

Bien communiquer sur vos emballages

Évitez les pièges et valorisez vos efforts
d'écoconception et de recyclabilité



Ce guide contient sept sections



Mise en contexte



Communication sur l'emballage :
un cadre réglementaire à connaître



Communiquer efficacement en trois étapes



Savoir communiquer : quoi et où ?



Symboles : attention aux similarités



Bonnes pratiques à privilégier et pièges à éviter



Références

Clauses de non-responsabilité

Ce guide pratique est élaboré à titre informatif. Il constitue un outil de référence basé sur l'état actuel des connaissances et des pratiques en matière d'écoconception, de recyclabilité et de communication environnementale.

Ce document n'a pas de valeur réglementaire. Il ne constitue pas un avis juridique et ne remplace en aucun cas les lignes directrices du Bureau de la concurrence du Canada (BCC), les exigences de la norme ISO 14021 ou toute autre réglementation applicable.

Bien que ce guide ne soit pas prescriptif, les allégations non conformes aux principes présentés dans ce guide pourraient entraîner des sanctions si elles contreviennent aux lois en vigueur. Il revient aux entreprises de se tenir informées de toute autre loi fédérale, provinciale ou municipale pouvant avoir une incidence sur leurs communications liées aux emballages.

Éco Entreprises Québec décline toute responsabilité – directe ou indirecte – quant à l'utilisation ou à l'interprétation de ce guide, ou aux communications et aux allégations faites par les entreprises sur les contenants, les emballages et les imprimés (CEI) à la suite de sa lecture. Plus particulièrement,

- Éco Entreprises Québec n'est responsable ni de l'usage des pictogrammes ni des déclarations de recyclabilité faites par les entreprises sur leurs CEI ;
- Ce guide ne peut être utilisé à des fins de certification ou de marketing pour affirmer que la communication est conforme aux recommandations de Éco Entreprises Québec ;
- Les entreprises sont invitées à obtenir une opinion d'une autorité compétente ou d'un professionnel qualifié, ou à vérifier de manière indépendante toute information ou allégation environnementale qui leur est ou serait applicable avant diffusion publique ;
- Éco Entreprises Québec décline toute responsabilité pour toute erreur, toute omission ou tout changement législatif ou réglementaire survenu après la publication de ce guide.

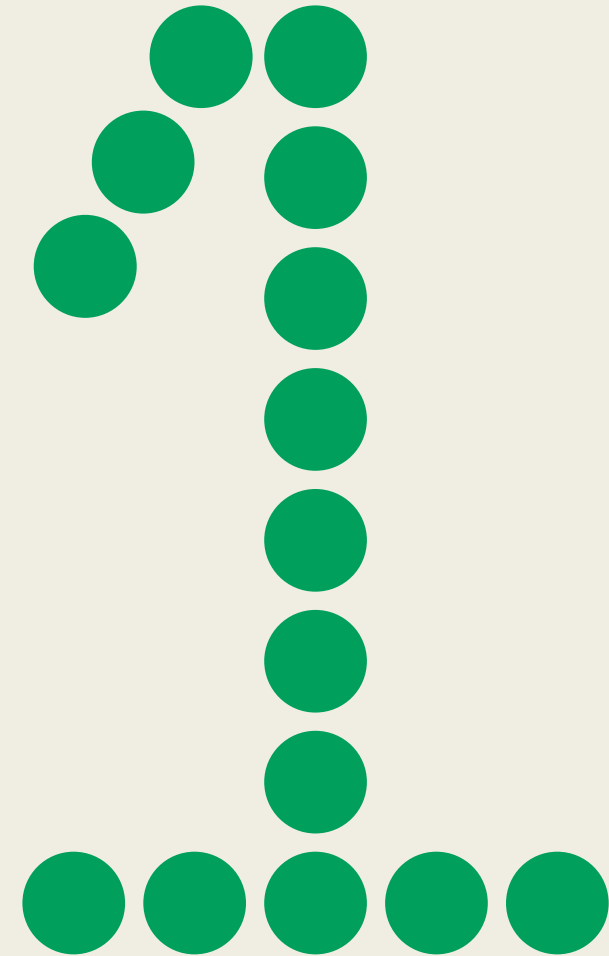
Mise en contexte

Dans un contexte où les consommateurs et consommatrices sont plus conscients de l'empreinte environnementale de leurs achats et où les règles encadrant les allégations évoluent, la communication devient un puissant outil. Elle permet de mettre en valeur vos efforts d'écoconception et de bâtir une stratégie de différenciation crédible, tout en évitant les pièges de l'écoblanchiment¹.

Communiquer sur vos emballages, c'est bien plus que choisir les mots justes : c'est affirmer vos engagements. Vos messages traduisent vos actions, vos progrès et votre volonté de vous améliorer. L'emballage parfait n'existe pas : l'écoconception repose sur des compromis à contextualiser, et la communication est le moyen de les expliquer avec transparence.

Bien communiquer sur vos emballages n'est plus un choix : c'est un levier stratégique et un facteur clé de différenciation.

¹ L'écoblanchiment (ou *greenwashing*) désigne toute déclaration environnementale fautive, trompeuse ou non fondée sur des preuves suffisantes ou des éléments corroboratifs suffisants et appropriés, visant à faire croire qu'une entreprise, un produit ou un service est plus écologique qu'il ne l'est en réalité (Bureau de la concurrence Canada, 2025a).



Pourquoi ce guide ?

Éco Entreprises Québec a publié une première version de ce guide, en 2021, pour aider les entreprises à mieux communiquer leurs efforts en écoconception.

Aujourd'hui, dans un contexte où la responsabilité élargie des producteurs évolue à travers le Canada, et où la compréhension de la fin de vie des emballages – notamment leur recyclabilité – repose en grande partie sur une communication claire, les producteurs multiplient leurs questions sur le sujet.

