des produits chimiques

Document Internet

Date :

19.07.2023

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),
Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV)

Département fédéral de l'économie (DFE),
Office fédéral de l'agriculture (OFAG),
Secrétariat d'État 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 et du marketing pour les produits chimiques

Recommandations pour l'exécution des dispositions relatives à la publicité pour les substances et les préparations de l'ordonnance sur les produits chimiques, de l'ordonnance sur les produits biocides, de l'ordonnance sur les produits phytosanitaires et de l'ordonnance sur les engrais

Version 4.1, 19 juillet 2023

Le présent guide s'adresse aux organes cantonaux d'exécution. Il explique les réglementations légales concernant la publicité pour les produits chimiques, les produits biocides, les produits phytosanitaires ainsi que les engrais et illustre, à l'aide d'exemples, quelles déclarations publicitaires et mesures de marketing 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 :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

Table des matières

1.	Introduction	4
2.	Définitions	4
2.1.	Notion de produits chimiques.....	4
2.2.	Notion de publicité.....	4
3.	Informations obligatoires	4
3.1.	Informations obligatoires pour la vente à distance.....	4
3.2.	Publicité pour les produits biocides.....	5
3.3.	Publicité pour les produits phytosanitaires.....	6
3.4.	Publicité pour les engrais.....	6
3.5.	Publicité pour les piles.....	6
4.	Restrictions en matière de publicité	7
4.1.	Publicité pour les produits soumis à autorisation.....	7
4.2.	Informations obligatoires sur les termes utilisés dans la publicité.....	7
4.3.	Termes non autorisés sur les produits.....	7
5.	Informations complémentaires spécifiques	7
5.1.	Publicité sur la dégradation d'un produit chimique.....	7
5.2.	Publicité avec des distinctions comme des labels verts, écolabels, labels de qualité ou de santé.....	8
5.3.	Nom du produit.....	8
5.4.	Publicité avec des allégations trompeuses.....	8
5.5.	Échantillons publicitaires.....	9
6.	Présentation	9
6.1.	Confusion avec des denrées alimentaires.....	9
6.1.1.	Illustrations de denrées alimentaires sur les produits chimiques.....	9
6.1.2.	Emballages alimentaires pour produits chimiques.....	9
6.1.3.	Attrait pour les enfants.....	10
7.	Exemples de déclarations publicitaires autorisées et non autorisées	10
7.1.	Exemples de déclarations publicitaires non autorisées.....	10
7.2.	Exemples de déclarations publicitaires autorisées (dans la publicité, mais pas sur le produit)	12
7.3.	Exemples de cas limites.....	12
8.	Autres indications	12
8.1.	Publicité et délimitation à d'autres domaines juridiques.....	12
8.2.	Publicité déloyale.....	13
8.3.	Code ICC sur les pratiques de publicité et de communication marketing.....	13
8.4.	Lignes directrices de l'UE concernant l'utilisation et l'évaluation des déclarations environnementales.....	13

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

8.5.	Directive 2006/114/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative.....	13
9.	Annexe Lignes directrices pour l'évaluation des illustrations de denrées alimentaires	14
10.	Annexe Législation	15
10.1.	Loi sur les produits chimiques (LChim, RS 813.1).....	15
10.2.	Loi sur la protection de l'environnement (LPE, RS 814.01).....	15
10.3.	Ordonnance sur les produits chimiques (OChim, RS 813.11).....	15
10.4.	Ordonnance sur les produits biocides (OPBio, RS 813.12)	16
10.5.	Ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques (ORRChim, RS 814.81)	16
10.6.	Ordonnance sur les produits phytosanitaires (OPPh, RS 916.161).....	17
10.7.	Ordonnance sur les engrais (OEng, RS 916.171)	17
11.	Historique des modifications	18

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
 tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

1. Introduction

Pour vendre des produits, il faut, d'une part, en faire la promotion et, d'autre part, dans la mesure du possible, les concevoir de manière à les rendre attrayants dans les points de vente. La publicité et la conception de produits sont des mesures de marketing dans la vente et doivent donc être considérées comme un tout. Les dispositions légales portent soit sur la publicité en général, soit spécifiquement sur l'étiquetage et la conception des produits. La conception du produit doit être prise en compte pour évaluer les règles de publicité, alors que les règles d'étiquetage ne concernent que l'étiquette du produit. Les exigences légales sont examinées ci-dessous du point de vue :

- des informations obligatoires ;
- des restrictions ;
- des informations complémentaires spécifiques ; et
- de la présentation du produit.

