

ESRS S4
CONSUMMATEURS ET UTILISATEURS FINALS

Table des matières

Objectif	3
Interaction avec d'autres ESRS	3
Exigences de publication	4
<i>ESRS 2 Informations générales à publier</i>	4
Stratégie.....	4
○ Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-2 — Intérêts et points de vue des parties intéressées.....	4
○ Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-3 – Incidences, risques et opportunités importants et interaction avec la stratégie et le modèle économique	4
Gestion des incidences, risques et opportunités	5
○ Exigence de publication S4-1 — Politiques relatives aux consommateurs et utilisateurs finals.....	5
○ Exigence de publication S4-2 — Processus d'interaction au sujet des incidences avec les consommateurs et utilisateurs finals	6
○ Exigence de publication S4-3 — Procédures visant à remédier aux incidences négatives et canaux permettant aux consommateurs et utilisateurs finals de faire part de leurs préoccupations	7
○ Exigence de publication S4-4 — Actions concernant les incidences importantes sur les consommateurs et utilisateurs finals, approches visant à gérer les risques importants et à saisir les opportunités importantes concernant les consommateurs et utilisateurs finals, et efficacité de ces actions	8
Métriques et cibles	9
○ Exigence de publication S4-5 — Cibles liées à la gestion des incidences négatives importantes, à la promotion des incidences positives et à la gestion des risques et opportunités importants	9
Appendice A : Exigences d'application.....	10
Objectif.....	10
<i>ESRS 2 Informations générales à publier</i>	10
Stratégie.....	10
○ Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-2 — Intérêts et points de vue des parties intéressées.....	10
○ Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-3 – Incidences, risques et opportunités importants et interaction avec la stratégie et le modèle économique	11
Gestion des incidences, risques et opportunités	11
○ Exigence de publication S4-1 — Politiques relatives aux consommateurs et utilisateurs finals	11
○ Exigence de publication S4-2 — Processus d'interaction au sujet des	

incidences avec les consommateurs et utilisateurs finals	12
○ Exigence de publication S4-3 — Procédures visant à remédier aux incidences négatives et canaux permettant aux consommateurs et utilisateurs finals de faire part de leurs préoccupations.....	13
○ Exigence de publication S4-4 — Actions concernant les incidences importantes sur les consommateurs et utilisateurs finals, approches visant à gérer les risques importants et à saisir les opportunités importantes concernant les consommateurs et utilisateurs finals, et efficacité de ces actions	14
Métriques et cibles	16
○ Exigence de publication S4-5 — Cibles liées à la gestion des incidences négatives importantes, à la promotion des incidences positives et à la gestion des risques et opportunités importants	16

Objectif

1. La présente norme a pour objectif de préciser les exigences de publication qui permettront aux **utilisateurs** de la **déclaration relative à la durabilité** de comprendre les **incidences** importantes sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** liées aux activités et à la **chaîne de valeur** de l'entreprise, y compris celles liées à ses produits ou services et à ses **relations d'affaires**, ainsi que les **risques** et **opportunités** importants qui s'y rapportent, notamment :
 - (a) la manière dont l'entreprise influe sur les consommateurs et utilisateurs finals de ses produits et services (les « consommateurs et utilisateurs finals » au sens de la présente norme), pour ce qui est des incidences positives et négatives importantes, réelles ou potentielles ;
 - (b) les **actions** entreprises pour prévenir, atténuer ou corriger des incidences négatives, réelles ou potentielles, ainsi que pour traiter les risques et les opportunités, et le résultat de ces actions ;
 - (c) la nature, le type et l'ampleur des risques et opportunités importants de l'entreprise qui sont liés à ses incidences sur les consommateurs et utilisateurs finals et à ses **dépendances** à l'égard de ceux-ci, et la manière dont l'entreprise gère ces risques et opportunités ; et
 - (d) les **incidences financières** sur l'entreprise, à court, moyen et long terme, des risques et opportunités importants découlant de ses incidences sur les consommateurs et utilisateurs finals et de ses dépendances à l'égard de ceux-ci.
2. Aux fins de la réalisation de cet objectif, la présente norme exige une explication de l'approche générale suivie par l'entreprise pour identifier et gérer les **incidences** importantes réelles et potentielles de ses produits et services sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** pour ce qui est des aspects suivants :
 - (a) les incidences liées à l'information qui influent sur les consommateurs et/ou utilisateurs finals [par exemple, protection de la vie privée, liberté d'expression et accès à des informations (de qualité)] ;
 - (b) la sécurité personnelle des consommateurs et/ou utilisateurs finals (par exemple, santé, sûreté et sécurité de chacun et protection des enfants) ;
 - (c) l'inclusion sociale des consommateurs et/ou utilisateurs finals (par exemple, non-**discrimination**, accès aux produits et services et pratiques de commercialisation responsables).
3. La présente norme exige également une explication de la manière dont ces incidences, ainsi que les **dépendances** de l'entreprise à l'égard des **consommateurs** et **utilisateurs finals**, peuvent générer des **risques** ou **opportunités** importants pour l'entreprise. Par exemple, les incidences négatives sur la réputation des produits et services de l'entreprise peuvent nuire aux performances de celle-ci, tandis que la confiance dans ses produits et services peut être source de retombées commerciales, tels qu'une augmentation des ventes ou un élargissement de la base de consommateurs futurs.
4. L'utilisation illicite ou abusive des produits et services de l'entreprise par les **consommateurs** et les **utilisateurs finals** ne relève pas du champ d'application de la présente norme.