Pour répondre à ce besoin, Éco Entreprises Québec propose une mise à jour de ce guide pratique pour vous aider, ainsi que vos partenaires d'affaires, à :

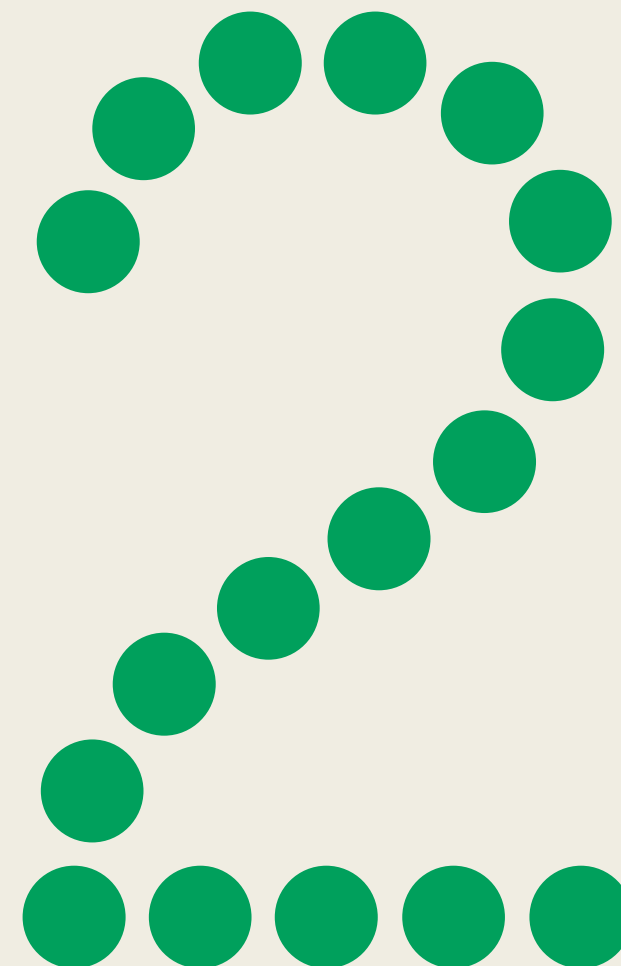
- communiquer efficacement les améliorations apportées à vos emballages en matière d'écoconception et de recyclabilité ;
- clarifier vos messages environnementaux pour éviter la confusion ;
- identifier les bonnes pratiques et les adapter à votre contexte.

Quels sont les sujets abordés dans ce guide ?

- Survol du cadre réglementaire applicable aux allégations environnementales sur les emballages ;
- Trois étapes clés pour une stratégie de communication claire et cohérente ;
- Repères pour savoir quoi dire selon le type d'information et le canal de communication utilisé ;
- Mises en garde sur les similarités trompeuses ;
- Exemples concrets de bonnes pratiques à privilégier et de pièges à éviter ;
- Instructions de tri efficaces qui encouragent le bon geste par les consommateurs et consommatrices.

Communication sur l'emballage : un cadre réglementaire à connaître

Le paysage réglementaire est complexe et en constante évolution. [La modernisation de la collecte sélective au Québec](#) entraîne des changements dans le cadre réglementaire entourant ce qui est accepté dans le bac de récupération. Ces changements influencent directement les informations à transmettre aux consommateurs et consommatrices – notamment en ce qui concerne les instructions de tri et les allégations de recyclabilité –, sachant que depuis le 1^{er} janvier 2025, tous les contenants, les emballages et les imprimés sont acceptés dans le bac de récupération au Québec.



La communication sur les emballages est également encadrée par un ensemble de lois et de règlements provinciaux et fédéraux², notamment :

- la [Loi sur la protection du consommateur](#) (Québec), qui encadre les pratiques commerciales, y compris les allégations environnementales, afin de protéger les consommateurs et consommatrices contre les représentations trompeuses ;
- la [Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation](#) (Canada), qui vise à assurer l'exactitude des renseignements fournis sur les produits préemballés et à prévenir les indications fausses ou trompeuses ;
- le [Code canadien des normes de la publicité](#) (Canada), qui est un instrument d'autoréglementation encadrant la véracité et l'intégrité des messages publicitaires, en exigeant notamment que les allégations environnementales soient claires, exactes et vérifiables ;
- la [Loi sur la concurrence, incluant les modifications apportées par le projet de loi C-59](#) (Canada), qui encadre les pratiques commerciales et renforce la lutte contre l'écoblanchiment en exigeant que toute allégation environnementale soit fondée sur des preuves suffisantes, vérifiables et conformes aux normes reconnues.

² Il est important de noter qu'il existe une disparité entre les provinces et les territoires du Canada quant aux systèmes de collecte sélective et de recyclage. Cette variabilité peut avoir de l'influence sur ce qui peut être communiqué sur les emballages, selon les marchés où les produits sont distribués.

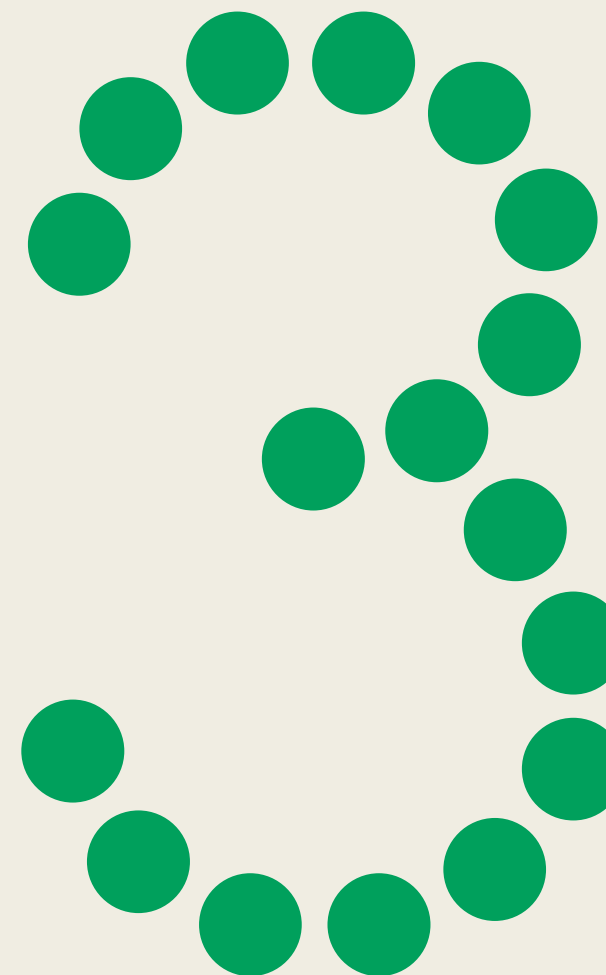
Communiquer efficacement en trois étapes*