2. Définitions

2.1. 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 liées 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'être humain ou aux animaux ainsi que les produits cosmétiques à usage humain.

2.2. 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 figurant sur l'étiquette ou l'emballage d'un produit. Les règles relatives à la publicité et celles relatives à l'étiquetage s'appliquent de manière égale et autonome.

3. Informations obligatoires

Les informations obligatoires existent, d'une part, pour la publicité de certaines catégories de produits et, d'autre part, pour la vente à distance (commerce en ligne, commandes par catalogue, etc.).

3.1. Informations obligatoires pour la vente à distance

La publicité pour les produits chimiques doit inclure des indications sur les 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.

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

En août 2019, l'ECHA a précisé (FAQ ID 273¹) les informations à fournir comme suit : les pictogrammes de danger, la mention d'avertissement et les phrases H doivent être indiqués dans la publicité pour les mélanges (en Suisse : préparations). Cette précision doit être appliquée telle quelle en Suisse.

Exemple d'étiquette



Mise en œuvre de cet exemple pour la vente à distance dans une boutique en ligne :

Pictogramme(s) de danger	de	Niveau danger	de	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

Remarque : si les phrases H sont inscrites en toutes lettres, le numéro de la phrase H peut être omis. Il est également possible d'indiquer uniquement les numéros de phrases H si toutes les phrases H concernées sont disponibles en toutes lettres à un endroit stratégique du catalogue ou du site web. Cet endroit doit être explicitement mentionné dans les numéros de phrases H.

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

3.2. Publicité pour les produits biocides

On ne peut faire de la réclame que pour les produits biocides qui sont autorisés ou déclarés², et qui peuvent être mis sur le marché (art. 50, al. 1, OPBio). Les produits biocides actuellement autorisés et

¹ <https://echa.europa.eu/de/support/qas>

²Produits biocides déclarés selon la procédure simplifiée ou qui appartiennent à une famille de produits biocides autorisée ; art. 3, al. 3, let. a et b, OPBio

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, tél. +41 (0)58 462 73 05, cheminfo@bag.admin.ch, www.bag.admin.ch/anmeidestelle

Guide sur l'application de la publicité pour les produits chimiques, version 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

déclarés peuvent être consultés dans le [Registre public des produits biocides de l'Organe de réception des notifications des produits chimiques](#).

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.* » Ces phrases doivent être aisément lisibles et se distinguer clairement de l'ensemble de la publicité. Le terme « biocide » peut être remplacé par le type de produit correspondant (insecticide, rodenticide, etc.), conformément à l'art. 50, al. 3, OPBio.

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 en relation avec l'art. 38, al. 1). La publicité pour les produits biocides ne doit pas faire référence aux écolabels/labels écologiques (5.2).

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 (cf. art. 43 OPBio).

3.3. 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 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 « produits phytosanitaires » 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, 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. De plus, conformément à l'annexe 2.5 ORRChim, les illustrations ne doivent pas montrer de surfaces sur lesquelles l'utilisation du produit en question est interdite.

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 à 12 OChim en relation avec les art. 19 à 23 du règlement UE-CLP doivent être clairement visibles sur le produit.

3.4. Publicité pour les engrais

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

Toute publicité doit indiquer clairement 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, conformément à l'art. 1, al. 3, OEng.