Interaction avec d'autres ESRS

5. La présente norme s'applique lorsque des **incidences** importantes sur les consommateurs et/ou les utilisateurs finals et/ou des **risques** et **opportunités** importants liés à ces **consommateurs** et/ou **utilisateurs finals** ont été détectés au cours du processus d'évaluation de l'**importance** décrit dans ESRS 2 *Informations générales à publier*.
6. Il convient de lire la présente norme parallèlement à ESRS 1 *Exigences générales*, à ESRS 2, à ESRS S1 *Effectifs de l'entreprise*, à ESRS S2 *Travailleurs de la chaîne de valeur* et à ESRS

Exigences de publication

ESRS 2 Informations générales à publier

7. Il convient de lire les exigences de la présente section en lien avec les informations requises en vertu d'ESRS 2 sur la stratégie (SBM). Les informations en résultant sont présentées en même temps que les informations requises en vertu d'ESRS 2, à l'exception de SBM-3 *Incidences, risques et opportunités importants et interaction avec la stratégie et le modèle économique*, pour laquelle l'entreprise a la possibilité de présenter les informations en même temps que les informations thématiques.

Stratégie

Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-2 — Intérêts et points de vue des parties intéressées

8. Lorsqu'elle applique le paragraphe 43 d'ESRS 2 SBM-2, l'entreprise indique la manière dont les intérêts, le point de vue et les droits de ses **consommateurs** et **utilisateurs finals**, y compris le respect des droits de l'homme, façonnent sa stratégie et son modèle économique. Les consommateurs et utilisateurs finals constituent un groupe clé de **parties intéressées** touchées.

Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-3 – Incidences, risques et opportunités importants et interaction avec la stratégie et le modèle économique

9. Lorsqu'elle applique le paragraphe 48 d'ESRS 2 SBM-3, l'entreprise indique :
- (a) si et comment les **incidences** réelles et potentielles sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** telles que recensées dans l'exigence de publication ESRS 2 IRO-1 *Description des procédures d'identification et d'évaluation des incidences, risques et opportunités importants* : i) résultent de la stratégie et du **modèle économique** de l'entreprise ou y sont liées, et ii) façonnent la stratégie et le modèle économique de l'entreprise ou contribuent à leur adaptation ; ainsi que
 - (b) la relation entre ses risques et opportunités importants découlant des incidences sur les consommateurs et/ou les utilisateurs finals et des **dépendances** à l'égard de ceux-ci, d'une part, et sa stratégie et son modèle économique, d'autre part.
10. Lorsqu'elle satisfait exigences visées au paragraphe 48, l'entreprise indique si tous les **consommateurs** et **utilisateurs finals** sur lesquels l'entreprise est susceptible d'avoir des incidences importantes, notamment des **incidences** en lien avec les activités et la **chaîne de valeur** de l'entreprise, y compris par l'intermédiaire de ses produits ou services ainsi que par l'intermédiaire de ses **relations d'affaires**, sont inclus dans les informations qu'elle publie au titre d'ESRS 2. En outre, l'entreprise communique les informations suivantes :
- (a) une description succincte des types de consommateurs et/ou utilisateurs finals susceptibles d'être concernés par des incidences importantes du fait des activités de l'entreprise ou par l'intermédiaire de sa chaîne de valeur, l'entreprise précisant s'il s'agit :
 - i. de consommateurs et/ou utilisateurs finals de produits qui sont intrinsèquement nocifs pour les personnes et/ou augmentent les risques de maladies chroniques ;
 - ii. de consommateurs et/ou utilisateurs finals de services qui sont susceptibles d'avoir une incidence négative sur leurs droits à la vie privée, à la protection des données à caractère personnel les concernant, à la liberté d'expression et à la non-**discrimination** ;
 - iii. de consommateurs et/ou utilisateurs finals qui ont besoin d'informations précises et accessibles sur les produits et les services, notamment de manuels et

