

LISTE DE TOUS LES INGRÉDIENTS :

La nécessité d'opter pour un étiquetage des produits d'entretien plus rigoureux



Faute de liste d'ingrédients et d'étiquette de mise en garde, des produits de nettoyage et de soins personnels exposent quotidiennement les Canadiens à des substances toxiques qui sont associées à l'apparition d'allergies, de perturbations endocriniennes ou hormonales – voire du cancer. Plusieurs d'entre elles sont même des polluants persistants dans l'environnement.

En 2012, l'Organisation mondiale de la santé et le Programme des Nations Unies pour l'environnement ont rendu public un important examen technique des substances chimiques agissant comme perturbateurs endocriniens, en indiquant que les substances chimiques dans les produits de consommation peuvent être associées au nombre croissant des cancers du sein, de la thyroïde et de la prostate¹.

Afin que les consommateurs puissent réduire leur exposition, il faut que le Canada adopte de meilleures règles d'étiquetage de manière à les informer sur les ingrédients nocifs qui se retrouvent dans les produits de nettoyage et de soins personnels.

Dans plusieurs pays, on utilise des étiquettes de mise en garde sur les produits comme le tabac et l'alcool pour informer les consommateurs des dangers potentiels associés à l'exposition à des ingrédients de ces produits². Cette étude résume les résultats de quatre groupes de consultation mandatés par Environmental Defence et animés par Environics Research à Toronto qui ont étudié les opinions et les attitudes des consommateurs canadiens sur l'utilisation d'étiquettes de mise en garde sur les produits de nettoyage et de soins personnels. Les

résultats de ces groupes de consultation ont également été corroborés par une analyse documentaire des politiques sur les étiquettes de mise en garde et sur la divulgation des ingrédients pour différents produits de consommation.

Les consommateurs veulent plus d'information

Les consommateurs canadiens sont de plus en plus conscients des effets des substances chimiques présentes dans les biens ménagers sur la santé et sur l'environnement, et ont fini par s'intéresser davantage à des options de rechange plus sûres³. Toutefois, pour les consommateurs, il est très difficile de savoir avec certitude, en raison des lacunes réglementaires, si un produit de nettoyage ou de soins personnels contient des ingrédients nocifs.

Au Canada, bien souvent, les règles d'étiquetage pour les produits de consommation n'exigent pas que la totalité des ingrédients apparaisse sur les étiquettes de ces produits. Par exemple, il n'est pas nécessaire de rendre publics tous les ingrédients qui entrent dans la composition des produits d'entretien et des mélanges

En 2014, la Fondation David Suzuki a effectué un sondage auprès de 10 500 ménages canadiens et a obtenu les résultats suivants :

15 000 produits



Moins de 50 % des produits affichaient une liste d'ingrédients



Des prétentions de produits « verts » non corroborées sur 25 % des produits

parfumés utilisés dans les produits de soins personnels, de sorte que les consommateurs ne savent pas que ces articles peuvent contenir des substances toxiques. Par ailleurs, si plusieurs grandes entreprises se sont récemment engagées à améliorer les politiques de divulgation des ingrédients, des rapports ont révélé que les programmes à participation volontaire ne suffisent pas⁴.

Bien que les produits de nettoyage doivent afficher des mises en garde concernant les dangers aigus comme l'intoxication, il n'est pas nécessaire de le faire pour les risques de maladies chroniques. En plus de l'inexistence de telles mises en garde, les prétentions que font les entreprises en ce qui a trait à la santé et à l'environnement peuvent être très trompeuses. Un sondage pancanadien effectué en 2012 a révélé les données suivantes : sur plus de 15000 produits qui se retrouvaient chez 10500 participants, moins de la moitié de ces produits affichaient une liste d'ingrédients sur l'emballage et près de 25 % de ces articles comportaient des prétentions de produits «verts»⁵. De manière à ce que les consommateurs puissent faire des choix éclairés, il est essentiel que des étiquettes de mise en garde soient apposées et que tous les ingrédients soient rendus publics.

Politique d'étiquetage : Le Canada accuse un retard par rapport à la Californie et à l'Union européenne

Comme l'indique le tableau ci-dessous, le Canada traîne de la patte en ce qui concerne sa politique d'étiquetage. D'autres régions du monde, notamment l'Union européenne et l'État de la Californie ont modernisé leurs règles d'étiquetage afin de mieux informer les consommateurs et d'améliorer les pratiques de l'industrie.