3.5. Publicité pour les piles

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

4. Restrictions en matière de publicité

La publicité ne doit ni induire une fausse idée sur la dangerosité pour l'être humain 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 fautive 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, donnent l'impression fautive d'un bénéfice pour la santé ou l'environnement. La conception de l'emballage peut aussi induire une fautive idée.

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

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. Cette disposition 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.

4.1. Publicité pour les produits soumis à autorisation

Les produits soumis à autorisation ne peuvent faire l'objet d'une publicité que s'ils disposent d'une autorisation. Cela concerne :

- les produits biocides (point 3.2) ;
- les produits phytosanitaires (point 3.3) ; et
- les engrais soumis à autorisation (point 3.4).

4.2. Informations obligatoires sur les termes utilisés dans la publicité

Les termes tels que « dégradable », « écologiquement inoffensif », « écocompatibilité » et « inoffensif pour les eaux » ne peuvent être utilisés en publicité que si les propriétés qu'ils désignent sont simultanément explicitées (art. 60, al. 2, OChim). Il s'agit d'un écart par rapport aux dispositions relatives aux substances et aux préparations dans l'UE. En revanche, de telles mentions ne peuvent pas être utilisées pour les produits biocides, même dans la publicité (cf. art. 50, al. 2, en relation avec l'art. 38, al. 1, OPBio).

4.3. Termes non autorisés sur les produits

Les mentions telles que « non toxique », « non nocif », « écocompatibilité », « écologique » ou toute autre remarque indiquant l'absence de propriétés dangereuses de la substance ou de la préparation / du mélange, ou qui ne sont pas cohérentes avec la classification de la substance ou de la préparation / du mélange, ne peuvent pas figurer sur l'étiquette ou l'emballage de la substance ou du mélange.

Des dispositions supplémentaires sont prévues pour :

- les produits biocides (point 3.2) ; et
- les produits phytosanitaires (point 3.3).

5. Informations complémentaires spécifiques

5.1. Publicité sur la dégradation d'un produit chimique

Les déclarations sur la dégradation des produits chimiques se rapportent généralement à la dégradation biologique. Elles doivent inclure la méthode d'essai et l'ampleur de la dégradation, ainsi que la fourchette temporelle utilisée dans la méthode d'essai à laquelle se réfère l'indication de la dégradabilité. De plus, il doit être clair à quoi se réfère l'indication de dégradabilité. En règle générale, on détermine la biodégradation de certains ingrédients ou groupes d'ingrédients (p. ex. les agents de surface

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

anioniques, cationiques ou non ioniques dans les lessives et les produits de nettoyage). Pour déterminer la dégradabilité des substances et des préparations, seules des méthodes d'essai reconnues selon l'annexe 2, ch. 2, OChim peuvent être utilisées. Les déclarations concernant la dégradabilité d'un produit chimique dans la publicité devraient se fonder sur des procédures d'essai reconnues.

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

Les informations suivantes ne s'appliquent pas aux produits biocides.

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, il est possible de vérifier si un produit remplit effectivement les critères de désignation définis pour une distinction. 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.

Les distinctions ci-dessous appartiennent par exemple aux labels verts reconnus comme dignes de confiance par les autorités fédérales.

Label vert européen	www.ec.europa.eu/environment/ecolabel/	
L'ange bleu	http://blauer-engel.de/	
Le label vert nordique « Nordic Swan »	https://www.nordic-ecolabel.org	
Le label vert autrichien « Umweltzeichen-Bäume »	http://www.umweltzeichen.at/	
NF Environnement	http://www.marque-nf.com/nf-environnement	

5.3. 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 est acceptable. Voir le point 7 pour des exemples.