1 Identifier les améliorations qui ont été apportées à l'emballage

2 Appuyer vos affirmations sur des preuves suffisantes et appropriées

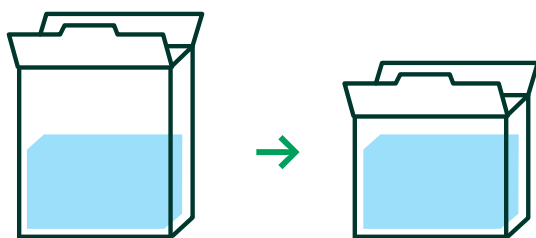
3 Informer votre clientèle sans ambiguïté

* Cette section du guide est inspirée des [lignes directrices du Bureau de la concurrence du Canada](#).

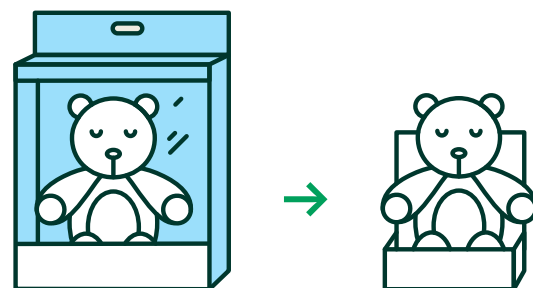


1 Identifier les améliorations qui ont été apportées à l'emballage

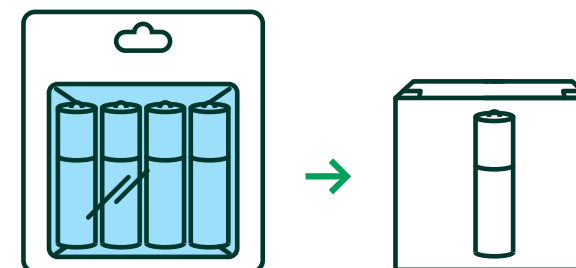
Avant de promouvoir vos initiatives, identifiez les changements tangibles apportés à l'emballage. Choisissez les améliorations les plus importantes – selon vous – à transmettre à votre clientèle. **Par exemple :**



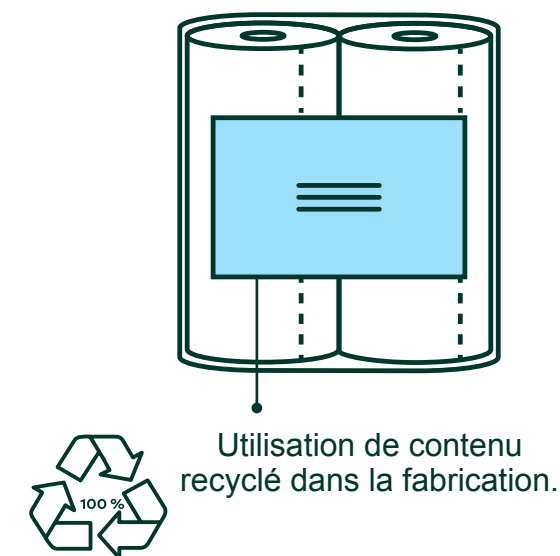
Réduction de la masse ou du volume de l'emballage, améliorant le ratio emballage-produit.



Retrait de composants non essentiels (sachet, manchon, fenêtre, film, etc.).





Substitution de matières ne disposant pas de filières de recyclage (p. ex. : PLA, PVC, etc.) par celles ayant un meilleur potentiel de recyclabilité.





Utilisation de contenu recyclé dans la fabrication.

2 Appuyer vos affirmations sur des preuves suffisantes et appropriées

Selon les principes du Bureau de la concurrence du Canada, toute déclaration environnementale doit être fondée sur des données fiables, ce qui implique de :

-  **Fournir des données quantitatives ou comparatives** (p. ex. : réduction de 20 % du plastique par rapport à l'ancien emballage) ;
-  **Éviter toute indication fausse ou trompeuse, même involontaire ;**

-  **Avoir accès à des documents justificatifs** (études, rapports, certifications, etc.) avant toute communication et/ou campagne ;
-  **Être en mesure de transmettre des preuves** sur demande.

3 Informer votre clientèle sans ambiguïté

Une communication efficace est avant tout claire, honnête et précise. Pour éviter l'écoblanchiment, assurez-vous que vos messages respectent les principes suivants :

Principe	Description
1. Véracité	Les déclarations doivent être vraies et ne pas induire en erreur.
2. Fondement	Les avantages environnementaux doivent être appuyés par des preuves suffisantes et appropriées.
3. Comparaison précise	Les comparaisons doivent clairement indiquer ce qui est comparé (p. ex. : ancien par rapport au nouvel emballage).
4. Aucune d'exagération	Les bénéfices ne doivent pas être amplifiés au-delà de leur portée réelle.
5. Clarté	Les messages doivent être clairs, précis et non vagues.
6. Projections justifiées	Les promesses sur l'avenir doivent être étayées par des plans et des preuves concrètes.

Source : Bureau de la concurrence Canada, 2025a.

Ainsi, plutôt que d'affirmer « Cet emballage est écologique », précisez les faits : « Cet emballage contient 50 % de plastique recyclé postconsommation, ce qui réduit de 30 % l'utilisation de plastique vierge par rapport à notre ancien modèle ». C'est parfois plus long, mais c'est aussi plus précis.