	Ingrédients des produits de nettoyage	Ingrédients des produits de soins personnels	Ingrédients parfumants	Étiquettes de mise en garde sur les produits de consommation
CANADA	 <p>La divulgation n'est pas obligatoire</p>	 <p>La divulgation est obligatoire, sous réserve de certaines exceptions (p. ex. fragrances)</p>	 <p>La divulgation n'est pas obligatoire</p>	 <p>Ne sont pas obligatoires sur les produits de nettoyage ou de soins personnels pour les substances nocives comme les agents cancérogènes</p>
UNION EUROPÉENNE	 <p>La divulgation est obligatoire pour les détergents</p>	 <p>La divulgation est obligatoire, sous réserve de certaines exceptions (p. ex. fragrances)</p>	 <p>Certains allergènes utilisés dans les fragrances doivent être énumérés</p>	 <p>Sont obligatoires sur les produits d'entretien ménager pour les substances nocives comme les agents cancérogènes</p>
CALIFORNIE	 <p>La divulgation n'est pas obligatoire</p>	 <p>La divulgation est obligatoire, sous réserve de certaines exceptions (p. ex. fragrances)</p>	 <p>La divulgation de certaines substances chimiques préoccupantes seulement</p>	 <p>Sont obligatoires sur les produits de consommation pour les substances chimiques qui causent le cancer ou d'autres conditions chroniques et sur les meubles pour les agents ignifuges</p>

PLUS LAXISTE ←    → PLUS STRICTE

Un meilleur étiquetage influence le comportement des consommateurs et des fabricants

En s'attardant aux autres catégories de produits et aux autres pays, on s'aperçoit qu'en plus d'informer les consommateurs, l'étiquetage exerce une influence sur leur comportement d'achat. Les étiquettes de mise en garde constituent une solution efficace pour renseigner les consommateurs sur les risques potentiels pour la santé associés à l'utilisation d'un certain produit. Par exemple, les mises en garde sur les produits du tabac ont contribué à réduire les taux de tabagisme dans le monde en prévenant les fumeurs des dangers de la cigarette⁶.

De la même façon, les étiquettes sur les produits de soins personnels et d'entretien ménager peuvent également informer les consommateurs des dangers des substances chimiques contenues dans

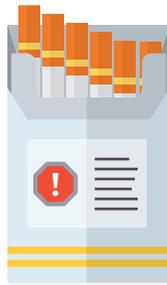
ces mêmes produits (comme le formaldéhyde, un important agent cancérigène dans la fumée de cigarette).

Les règles d'étiquetage des produits peuvent influencer positivement le comportement des fabricants. En 2013, la Californie a mis à jour ses normes sur l'inflammabilité des meubles de façon à exiger qu'on divulgue, sur l'étiquette des produits, l'utilisation d'agents ignifuges – un groupe de substances chimiques associées à la perturbation endocrinienne et à des effets néfastes sur le développement neurologique chez les enfants. Depuis ce temps-là, l'utilisation de certains agents ignifuges les plus courants et dangereux a considérablement diminué aux États-Unis⁷.



ALCOOL

Les étiquettes de mise en garde à l'intention des femmes enceintes aident à éviter les effets nocifs associés à l'alcool chez les foetus.



TABAC

La baisse de la consommation de cigarettes dans plusieurs pays est attribuable en partie aux mises en garde comportant des images et du texte.



MEUBLES

L'étiquetage des meubles rembourrés exempts d'agents ignifuges a provoqué un changement de comportement d'achat – et de fabrication – aux États-Unis.

En 2013, la Californie a mis à jour ses **normes sur l'inflammabilité des meubles** de façon à exiger qu'on divulgue, sur l'étiquette des produits, l'utilisation **d'agents ignifuges – un groupe de substances chimiques associées à la perturbation endocrinienne** et à des effets néfastes sur le développement neurologique chez les enfants.

GROUPES DE CONSULTATION : PRINCIPALES CONCLUSIONS

Les conclusions des groupes de consultation qu'a animés Environics Research confirment l'idée selon laquelle les consommateurs canadiens ne disposent pas de l'information nécessaire pour faire des choix sûrs et sains lors de l'achat de produits de nettoyage et de soins personnels.