- d'étiquettes de produits, afin de ne pas utiliser lesdits produits ou services de manière potentiellement dommageable ;
- iv. de consommateurs et/ou utilisateurs finals qui sont particulièrement vulnérables aux incidences sur la santé ou la vie privée ou aux incidences des stratégies de marketing et de vente, tels que les enfants ou les personnes financièrement vulnérables ;
 - (b) en cas d'incidences négatives importantes, une précision indiquant s'il s'agit
 - i) d'incidences répandues ou systémiques dans les contextes dans lesquels l'entreprise vend ou fournit ses produits et services (par exemple, une surveillance de l'État qui touche à la vie privée des utilisateurs de services), ou ii) d'**incidences** liées à des incidents ponctuels (par exemple, un défaut lié à un produit donné) ou propres à certaines relations d'affaires (par exemple, un partenaire commercial utilisant des techniques de marketing qui ciblent de manière inappropriée les jeunes **consommateurs**);
 - (c) en cas d'incidences positives importantes, une description succincte des activités donnant lieu aux incidences positives (par exemple, conception d'un produit de manière à améliorer son accessibilité pour les personnes handicapées) et des types de consommateurs et/ou d'utilisateurs finals concernés ou susceptibles d'être concernés par ces incidences positives ; l'entreprise peut également indiquer si les incidences positives se produisent dans certains pays ou certaines régions ; et
 - (d) tous les risques et opportunités importants pour l'entreprise découlant des incidences sur les consommateurs et/ou les utilisateurs finals et des dépendances à l'égard de ceux-ci.
11. Lorsqu'elle décrit les principaux types de **consommateurs** et **utilisateurs finals** touchés ou susceptibles d'être touchés par des incidences négatives, sur la base de l'évaluation de l'**importance** en vertu de l'exigence de publication ESRS 2 IRO-1, l'entreprise indique si et comment elle a pu déterminer la manière dont les consommateurs et utilisateurs finals présentant des caractéristiques particulières, ou utilisant des produits ou services particuliers, peuvent être exposés davantage à un risque de préjudice.
 12. Parmi les risques et opportunités importants découlant des incidences sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** ainsi que des **dépendances** à l'égard de ceux-ci, l'entreprise communique, le cas échéant, ceux qui concernent certains consommateurs et utilisateurs finals en particulier (appartenant à une certaine tranche d'âge, par exemple) et non l'ensemble des consommateurs et utilisateurs finals.

Gestion des incidences, risques et opportunités

Exigence de publication S4-1 — Politiques relatives aux consommateurs et utilisateurs finals

13. **L'entreprise décrit les politiques qu'elle a adoptées pour gérer les incidences importantes de ses produits et services sur les consommateurs et utilisateurs finals, ainsi que les risques et opportunités importants qui y sont associés.**
14. Cette exigence de publication a pour objectif de permettre de comprendre dans quelle mesure l'entreprise dispose de politiques portant spécifiquement sur le recensement, l'évaluation, la gestion et la **réparation** des **incidences** importantes sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals**, ainsi que de politiques régissant les risques et opportunités importants liés aux consommateurs et utilisateurs finals.
15. Les informations à publier en vertu du paragraphe 13 contiennent les informations relatives aux politiques de l'entreprise en matière de gestion des incidences, risques et opportunités importants concernant les **consommateurs** et **utilisateurs finals**, conformément à ESRS 2 MDR-P *Politiques adoptées pour gérer les questions de durabilité importantes*. En outre, l'entreprise précise si ces politiques s'appliquent à certains groupes particuliers ou à l'ensemble des consommateurs et utilisateurs finals.