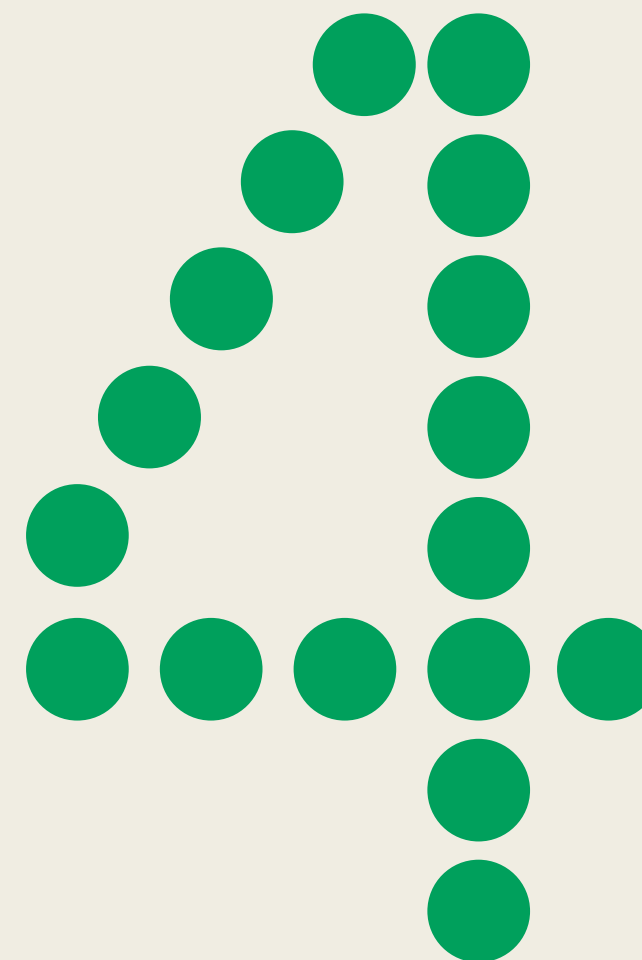
Posez-vous la question suivante :

« Est-ce que nos allégations environnementales en promettent trop ? »
En cas de doute, assurez-vous qu'elles correspondent aux faits. Soyez honnête, clair et précis.



Savoir communiquer: quoi et où ?

Les consommateurs et consommatrices portent une attention croissante à la performance environnementale des produits emballés qu'ils consomment. Ils veulent comprendre vos choix, vos efforts et vos engagements.



Voici quelques exemples d'informations pertinentes à mettre de l'avant :

- La simplification ou l'élimination de l'emballage superflu ;
- L'allègement ou la réduction du volume, pour éliminer le vide inutile ;
- Un meilleur dosage pour une consommation sans excès ;
- Une meilleure conception pour aller chercher la dernière goutte, la dernière bouchée ;
- Des emballages refermables qui prolongent la durée de vie du produit et évitent le gaspillage ;
- Des instructions de tri, etc.

Pouvez-vous indiquer sur vos emballages qu'ils vont au bac de récupération ?

Comme mentionné par [Bac Impact](#), notre marque citoyenne : « Plus besoin de penser aux numéros de plastiques, aux symboles de recyclage ou à la matière dont il s'agit pour savoir ce qui va dans le bac de récupération. Il suffit de se demander : est-ce un contenant, un emballage ou un imprimé ? »

Vous pouvez donc inscrire une instruction de tri claire, telle que :
« Séparer les matières avant de les déposer dans le bac ».

Avant d'ajouter une mention, assurez-vous qu'elle est conforme aux informations communiquées sur le site [Bac Impact](#) ainsi que dans la [liste des contenants, des emballages et des imprimés \(CEI\) acceptés](#) dans la collecte sélective. Vous y trouverez également des précisions sur les exceptions.

ATTENTION

Pour que les matières triées soient recyclées, il faut soutenir les filières locales. Même si certains matériaux ne trouvent pas preneur immédiatement, les inclure dans la collecte permet d'accroître les volumes, d'assumer la responsabilité des producteurs et de stimuler de nouveaux débouchés. Éco Entreprises Québec travaille activement au développement de marchés pour le recyclage et la valorisation des CEI déposés dans le bac de récupération.

Est-ce que le mot « recyclable » peut être apposé sur vos emballages ? Comment le communiquer ?

Oui, il est possible d'utiliser le mot « recyclable » sur vos emballages, à condition que l'allégation respecte les lois et les règlements en vigueur, notamment les lignes directrices du Bureau de la concurrence du Canada (BCC) et les exigences de la norme ISO 14021.

Cela dit, l'usage de ce terme n'est pas sans risque. Il doit être fondé sur des preuves solides et vérifiables, et tenir compte des réalités de la collecte et du tri sur le territoire visé. Des allégations non soutenues peuvent entraîner des sanctions pour écoblanchiment. Une communication prudente, précise et contextualisée est donc essentielle pour préserver la confiance des consommateurs et consommatrices afin d'éviter les écueils réglementaires.

Les [Lignes directrices de recyclabilité des emballages \(LDR\)](#) peuvent permettre, quant à elles, d'évaluer la compatibilité de vos emballages avec les filières de recyclage. Il s'agit d'un guide non prescriptif conçu pour vous aider à faire des choix plus éclairés et à améliorer la performance de vos emballages dans le système de collecte sélective actuel.

ATTENTION

Les initiatives d'écoconception pour améliorer la recyclabilité des emballages peuvent être mises en avant, mais les LDR ne peuvent pas servir à attester ou à certifier ces actions. Même si l'évaluation révèle que certaines caractéristiques peuvent affecter la recyclabilité d'un emballage, le message à transmettre à votre clientèle demeure : tous les contenants, les emballages et les imprimés doivent être déposés dans le bac de récupération.

Où communiquer ces informations ?

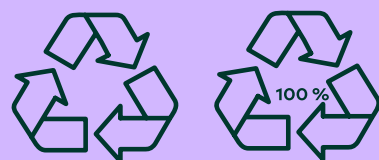
La communication peut se faire directement sur l'emballage – par exemple, en indiquant une instruction de tri claire ou en mettant en valeur vos efforts d'optimisation –, mais aussi à travers vos canaux numériques : site Internet, blogues, infolettres, médias sociaux, etc. Ces plateformes sont idéales pour raconter votre histoire, communiquer vos objectifs, aborder vos réussites... et même vos défis !

