

Défis et avancées de l'affichage social sur les biens et services

PROGRAMME DE LA WEB-CONFÉRENCE

Ouverture

Pierre Victoria, président de la Plateforme RSE

Présentation de l'avis de la Plateforme RSE

Jean-Pierre Chanteau, animateur du groupe de travail

Geoffroy de Vienne, co-rapporteur de l'avis de la Plateforme RSE

Table ronde : défis et avancées de l'affichage social

Benjamin Perdreau, co-rapporteur de l'avis de la Plateforme RSE

Rym Trabelsi, co-fondatrice, Clear Fashion

Samuel Causse, Eeva

Yves Huguet, association Léo-Lagrange pour la défense des consommateurs

Q/R : questions du public via le chat

Ouverture

Pierre Victoria
Président de la Plateforme RSE

Mission et composition de la Plateforme RSE

La Plateforme RSE traite des « questions environnementales, sociales et de gouvernance soulevées par la RSE », en répondant à des saisines gouvernementales ou dans le cadre d'auto-saisines.

Un **bureau** de 15 membres, élus chaque année par les 50 organisations membres, pilote les travaux.

Bureau	Entreprises	Syndicats	ONG	Chercheurs	Institutions
		 			



Propositions de la Plateforme RSE

Jean-Pierre Chanteau

Animateur du groupe de travail de la Plateforme RSE

Geoffroy de Vienne et Benjamin Perdreau

Co-rapporteurs de l'avis

L'affichage social sur les biens et services

Contexte des travaux

- Saisine de la ministre de la Transition écologique, de la ministre du Travail, de l'Emploi et de l'Insertion, et de la secrétaire d'État chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable
- Affichage environnemental « et/ou » social
 - Grenelle de l'environnement, engagement n° 201
 - Loi AGEC, art. 15
 - Loi Climat et résilience, art. 2



L'avis de la Plateforme RSE

Structuration de l'avis

- I. Demande d'informations responsables du consommateur
- II. Cahier des charges d'une information responsable
- III. Construction d'un affichage
- IV. Mise en œuvre
- V. Recommandations



Demande d'informations responsables du consommateur : évolutions et freins

- **Attente** | Les consommateurs **sont de plus en plus sensibles** à l'impact de leurs achats
- **Bruit** | Les consommateurs peinent à décrypter les informations et à s'y retrouver dans la **jungle des labels**
- **Défiance** | Les consommateurs apportent **peu de crédit** aux déclarations des entreprises



Définition générale de l'affichage social

La Plateforme RSE formule une définition générale de l'affichage social.

Un affichage social présente une information se rapportant aux **conditions de la production** d'un bien ou d'un service, au moyen d'un **signe visible ou accessible** au consommateur au moment de **l'acte d'achat** de ce produit (étiquette, marquage ou autre procédé adéquat).

Le contenu de cette information renseigne sur des **impacts avérés de l'organisation productive sur les conditions sociales de production** d'un bien ou d'un service **aux différents stades de son cycle de vie**. Ces impacts sur les droits et les conditions de vie peuvent être **directs** (conditions sociales des personnes travaillant dans la chaîne de valeur du produit fini) **ou indirects** (conditions sociales des personnes affectées par cette chaîne de valeur : familles, riverains, usagers).

Le périmètre de cette organisation productive se comprend comme les activités d'une société et des sociétés qu'elle contrôle directement ou indirectement, ainsi que des activités des sous-traitants ou fournisseurs avec lesquels cette société entretient une relation commerciale établie, lorsque ces activités sont rattachées à cette relation.



Gouvernance de l'affichage social

Une institution publique nationale

Production des données

- Sur les sites ?
- Sur les contextes locaux ?
- Actualisation ?

Enregistrement des données

- Comment et par qui ?

Méthode de traitement des données

- Agrégation des données ?
- Méthode d'agrégation ?
- Étalonnage d'une métrique d'évolution ?

Présentation de l'information

- Indice synthétique ou tableau de bord ?
- Informations accessibles au consommateur ?
- Moyens d'accès à l'information ?

Affichage de l'affichage social

Produit
P

Garanties et confiance dans la pratique commerciale

Effet sur le consommateur



Principes directeurs pour une information responsable

- **Conditions de pertinence** | Principe de **significativité**, principe de **cohérence holistique**
- **Conditions de fiabilité** | Principe de **vérifiabilité**, principe de **responsabilité**
- **Conditions d'efficacité** | Principe d'**accessibilité**, principe d'**intelligibilité**, principe de **comparabilité**
- **Principe de faisabilité**



Recommandations de la Plateforme RSE

Politique générale pour un affichage social

Expérimenter un affichage social robuste

Garanties de recours

Soutiens et facilitations



Politique générale pour un affichage social

- Adopter la **définition générale** de l’affichage social
- Définir des **critères sociaux**
- Respecter les **principes directeurs**
- **Institution publique nationale** dotée des ressources budgétaires et techniques



Expérimenter un affichage social robuste

- Assurer un **encadrement méthodologique** : chaîne de valeur du produit, informations vérifiables, bases partagées de données sociales
- Vérifier **l'efficacité et la transparence de l'information**
- Vérifier la **faisabilité** de l'affichage par toutes les entreprises : coût, proportionnalité
- Mener une campagne de **communication publique**



Garantir et soutenir

- **Garantir le recours** des consommateurs et des concurrents
- **Doter en moyens nécessaires et adaptés** l'organisme habilité à réaliser les contrôles
- **Engager l'ensemble des acteurs** : entreprises, fédérations professionnelles, partenaires sociaux, associations de consommateurs, chercheurs...



Table ronde

Animée par Benjamin Perdreau, co-rapporteur de l'avis

Place aux échanges 😊

questions / réponses

Retrouvez l'avis ***Affichage social sur les biens et services*** ainsi que toute l'actualité de France Stratégie sur strategie.gouv.fr

À bientôt !