16. L'entreprise décrit les **engagements stratégiques** en matière de droits de l'homme¹²³ qu'elle prend et qui sont pertinents pour les **consommateurs** et **utilisateurs finals**, y compris ses processus et mécanismes visant à contrôler le respect des principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, de la déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail ou des principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales. Dans les informations qu'elle publie, l'entreprise se concentre sur les questions importantes ainsi que sur son approche générale concernant¹²⁴ :
- (a) le respect des droits de l'homme des consommateurs et utilisateurs finals ;
 - (b) l'interaction avec les consommateurs et utilisateurs finals ; et
 - (c) les mesures visant à **remédier** et/ou à permettre de remédier aux incidences sur les droits de l'homme.
17. L'entreprise indique si et comment ses politiques relatives aux **consommateurs** et **utilisateurs finals** sont alignées sur les instruments internationalement reconnus applicables aux consommateurs et utilisateurs finals, notamment sur les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme. L'entreprise indique également dans quelle mesure des cas de non-respect des principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, de la déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail ou des principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales qui impliquent des consommateurs ou des utilisateurs finals ont été signalés dans sa **chaîne de valeur** en amont et en aval et, le cas échéant, communique la nature de ces cas¹²⁵.

Exigence de publication S4-2 — Processus d'interaction au sujet des incidences avec les consommateurs et utilisateurs finals

18. L'entreprise communique ses processus généraux d'interaction avec les consommateurs et utilisateurs finals et leurs représentants en ce qui concerne les incidences réelles et potentielles sur ces consommateurs et utilisateurs finals.
19. Cette exigence de publication a pour objectif de permettre de comprendre si et comment l'entreprise interagit, dans le cadre de son processus permanent de diligence raisonnable, avec les **consommateurs** et **utilisateurs finals** et leurs représentants légitimes, ou avec des **intermédiaires de confiance**, en ce qui concerne les incidences positives ou négatives importantes, réelles et potentielles, qui les concernent ou sont susceptibles de les concerner, et si et comment l'entreprise tient compte du point de vue des consommateurs et des utilisateurs finals dans ses processus décisionnels.
20. L'entreprise indique si et comment les points de vue des **consommateurs** et **utilisateurs finals** façonnent ses décisions ou activités visant à gérer les incidences réelles et potentielles sur ces consommateurs et utilisateurs finals. Elle explique notamment, le cas échéant :

¹²³ Ces informations répondent aux besoins d'information des acteurs des marchés financiers soumis au règlement (UE) 2019/2088 car elles sont dérivées d'un indicateur supplémentaire lié aux principales incidences négatives correspondant à l'indicateur n° 9 du tableau III de l'annexe I du règlement délégué (UE) 2022/1288 de la Commission en ce qui concerne les règles en matière de publication d'informations sur les investissements durables (« Absence de politique en matière de droits de l'homme »).

¹²⁴ Ces informations répondent aux besoins d'information des acteurs des marchés financiers soumis au règlement (UE) 2019/2088 car elles sont dérivées d'un indicateur obligatoire lié aux principales incidences négatives correspondant à l'indicateur n° 11 du tableau I de l'annexe I du règlement délégué (UE) 2022/1288 de la Commission en ce qui concerne les règles en matière de publication d'informations sur les investissements durables.

¹²⁵ Ces informations répondent aux besoins d'information des acteurs des marchés financiers soumis au règlement (UE) 2019/2088 car elles sont dérivées d'un indicateur obligatoire lié aux principales incidences négatives correspondant à l'indicateur n° 10 du tableau I de l'annexe I du règlement délégué (UE) 2022/1288 de la Commission en ce qui concerne les règles en matière de publication d'informations sur les investissements durables (« Violations des principes du pacte mondial des Nations unies et des principes directeurs de l'OCDE pour les entreprises multinationales ») et aux besoins d'information des administrateurs d'indices de référence tenus de publier les facteurs ESG conformément au règlement (UE) 2020/1816, comme indiqué par l'indicateur « Nombre de composantes de l'indice de référence connaissant des violations sociales (en nombre absolu et en proportion du nombre total des composantes de l'indice de référence), telles que visées dans les traités et conventions internationaux, les principes des Nations unies ou, le cas échéant, le droit national » dans les sections 1 et 2 de l'annexe II.