Conformément aux observations rapportées dans des documents d'autres pays et sur d'autres catégories de produits, les participants ont réclamé des étiquettes de mise en garde pour informer les consommateurs des dangers d'ordre chronique pour la santé de certains ingrédients se retrouvant dans les produits et ont indiqué qu'ils chercheraient de meilleures solutions de rechange s'ils savaient qu'une substance chimique cancérigène ou nocive est présente dans un produit donné.

L'étiquetage actuel ne protège pas la santé des consommateurs

Les participants aux groupes de consultation ont souligné que les effets à long terme sur la santé ne faisaient pas partie des principaux critères auxquels les consommateurs pensaient lors du choix d'un produit de nettoyage ou de soins personnel. D'autre part, le prix et la reconnaissance de la marque et pour certains, les préoccupations environnementales comptaient parmi les facteurs communs que les participants prenaient en considération. Faute

de réglementation qui garantisse l'exactitude des messages de sécurité et des prétentions en matière de santé, les participants ont généralement admis que les consommateurs avaient la responsabilité d'utiliser les produits de manière sûre en suivant le mode d'emploi fourni avec ces produits. En fait, bon nombre d'entre eux ont mentionné que les caractéristiques

« Sur les paquets de cigarettes, une étiquette indique qu'on peut mourir, pourtant des millions de gens continuent de fumer. Si les entreprises manquent toujours de transparence à ce sujet... il est plus juste d'informer la population et qu'elle prenne ses propres décisions. »

« Je suppose quand j'achète un produit qu'il a fait l'objet de tests. »

d'un produit comme le parfum ou les messages de promotion ont influencé leurs perceptions de la salubrité de ce produit. Il s'agit là d'un fait troublant puisque les participants dans l'ensemble ont fait ressortir le manque de clarté et de cohérence dans la façon d'indiquer les ingrédients ou les effets. Seuls quelques participants ont dit qu'ils lisaient au complet les listes d'ingrédients et cherchaient souvent les ingrédients qui étaient visibles.

La fausse croyance que les ingrédients des produits sont sûrs et ont fait l'objet de tests

Les discussions des groupes de consultation ont révélé que, malgré les problèmes de clarté ou de cohérence des listes

« La seule chose qui nous ait jamais arrêtés, c'est d'apprendre par les médias qu'un produit donné est cancérigène ou qu'il présente un problème sérieux. »

« J'ai confiance dans le processus de fabrication d'un produit – pour moi, ce n'est pas si grave. »

d'ingrédients, les participants dans l'ensemble étaient convaincus que les lois canadiennes actuelles obligeaient les fabricants à soumettre les produits de soins personnels et de nettoyage à des tests rigoureux, surtout s'ils étaient achetés dans des magasins réputés.

En fait, la réglementation canadienne n'exige pas que l'on s'assure de l'innocuité des substances chimiques avant de les mettre sur le marché dans des produits de consommation. De plus, un audit du commissaire à l'environnement du Canada, du Bureau du vérificateur général, a reproché à Santé Canada de manquer de rigueur et d'appliquer incorrectement la réglementation lorsqu'il s'agit de tester l'innocuité des cosmétiques et des produits de soins personnels. Le rapport a également mis en évidence le problème de la divulgation incomplète des ingrédients en insistant sur le fait que l'élément « fragrance » sur la liste d'ingrédients d'un produit peut se composer d'une myriade de substances chimiques qui, selon ce qui a été démontré, représentent un risque pour la santé humaine.⁸ Les conclusions du rapport insistent sur le fait que des produits facilement accessibles contiennent des substances dangereuses. Pourtant, un malentendu semblait régner chez les participants aux groupes de consultation :

« Il nous appartient de vérifier ce que nous ingérons ou nous mettons sur notre peau... mais nous ne sommes pas des scientifiques. Dans des limites raisonnables, ils devraient apposer des mises en garde sur les produits. »

« Ça m'incite à réfléchir. Peut-être qu'il y a quelque chose de mieux. Je peux trouver un autre produit qui fera la même chose. Il existe tellement d'options. »

« Les caractères au dos des produits sont si petits... c'est comme s'ils ne voulaient pas que cela se sache. »

ils ne parvenaient pas à établir si le gouvernement garantit l'innocuité des produits avant leur mise en marché et si on peut s'attendre à ce que les grands détaillants fournissent des produits sûrs.