À RETENIR

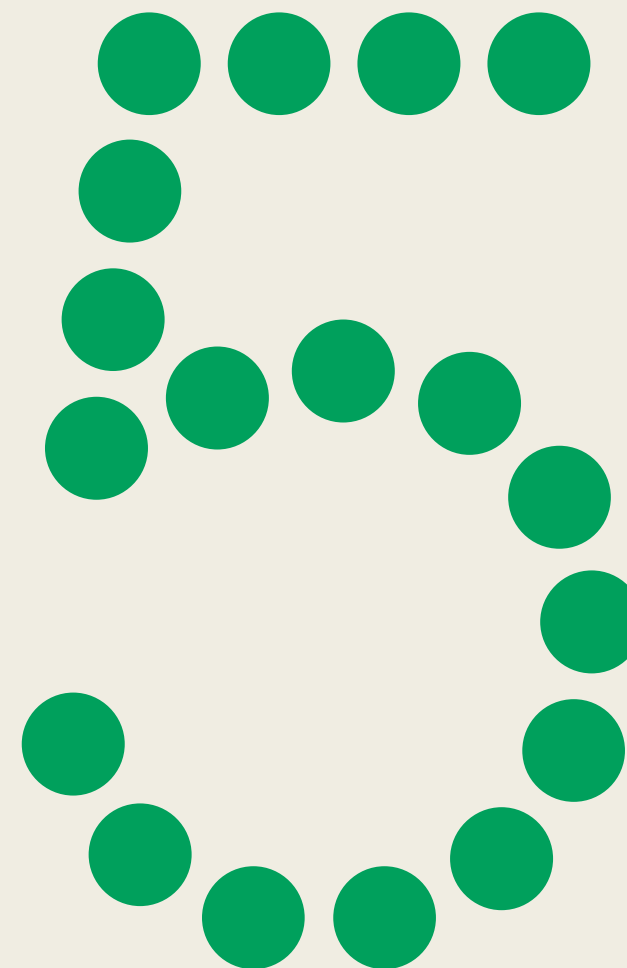
Toute allégation de recyclabilité doit être clairement formulée, vérifiable et fondée sur des preuves suffisantes. Il est essentiel de préciser si elle concerne l'emballage, le produit ou les deux, afin d'éviter toute confusion ou interprétation trompeuse.

Symboles : attention aux similarités

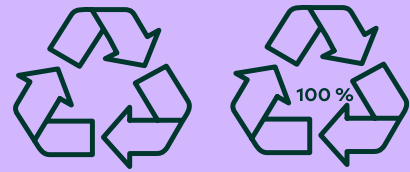
Ruban de Möbius



Code d'identification des résines



Ruban de Möbius



Le ruban de Möbius signifie que l'emballage ou le contenant est potentiellement recyclable, tandis qu'un pourcentage en son centre indique que l'emballage ou le contenant contient une part de matière recyclée. Il est à noter que le ruban de Möbius est une autodéclaration non vérifiée par une tierce partie – cela signifie que toute entreprise peut apposer le ruban de Möbius sur son emballage sans que son utilisation soit vérifiée. L'utilisation de ce symbole est tout de même encadrée par la norme ISO 14021.

Pour communiquer sur la fin de vie d'un emballage, il est plutôt recommandé d'apposer des instructions de tri à l'intention du consommateur. Afin de connaître les meilleures pratiques en matière d'instructions de tri, vous pouvez vous référer à la section [Bonnes pratiques à privilégier et pièges à éviter – Recyclabilité](#).

À RETENIR

Les deux symboles ne garantissent pas que l'emballage sera recyclé. Si vous souhaitez les utiliser, il est important de vous référer aux normes et aux législations en vigueur afin d'éviter des communications trompeuses (écoblanchiment).

Code d'identification des résines



Le code d'identification sert à identifier – par un numéro et une abréviation – le type de résine de chacun des composants de l'emballage. Il s'agit d'un visuel mis en place par et pour l'industrie et non pour le public ! Pour éviter que le consommateur associe le code d'identification à une indication de recyclabilité, la norme ASTM D7611 spécifie d'utiliser le triangle équilatéral, et précise que le symbole ne devrait pas se retrouver près du ruban de Möbius ou près du terme « recyclable ».

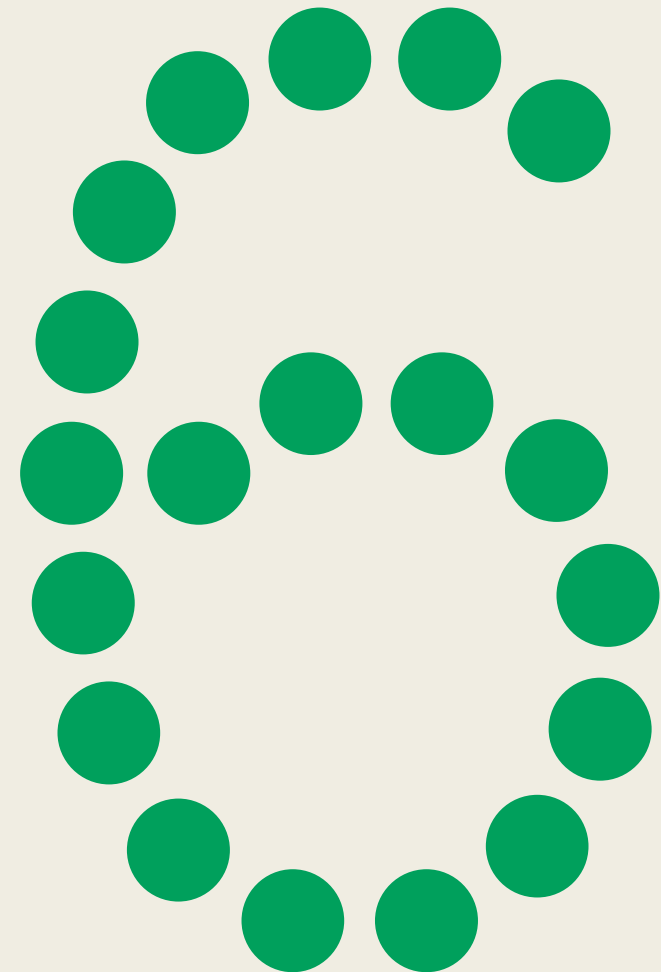
Bonnes pratiques à privilégier et pièges à éviter

On dit souvent qu'une image vaut mille mots ; c'est pourquoi cette section met en lumière des exemples concrets et des visuels de communication.