5.4. Publicité avec des allégations trompeuses

Les allégations liées à des propriétés qu'un produit chimique doit remplir en raison de dispositions légales en vigueur (p. ex. qu'un produit ne contienne pas certaines substances interdites) peuvent être irréprochables sur le fond et ne pas être en soi en contradiction avec les dispositions juridiques relatives à la publicité citées dans ce guide. Il s'agit toutefois de conditions impératives pour la mise sur le marché

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

de tout produit chimique. La publicité comportant de telles évidences suggère que les exigences n'existent pas. De telles allégations sont considérées comme trompeuses et sont donc interdites. Elles violent également les dispositions de la LCD. S'il s'agit d'un message qui concerne une exigence suisse qui ne s'applique pas dans l'UE, ce message publicitaire est admis sur la base des dispositions de la loi fédérale sur les entraves techniques au commerce (LETC ; RS 946.51 ; « Principe Cassis de Dijon »³). Ce principe n'est toutefois pas valable pour les produits biocides.

5.5. Échantillons publicitaires

Il découle des explications 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. Concrètement, cela implique 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.

6. Présentation

En principe, les emballages contenant des substances ou des préparations dangereuses ne doivent pas être conçus de manière à donner aux consommateurs l'impression qu'il s'agit d'un produit comestible ou non dangereux. En particulier, ils ne doivent pas pouvoir être confondus avec des denrées alimentaires, des produits cosmétiques, des produits thérapeutiques ou des aliments pour animaux.

6.1. Confusion avec des denrées alimentaires

Il n'existe pas de critère légal concret permettant de définir s'il existe un risque de confusion avec une denrée alimentaire. Il faut donc décider au cas par cas en fonction des mentions publicitaires figurant sur le produit et de l'impression générale que donnent la présentation, l'emballage et l'étiquetage de ce dernier. L'objectif est d'éviter des confusions et des accidents, en particulier chez les enfants en bas âge, les personnes âgées et les personnes ayant des difficultés de lecture.

6.1.1. Illustrations de denrées alimentaires sur les produits chimiques

En ce qui concerne le risque de confusion avec des denrées alimentaires, les emballages contenant des illustrations de fruits et d'autres denrées sont particulièrement délicats. L'annexe 9 contient des lignes directrices pour l'évaluation des illustrations de denrées alimentaires sur les produits chimiques.

6.1.2. Emballages alimentaires pour produits chimiques

Bien qu'il n'existe pas d'exclusivité générale pour les emballages alimentaires, il faut éviter que le type d'emballage des produits chimiques ne crée un risque de confusion. Un exemple typique de risque de confusion inacceptable est celui des bouteilles PET standard utilisées pour les boissons.

Dans le cas des emballages coque, les pictogrammes de danger doivent être affichés plusieurs fois de manière à ce que les consommateurs puissent toujours savoir qu'il ne s'agit pas d'un médicament.

³ Loi fédérale du 6 octobre 1995 sur les entraves techniques au commerce (LETEC ; RS 936.51) ; https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1996/1725_1725_1725/fr

6.1.3. Attrait pour les enfants

Les enfants ont leur propre perception et n'adoptent pas toujours le comportement attendu par les adultes. Des indications sur l'attractivité des produits chimiques se trouvent par exemple dans la littérature scientifique⁴.

Il faut absolument éviter les présentations de produits chimiques qui ressemblent à des jouets, par exemple sous forme de poupées.

7. Exemples de déclarations publicitaires autorisées et non autorisées

7.1. Exemples de déclarations publicitaires non autorisées

Valable pour tous les produits chimiques	
Déclarations non autorisées	Remarque
Affirmations publicitaires à caractère général (ne figurant pas sur l'étiquette) : « non polluant » « écocompatibles » « respectueux de l'environnement » « 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. Ces déclarations ne sont pas autorisées pour les produits biocides (voir ci-dessous).
« Sans chimie »	N'est pas pertinent pour des produits chimiques.
« sans chlorofluorocarbures » ou « sans CFC » (sur les bombes aérosols)	En Suisse (annexe 2.12, ch. 2, al. 1, ORRChim) et dans l'UE, les aérosols ne peuvent contenir des substances appauvrissant la couche d'ozone ; cette déclaration est donc interdite.
« 100 % biodégradable » pour les solutions qui libèrent du chlore actif.	Le chlore actif, l'acide hypochloreux et l'hypochlorite sont des substances inorganiques non biodégradables.
« Lessives Bio » (Produits chimiques avec H410, H411, H412 ou H413)	Les produits chimiques sont dangereux pour l'environnement (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), car les noms peuvent donner une fausse idée des dangers pour l'être humain.
Nettoyant d'écoulement Bio « Une utilisation régulière empêche l'obstruction de l'écoulement et les mauvaises odeurs de manière naturelle et écologique. » (Produits de nettoyage contenant des ingrédients chimiques)	Les produits de nettoyage contiennent des composants chimiques classiques ; l'effet est essentiellement chimique et n'a rien de « biologique » ou de « naturel ». En principe, chaque produit de nettoyage doit déjà être biodégradable à au moins 80 %. En outre, les clients s'attendent à des principes actifs « biologiques » et non que le « Bio » se rapporte à la biodégradation du produit.