Les consommateurs ont besoin de la liste de tous les ingrédients, d'étiquettes de mise en garde

Les participants aux groupes de consultation ont reconnu l'utilité des étiquettes de mise en garde sur l'emballage qui indiquent les risques pour la santé associés au produit. Bon nombre d'entre eux ont insisté sur l'importance de veiller à ce que soit bien visible l'information sur le produit en ce qui a trait à la présence de substances chimiques nocives qui peuvent causer de sérieux problèmes de santé, comme le cancer.

Plusieurs participants ont indiqué que le fait de voir une mise en garde sur le cancer ou sur tout autre risque sérieux pour la santé les amènerait à reconsidérer l'achat du produit et à chercher une autre solution plus sûre. Ils ont reconnu que les fabricants avaient la responsabilité et la capacité de modifier la formulation des produits afin d'éviter les substances chimiques préoccupantes de même qu'une diminution de leur chiffre d'affaires découlant d'un changement dans les préférences des consommateurs.

Les données recueillies dans l'État de la Californie, où a été adoptée la Proposition 65, une loi qui impose l'apposition de mises en garde sur les produits contenant des substances chimiques préoccupantes bien précises, comme le bisphénol A, et qui est en vigueur depuis trois décennies, montrent que les fabricants peuvent modifier la composition des produits pour en retirer les ingrédients toxiques afin de se dispenser de l'obligation de mettre des étiquettes d'avertissement sur leurs produits. Par exemple, les grands fabricants ont éliminé le plomb des produits de plomberie.⁹

« Ils s'apercevront que leurs ventes baissent. Ils arrêteront d'offrir des choses que les gens n'aiment pas. »

ÉTIQUETAGE DES PRODUITS EN UNION EUROPÉENNE ET EN CALIFORNIE

À titre illustratif, voici deux exemples d'étiquettes fictives pour des produits d'entretien ménagers vendus en Californie et en Union européenne (avec la version révisée du pictogramme d'avertissement).



CALIFORNIE

 **MISE EN GARDE :** Ce produit peut vous exposer à des substances chimiques, comme les phtalates et le tris chloré, que l'État de la Californie reconnaît comme étant cancérigènes ou pouvant entraîner des anomalies congénitales ou d'autres problèmes de santé génésique, ou une combinaison des deux. Pour en savoir plus, consultez : P65Warnings.ca.gov

UNION EUROPÉENNE



MISE EN GARDE POUR LE PRODUIT DE NETTOYAGE [NOM COMMERCIAL] :
PEUT AVOIR DE TRÈS GRAVES EFFETS À LONG TERME SUR LA SANTÉ.



ÉTIQUETTES DE MISE EN GARDE DE L'UNION EUROPÉENNE

Par le biais de règlements et d'accords sectoriels, l'Union européenne a mis en place un système uniforme d'étiquettes de mise en garde sur les produits de nettoyage. Sur ces étiquettes, les pictogrammes doivent être accompagnés de mentions d'avertissement ou de danger et de conseils de prudence. Voici les pictogrammes importants :



Ce nouveau pictogramme signale les dangers pour la santé, comme une irritation de la peau ou des yeux, une sensibilisation cutanée ou indique qu'un produit peut être nocif en cas d'ingestion.



Ce nouveau pictogramme indique des dangers plus graves ou chroniques pour la santé, notamment le cancer et les risques associés à la santé de la reproduction.



Ce nouveau pictogramme avertit que le produit est toxique pour les organismes aquatiques et peut causer une dégradation à long terme des écosystèmes.

Conclusion

Les groupes de consultation ainsi qu'une analyse documentaire à l'appui ont révélé que les consommateurs canadiens souhaitent avoir des produits de nettoyage et de soins personnels plus sûrs et écologiques. Toutefois, **les consommateurs qui achètent ce genre de produits n'ont pas accès, à l'heure actuelle, à l'information nécessaire pour faire des choix éclairés.**

La réglementation canadienne régissant actuellement la divulgation des ingrédients qui entrent dans la composition des produits ne suffit pas à informer pleinement les consommateurs de la présence de substances chimiques potentiellement nocives. Il y a un manque de confiance publique à l'égard de l'exactitude des listes d'ingrédients des produits. Les consommateurs veulent qu'on améliore les politiques de divulgation et les étiquettes

de mise en garde afin de les aider à éviter les substances toxiques dans les produits de nettoyage et de soins personnels.