Pour vous inspirer davantage, nous proposons de bonnes pratiques – à privilégier – que certaines entreprises d'ici et d'ailleurs communiquent déjà, de façon claire et efficace.

Ces contenus s'appuient sur les trois grandes stratégies d'écoconception présentées dans nos [Lignes directrices d'écoconception des emballages](#) – soit la réduction, l'approvisionnement et la recyclabilité.

Ces stratégies visent à améliorer la performance des emballages dans le système de collecte sélective, tout en réduisant leur impact environnemental.

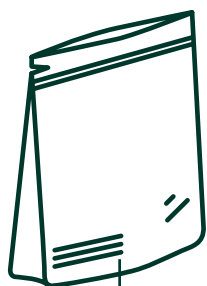


Réduction

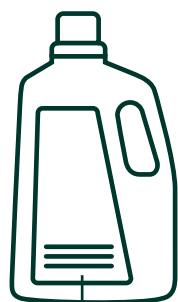
À PRIVILÉGIER

Ratio emballage-produit

Vous avez amélioré la forme de votre emballage ou vous en avez conçu un nouveau ? Inscrivez les bénéfices engendrés par la **réduction du poids (masse) ou du volume** de votre emballage.

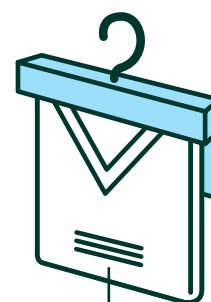
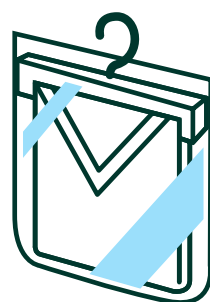


Ce nouveau sachet comprend 9% moins de plastique que l'ancien.



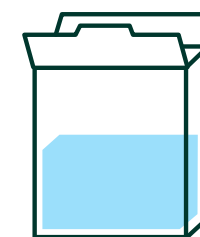
La nouvelle conception de l'emballage permet d'augmenter de 25% le nombre de contenants par palette par rapport au précédent. Plus de produits par camion sont maintenant transportés³.

Satisfait des efforts réalisés par votre équipe pour modifier l'emballage, et **éliminer ou réduire l'usage d'un matériau** ? Faites-le savoir !



Un nouvel emballage en papier sans le sac de plastique, yeah⁴!

Si vous avez **réduit le vide technique non nécessaire**, mentionnez-le sur votre emballage. Une action comme celle-ci pourrait être perçue comme de la réduflation : il s'agit d'une stratégie commerciale consistant à réduire la quantité de produits à l'intérieur d'un emballage tout en conservant le même prix de vente. Il est donc essentiel de bien communiquer votre initiative pour maintenir la confiance de votre clientèle.



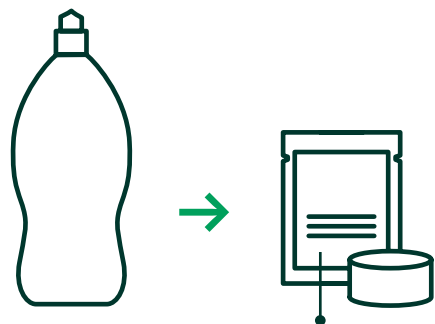
Moins d'emballage, toujours le même poids de 270 g⁵!

³ Premier Tech – Alaskan.

⁴ Affiche du magasin UNIQLO, à Montréal, en août 2021.

⁵ Kellogg.

Si vous avez **repensé la formulation de votre produit** en optimisant votre emballage, expliquez-le !



Nous avons repensé notre produit. Pour la même efficacité, nous utilisons 60 % moins de matières d'emballage que notre formule précédente. Un petit changement qui a un effet significatif.

Réutilisation et réemploi

Vous avez conçu votre emballage pour qu'il puisse être **réemployé ou réutilisé** ? Génial ! Mentionnez-le à votre clientèle.



⁶ Latina.
⁷ Dove.

Réduction

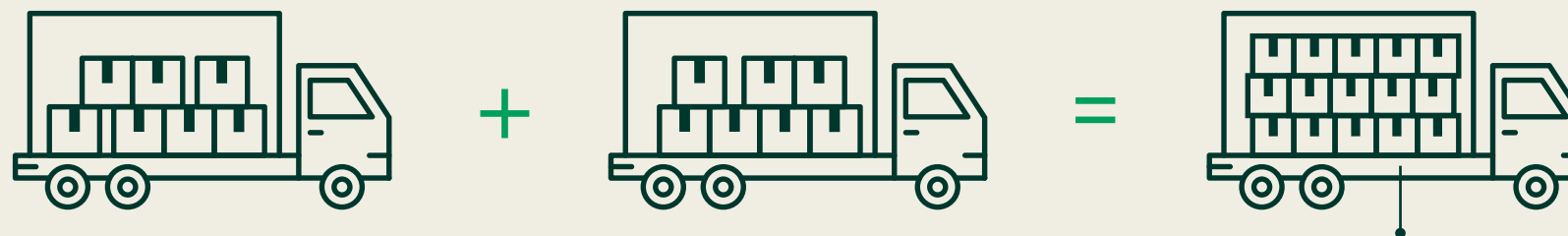
À ÉVITER

Ne commettez pas une faute d'imprécision en transmettant des informations vagues ou sans références qui pourraient induire en erreur votre clientèle.



Cet emballage a permis d'extraire 30 % moins de ressources.

Ne présentez pas une amélioration sans données ; en l'absence de preuves concrètes, cela correspond à de l'écoblanchiment !