⁴ Noah Bosshart, Angela Bearth, Stephanie Wermelinger, Moritz Daum, Michael Siegrist, Seeing household chemicals through the eyes of children—Investigating influential factors of preschoolers' perception and behavior, Journal of Safety Research, volume 83, 2022, pages 400-409

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

Valable pour tous les produits chimiques	
Déclarations non autorisées	Remarque
« contrôlé par l'OFSP (ou OFEV, OSAV, OFAG) »	Non autorisé, car cela 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, OSAV, OFAG) »	Non autorisé, car cela 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 » « Insecte killer »	Ces dénominations impliquent un effet biocide du produit chimique. Elles ne sont pas autorisées pour des préparations/substances normales ; il faut faire obligatoirement autoriser le produit chimique comme biocide.

Valable spécifiquement pour les produits biocides	
Déclarations non autorisées	Remarque
« Eco », « Organic », « Green » ou « Bio » dans le nom du produit	La mention « éco » ou « bio » ou toute autre déclaration similaire dans le nom du produit n'est pas autorisée pour les produits biocides, même si le produit n'est pas classé. La mention « éco » dans le nom du produit est autorisée au cas par cas si elle est associée à « économique » (et non à « écologique »). Voir point 5.3 Cas limites.
« Non polluant » « éocompatible » « respectueux de l'environnement » « écologiquement non dangereux » « écologique » « sûr pour l'environnement » « respectueux de la nature » « respectueux des eaux » « respectueux de la couche d'ozone » « biodégradable »	Ces déclarations ou des indications similaires ne sont pas autorisées pour les produits biocides.
« Vaporiser le produit biocide agit encore mieux! » (Produit biocide avec autorisation pour une application liquide)	Non autorisé si l'autorisation n'a été accordée 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 autorisée seulement comme insecticide (PA18) et non comme répulsif (PA19).
« Produit biocide à faible risque », « Produit biocide non toxique », « Produit biocide ne nuisant 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.

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

7.2. Exemples de déclarations publicitaires autorisées (dans la publicité, mais pas sur le produit)

Déclarations autorisées	Remarque
« Classé comme non dangereux selon l'ordonnance sur les produits chimiques »	Déclaration correcte si la classification est correcte.
« Desinfecto », « Bactero-Killer », « Viro-Stop »	Permis si le produit chimique est autorisé comme biocide 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 p. ex. pour le liquide vaisselle) et qui ne contient pas d'autres ingrédients dangereux pour l'environnement. Cette déclaration n'est pas autorisée pour les produits biocides (voir point 4.2).
« Moins polluant. Ce nouveau modèle consomme 20 % d'énergie en moins que notre modèle précédent. »	Déclaration claire et compréhensible
« sans phosphate » (sur les lessives)	Conformément à l'annexe 2.1, ch. 2, al. 1, let. a, ORRChim, les lessives ne doivent pas contenir de phosphates. Toutefois, comme le règlement de l'UE sur les lessives autorise certaines quantités de phosphates, cette déclaration est acceptable en vertu du principe du Cassis de Dijon (voir point 3.2.4).
Mention « sans R134a » pour les gaz propulseurs des aérosols	L'utilisation du gaz stable dans l'air R134a comme gaz propulseur est interdite en Suisse, mais encore autorisée dans l'UE. Par conséquent, cette déclaration est acceptable en application du principe du Cassis de Dijon (LETC ; voir point 5.4).