Les règlements sur l'étiquetage dans des endroits comme la Californie bénéficient de l'appui de la population et exercent une influence positive sur le comportement des consommateurs et des producteurs.

La divulgation de tous les ingrédients et des étiquettes d'avertissement constituent un incitatif clair pour encourager les fabricants à éliminer les substances toxiques de leurs produits de manière à leur éviter d'apposer des mises en garde.

Recommandations

À la lumière de ce que nous avons constaté, nous recommandons que le gouvernement fédéral mette à jour et renforce les règles d'étiquetage du Canada pour les produits de consommation afin d'exiger :

1



LA LISTE DE TOUS
les ingrédients sur l'étiquette
du produit, y compris les
ingrédients parfumants.

2



**DES ÉTIQUETTES DE MISE
EN GARDE COMPORTANT
DU TEXTE ET DES IMAGES**
pour les risques de maladies
chroniques comme le cancer,
la perturbation endocrinienne
ou l'infertilité.

RÉFÉRENCES

1. OMS et PNUE. (2012). State of the science of endocrine disrupting chemicals. An assessment of the state of the science of endocrine disruptors prepared by a group of experts for the United Nations Environment Programme (UNEP) and WHO. <http://www.who.int/ceh/publications/endocrine/en/>
2. En 2002, le Canada a ouvert la voie en étant le premier pays à apposer des étiquettes de mise en garde avec photo sur les paquets de cigarettes. Aujourd'hui, plus de 100 pays dans le monde affichent des mises en garde sur les produits du tabac, ce qui contribue à sensibiliser davantage la population aux problèmes de santé associés au tabagisme et à sauver des millions de vies.
3. Un sondage effectué auprès de plus de 10 500 Canadiens en 2012 en Colombie-Britannique révèle que 99 % des participants ont formulé le souhait que les compagnies affichent tous les ingrédients qui composent les produits d'entretien ménager (Fondation David Suzuki, 2012).
4. Selon les conclusions d'un rapport récent, les grandes marques de produits d'entretien ménager, comme Proctor & Gamble et SC Johnson & Son qui ont publié de leur plein gré les listes d'ingrédients sur leur site Web continuent de taire des renseignements importants sur les produits, notamment la présence d'ingrédients nocifs en petites concentrations ou les ingrédients parfumants pour des produits en particulier. De plus, certains produits contiennent toujours des substances chimiques nocives, comme les muscs synthétiques, qui n'apparaissent pas sur les étiquettes de ces produits (Women's Voices for the Earth, 2015).
5. Fondation David Suzuki. (2012). http://www.davidsuzuki.org/fr/publications/telechargements/2012/CS_executive_summary_dv5_FR.pdf
6. Swayampakala, K., Thrasher, J. F., Hammond, D., Yong, H. H., Bansal-Travers, M., Krugman, D., ... et Hardin, J. (2014). Pictorial health warning label content and smokers' understanding of smoking-related risks—a cross-country comparison. *Health education research*, cyu022.
7. Stapleton et Cooper (2016). Flame Retardant Applications in Residential Furniture: Results from the Duke Superfund Foam Screening Project. (Diapositives du webinaire)
8. Bureau du vérificateur général du Canada (2016). Les substances chimiques dans les produits cosmétiques et de consommation. http://www.oag-bvg.gc.ca/internet/Francais/parl_cesd_201605_03_f_41382.html
9. Mary Graham. (2000). Regulation by Shaming. In *The Atlantic*. <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2000/04/regulation-by-shaming/378126/>

Liste de tous les ingrédients : La nécessité d'opter pour un étiquetage des produits d'entretien plus rigoureux

UN RAPPORT DE



environmental
defence
INSPIRING CHANGE

© Tous droits réservés, janvier 2017,
ENVIRONMENTAL DEFENCE CANADA.

Il est permis de reproduire ou de distribuer le présent rapport, en tout ou en partie, gratuitement, peu importe le format ou le support, sans autorisation particulière. ENVIRONMENTAL DEFENCE assume toute responsabilité en cas d'erreurs ou d'omissions.

Téléchargez le rapport à :
environmentaldefence.ca/labelling

Remerciements

Environmental Defence a obtenu des fonds du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Les opinions exprimées dans le présent rapport ne représentent pas nécessairement celles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada ni celles du gouvernement du Canada.