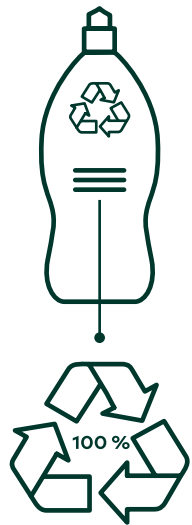
Nous avons optimisé notre logistique. Résultat ? Moins de camions sur la route !

Approvisionnement

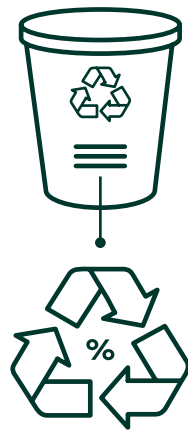
À PRIVILÉGIER

Contenu recyclé

Votre emballage est fait en tout ou en partie de **matière recyclée** ? Indiquez le pourcentage à l'intérieur du ruban de Möbius et le type de contenu recyclé juste à côté. Soyez clair et concis. Afin de connaître les meilleures pratiques, vous pouvez vous référer à la section [Symbole : attention aux similarités – Ruban de Möbius](#).

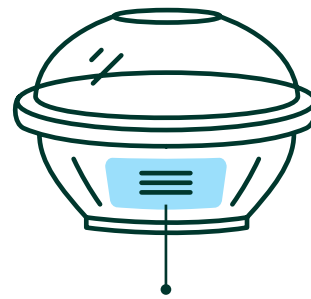


Fait avec 100 % de plastique recyclé⁸.



Étiquette faite à 20 % de fibre recyclée et contenant fait à 85 % de plastique recyclé postindustriel.

Informez votre clientèle des **bénéfices du ou des matériaux que vous utilisez**. Vous pouvez mentionner sur l'emballage les données chiffrées issues d'analyses de cycle de vie (ACV) ou d'autres études. Assurez-vous toutefois de rendre disponibles les informations complètes sur votre site ou sur demande, et d'inclure sur l'emballage un lien menant à votre site.



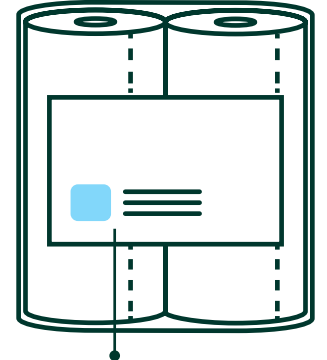
Notre nouveau contenant utilise 15 % moins de plastique que l'ancien, et sa fabrication émet 42 % moins de gaz à effet de serre (plus d'informations sur ces données sont disponibles sur notre site Internet).

Provenance des matériaux

Vous avez obtenu des **certifications environnementales** reconnues et vérifiables au sujet de vos emballages ? Indiquez-les !



RECYCLÉ
Emballage fait à partir de matières recyclées⁹.



Produit certifié à impact environnemental réduit¹⁰.

⁸ Palmolive.

⁹ Logo FSC vu sur un contenant de commande à apporter du restaurant Barranco. Montréal, juillet 2021.

¹⁰ Compliments – ECOLOGO.

Approvisionnement

À ÉVITER

N'inscrivez pas d'informations incomplètes ou vagues ; qui manquent de précision.

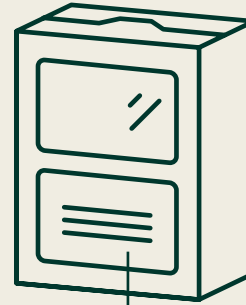


Cette boîte est fabriquée à partir d'une source durable.



Cette bouteille de verre est écoresponsable.

Ne mentionnez pas l'absence d'une substance toxique si l'emballage (matériau) n'en a jamais contenu ; c'est non pertinent.



Nos emballages de carton sont sans BPA.

Ne vous improvisez pas artiste en créant des visuels et des pictogrammes qui pourraient ressembler à des logos de certifications reconnues ; cela pourrait porter à confusion, en plus de correspondre à une forme d'écoblanchiment.



Bouteille respectueuse de la nature.

Recyclabilité

Avant de parler de recyclabilité, il est essentiel de rappeler que la fin de vie des emballages commence par leur récupération. Au Québec, la marque citoyenne [Bac Impact](#) vise à simplifier les messages et à rétablir la confiance de la population en matière de récupération et de recyclage des contenants, des emballages et des imprimés (CEI).

ATTENTION

La récupération est le message que vous devriez mettre de l'avant sur vos emballages au moyen d'instructions de tri. La recyclabilité, quant à elle, ne doit pas être utilisée comme indication transmise aux consommateurs et consommatrices en ce qui concerne le bon geste de tri à poser en fin de vie. Elle peut toutefois être abordée sur d'autres canaux de communication où il est possible d'apporter plus de nuances, d'explications et de précisions à votre clientèle, comme votre site Web, vos médias sociaux ou vos documents d'entreprise.

Le mot d'ordre est clair : tous les CEI doivent être déposés dans le bac de récupération*.



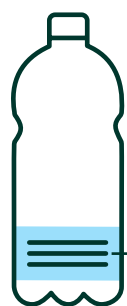
*Pour plus de détails et pour des précisions sur les exceptions, visitez le site [Bac Impact](#).

Recyclabilité

À PRIVILÉGIER

Amélioration du potentiel de recyclabilité

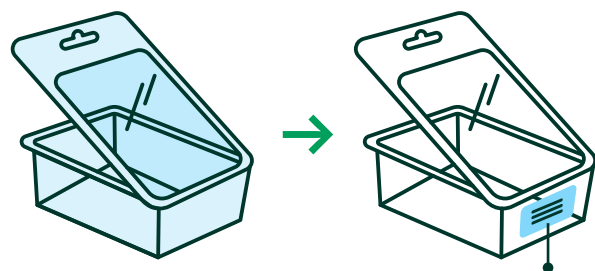
Si vous avez opté pour des caractéristiques d'emballage – telles que la transparence – afin d'**améliorer sa recyclabilité** (p. ex. : la transparence), aidez votre clientèle à y voir plus clair sur les bénéfices de ce choix.



Ça ne paraît peut-être pas, mais nous avons clairement amélioré la recyclabilité de notre emballage, en misant sur la transparence¹¹.