7.3. Exemples de cas limites

Déclarations	Remarque
Désignation de produit « éco »	En français, « éco » est souvent associé à « économique » (et non à « écologique »). Il est important de tenir compte de cet aspect et de procéder au cas par cas.

8. Autres indications

8.1. 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. 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 indications 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 (externe)	Produit cosmétique
Ingestion par voie orale / digestive (sans allégations thérapeutiques)	Denrées alimentaires / compléments alimentaires
Inhalation active (sans allégations thérapeutiques)	Étude au cas par cas ; les produits appartiennent généralement à la catégorie des denrées alimentaires ou des produits du tabac.
Inhalation passive (parfums d'intérieur, etc.)	Normalement, produits chimiques ; dans certains cas, d'autres domaines juridiques peuvent être concernés, comme les produits thérapeutiques.
Allégations thérapeutiques de toutes sortes	Produits thérapeutiques
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

8.2. 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).

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

Le code consolidé sur les pratiques de publicité et de communication marketing de l'ICC contient dans le chapitre E des directives détaillées sur les allégations environnementales (<https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2021/11/icc-environmental-framework-2021-final.pdf>).

8.4. Lignes directrices de l'UE concernant l'utilisation et l'évaluation des déclarations environnementales

L'UE a publié en décembre 2021 les « Lignes directrices concernant l'interprétation et l'application de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur ». Ce document contient une section sur les allégations environnementales.

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex:52021XC1229\(05\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex:52021XC1229(05))

8.5. 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:DE:PDF>

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

9. Annexe Lignes directrices pour l'évaluation des illustrations de denrées alimentaires

En principe, aucune illustration de denrée alimentaire n'est tolérée sur les emballages de substances et de préparations

- qui appartiennent aux groupes 1 ou 2 (au sens de l'art. 61 OChim) ;
- qui contiennent plus de 3 % de méthanol ou plus de 1 % de dichlorométhane ;
- dont la contenance est inférieure à 20 ml ;
- qui contiennent des produits biocides et phytosanitaires étiquetés comme dangereux, sauf si l'illustration est liée à l'efficacité des produits (p. ex. illustration de framboises sur un produit phytosanitaire destiné à protéger les cultures de baies) ;
- étiquetés avec au moins un des pictogrammes de danger SGH suivants :
 - GHS01 Bombe qui explose
 - GHS05 Corrosif
 - GHS06 Tête de mort avec os croisés
 - GHS08 Danger pour la santé

Une certaine marge de tolérance existe pour tous les autres produits. Afin de garantir une application uniforme dans toute la Suisse, il faut prendre en compte les aides à la décision suivantes :

- L'illustration de la denrée alimentaire ne doit pas être le seul élément graphique sur l'emballage (et ne doit pas monopoliser l'attention) ;
- Au moins un autre élément graphique ne prêtant pas à confusion doit être plus percutant que l'illustration représentant la denrée alimentaire (les polices de caractères et les symboles de danger ne sont pas considérés comme des éléments graphiques) ;
- Pour les produits biocides et phytosanitaires, s'il existe un lien entre l'utilisation autorisée et l'illustration (p. ex. illustration de framboises sur un produit phytosanitaire destiné à protéger les cultures de baies).

La taille de l'illustration représentant la denrée alimentaire ne doit pas dépasser celle des symboles de danger. Il faut donc veiller à ce qu'elle respecte les dimensions suivantes :

Taille de l'emballage [ml]	Somme de la longueur et de la largeur max. de l'illustration [cm]
< 20	illustration interdite
20	2
> 20 - 50	3
> 50 - 100	4
> 100 - 250	5
> 200 - 500	6
> 500 - 1000	7
> 1000 - 2000	9
> 2000	15

Lors de l'évaluation, il faut également tenir compte de l'impression générale que dégage le produit, qui est notamment donnée par :

- son parfum ;
- sa forme ;
- sa ressemblance avec une denrée alimentaire ;
- son attractivité ;
- le choix et la disposition des couleurs ;
- le type d'emballage.