Élimination ou substitution d'une matière ne disposant pas de filière de recyclage

Vos efforts pour éliminer ou **remplacer une matière problématique** du point de vue de sa recyclabilité peuvent être communiqués. Assurez-vous d'avoir des preuves à portée de main si vous deviez justifier ces affirmations.

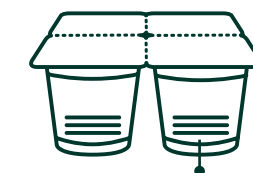
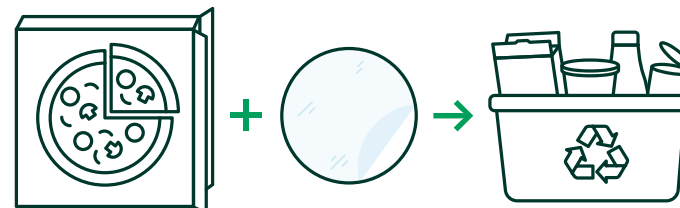


Nous avons optimisé la recyclabilité de ce contenant en remplaçant le PVC par du PET.

Instructions de tri

Pour qu'un emballage ait la chance d'être recyclé ou valorisé, il doit d'abord être récupéré. C'est pourquoi les **instructions de tri claires et visibles sur l'emballage** peuvent s'avérer une piste de communication intéressante. Elles incitent la population à poser le bon geste de tri. Rien de mieux que d'indiquer à votre clientèle – par un court énoncé, un pictogramme clair ou la combinaison des deux – la façon de trier chaque composant de votre emballage en fin de vie.

Vider le contenu et séparer les matériaux pour une meilleure récupération.



Retirer l'étiquette papier du contenant avant de les déposer dans le bac de récupération.

ATTENTION

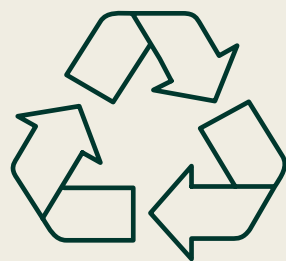
Assurez-vous que vos instructions de tri s'appliquent dans les provinces et/ou les territoires de vente de votre produit, puisque la réglementation en matière de récupération et de recyclage varie à travers le Canada.

¹¹ 7UP – BRITVIC PLC.

Recyclabilité

À ÉVITER

N'apposez pas le ruban de Möbius sans aucune autre indication. Ce n'est pas suffisant pour indiquer la recyclabilité, puisque c'est une autodéclaration non vérifiée par une tierce partie.

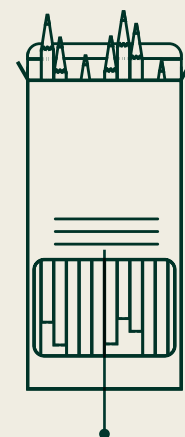


N'indiquez pas un taux de recyclabilité sur votre emballage ; vous ne pouvez pas garantir qu'il sera bel et bien recyclé au pourcentage que vous indiquez.



100 % recyclable.

N'écrivez pas sur votre emballage « facile à recycler » ou « largement recyclable » ; il s'agit d'informations vagues et non pertinentes pour votre clientèle.



Boîte de carton
largement recyclable.

N'inscrivez pas « recyclable/recyclé là où les installations existent » sur votre emballage ; cela n'aide pas les consommateurs et les consommatrices à savoir comment disposer du contenant pour qu'il soit récupéré, trié et recyclé !



Recyclable, là où les
installations existent.

Mentions légales

Toutes références à des produits, à des normes ou à des certifications de tiers sont fournies à titre d'exemple uniquement. Éco Entreprises Québec et les membres de son personnel ne pourront être tenus responsables de quelque dommage – direct ou indirect – résultant de l'utilisation ou de l'interprétation de ces exemples. Éco Entreprises Québec n'exprime aucune approbation ou promotion de quelque nature que ce soit, sauf indication contraire expresse.

Dans la mesure où ce document cite ou utilise des œuvres protégées provenant de tiers, il s'appuie sur une utilisation équitable de compte rendu au sens de la Loi sur le droit d'auteur. Éco Entreprises Québec ne revendique pas la paternité de ces œuvres et a fourni des efforts de bonne foi pour inclure les références appropriées.

Références

- ASTM International (2021). [D7611/D7611M-20 – Standard Practice for Coding Plastic Manufactured Articles for Resin Identification](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2022). [Guide de la Loi et du Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2024a). [Déclarations environnementales et la Loi sur la concurrence \(archivé\)](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2024b). [Guide des modifications apportées en juin 2024 à la Loi sur la concurrence](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2024c). [Le recueil des pratiques commerciales trompeuses – Volume 7](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2025a). [Déclarations environnementales et la Loi sur la concurrence](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2025b). [Bureau de la concurrence Canada](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2025c). [Écoblanchiment : orientations pour les entreprises](#).
- Bureau de la concurrence Canada (2025d). [Déclarations environnementales et écoblanchiment](#).
- CITEO (2020). [Les logos environnementaux](#).
- CITEO (2024). [Guide de la communication responsable](#).
- Conseil patronal de l'environnement du Québec (2025). [Éviter l'écoblanchiment: guide de bonnes pratiques pour les entreprises](#).
- Éco Entreprises Québec (2025a). [Lignes directrices d'écoconception](#).
- Éco Entreprises Québec (2025b). [Lignes directrices de recyclabilité des emballages](#).
- FSC (2020). [Guide pour l'usage de la marque FSC®](#).
- ISO (Organisation internationale de normalisation) (2021). [ISO 14021:2016 – Marquage et déclarations environnementaux – Autodéclarations environnementales \(Étiquetage de type II\)](#).
- Normes de la publicité (2019). [Le Code canadien des normes de la publicité](#).
- Publications du Québec (2025). [Loi sur la protection du consommateur](#).
- Bac impact (2025a). [Contenants, emballages, imprimés. C'est tout](#).
- Bac impact (2025b). [Liste des contenants, des emballages et des imprimés acceptés dans la collecte sélective](#).