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques, tél. +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 4

Cette publication est également disponible en allemand et en italien.

Juillet 2023

10. Annexe Législation

10.1. Loi sur les produits chimiques (LChim, RS 813.1)⁵

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.

10.2. Loi sur la protection de l'environnement (LPE, RS 814.01)⁶

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

10.3. Ordonnance sur les produits chimiques (OChim, RS 813.11)⁷

Art. 8 Emballage

-> Art. 45 CLP

Art. 10 Étiquetage

¹ Le fabricant qui met à disposition de tiers ou remet à des tiers des substances ou des préparations dangereuses doit les étiqueter conformément aux dispositions suivantes:

- a. les art. 17, al. 1, 18, sauf al. 2, dernière phrase, 19 à 23, 25, al. 1, 3 et 4, 26 à 28, 29, al. 1 à 4, 31 et 32, al. 1 à 5 du règlement UE-CLP;

Art. 25 (4) du règlement UE-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.

⁵ Loi fédérale du 15 décembre 2000 sur la protection contre les substances et les préparations dangereuses (10.1. Loi sur les produits chimiques, LChim, RS 813.1) : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2004/724/fr>

⁶ Loi fédérale du 7 octobre 1983 sur la protection de l'environnement (Loi sur la protection de l'environnement, LPE, RS 814.01) : https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1984/1122_1122_1122/fr

⁷ Ordonnance du 5 juin 2015 sur la protection contre les substances et les préparations dangereuses (Ordonnance sur les produits chimiques, OChim, RS 813.11) : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2015/366/de>

Art. 57 Entreposage

6 Les substances et préparations dangereuses ne peuvent être transvasées et entreposées que dans des récipients conformes aux exigences suivantes:

...

- d) ils ne doivent pas avoir une forme ou une esthétique susceptible d'attirer ou d'encourager la curiosité des enfants.*

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» et «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-CLP.

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 Échantillons

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.

10.4. Ordonnance sur les produits biocides (OPBio, RS 813.12)⁸

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.

10.5. Ordonnance sur la réduction des risques liés aux produits chimiques (ORRChim, RS 814.81)⁹

⁸ 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) : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2005/468/fr>

⁹ 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) : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2005/478/fr>

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.

10.6. Ordonnance sur les produits phytosanitaires (OPPh, RS 916.161)¹⁰

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.*

10.7. Ordonnance sur les engrais (OEng, RS 916.171)¹¹

Art. 1 Objet et champ d'application

- 3 Au demeurant, l'utilisation des engrais est régie par les dispositions de l'ordonnance du 5 juin 2015 sur les produits chimiques (OChim)...*

Explication : l'utilisation comprend également la publicité. Les art. 55 à 68 OChim traitent de la notion d'utilisation. Les art. 60 et 68 OChim s'appliquent donc 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.*

¹⁰ Ordonnance du 12 mai 2010 sur la mise en circulation des produits phytosanitaires (Ordonnance sur les produits phytosanitaires, OPPh, RS 916.161) : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2010/340/fr>

¹¹ Ordonnance du 10 janvier 2001 sur la mise en circulation des engrais (Ordonnance sur les engrais, OEng, RS 916.171) : <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2001/105/fr>

11. Historique des modifications

Version	Date	Chapitre	Modification
4	19.07.2023	Restructuration	Restructuration du guide ; ajout des illustrations représentant des denrées alimentaires ; adaptation de la publicité avec des évidences légales ; mise à jour des exemples

Pour de plus amples informations :

Bundesamt für Gesundheit, Unité de direction Protection des consommateurs, Organe de réception des notifications des produits chimiques,
tél. +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 4
Cette publication est également disponible en allemand et en italien.
Juillet 2023