- (a) si l'interaction a lieu directement avec les consommateurs et utilisateurs finals touchés ou leurs **représentants légitimes**, ou avec des **intermédiaires de confiance** qui connaissent leur situation ;
 - (b) à quel(s) moment(s) l'interaction a lieu, le type d'interaction et sa fréquence ;
 - (c) la fonction et le rôle le plus élevé au sein de l'entreprise auxquels incombe la responsabilité opérationnelle de veiller à ce que cette interaction ait lieu et à ce que ses résultats étayent l'approche de l'entreprise ; et
 - (d) la manière dont l'entreprise évalue l'efficacité de son interaction avec les consommateurs et utilisateurs finals, y compris, s'il y a lieu, les accords et les résultats qui en découlent.
21. Le cas échéant, l'entreprise communique les mesures qu'elle prend pour connaître le point de vue des **consommateurs** et **utilisateurs finals** susceptibles d'être particulièrement vulnérables aux incidences et/ou marginalisés (par exemple, les personnes handicapées, les enfants, etc.).
22. L'entreprise signale si elle n'est pas en mesure de publier les informations requises ci-dessus parce qu'elle n'a pas adopté de processus général pour interagir avec les **consommateurs** et **utilisateurs finals**. Elle peut indiquer un délai dans lequel elle entend mettre en place un tel processus.

Exigence de publication S4-3 — Procédures visant à remédier aux incidences négatives et canaux permettant aux consommateurs et utilisateurs finals de faire part de leurs préoccupations

23. L'entreprise décrit les procédures qu'elle a mises en place pour procéder ou coopérer à la réparation des incidences négatives sur les consommateurs et utilisateurs finals en lien avec ses activités, ainsi que les canaux mis à la disposition des consommateurs et utilisateurs finals pour qu'ils puissent faire part de leurs préoccupations et demander qu'il y soit remédié.
24. Cette exigence de publication a pour objectif de permettre de comprendre les moyens formels par lesquels les **consommateurs** et **utilisateurs finals** peuvent faire connaître leurs préoccupations et leurs besoins directement à l'entreprise et par lesquels l'entreprise encourage la disponibilité de tels canaux (**mécanismes de réclamation**, par exemple) dans le cadre de ses relations d'affaires, ainsi que la manière dont le suivi est assuré avec ces consommateurs et utilisateurs finals en ce qui concerne les questions soulevées et l'efficacité de ces canaux.
25. L'entreprise décrit :
- (a) son approche générale et ses procédures pour procéder à la **réparation** ou y contribuer lorsqu'elle constate qu'elle a provoqué une incidence négative importante sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** ou qu'elle y a contribué, en précisant si et comment elle évalue l'efficacité de la solution apportée ;
 - (b) les canaux spécifiques qu'elle a éventuellement mis en place pour permettre aux consommateurs et utilisateurs finals de lui faire part directement de leurs préoccupations ou de leurs besoins et de demander d'y remédier, en précisant si ces canaux ont été mis en place par l'entreprise elle-même ou s'ils résultent d'une participation à des mécanismes de tiers ;
 - (c) les processus par lesquels elle encourage ou exige la mise à disposition de ces canaux dans le cadre de ses relations d'affaires ; et
 - (d) la manière dont l'entreprise surveille et suit les questions soulevées et traitées, et dont elle garantit l'efficacité des canaux, en précisant si elle y associe les **parties intéressées** qui sont les utilisateurs auxquels ces canaux sont destinés.
26. L'entreprise indique si et comment elle estime que les **consommateurs** et **utilisateurs finals** ont connaissance de ces structures ou procédures et leur font confiance pour faire part de leurs

préoccupations ou de leurs besoins et demander d'y remédier. En outre, l'entreprise indique si elle a adopté des politiques pour protéger des représailles les personnes qui ont recours à ces structures ou procédures. Si ces informations ont été publiées conformément à ESRS G1-1, l'entreprise peut s'y référer.

27. L'entreprise signale si elle n'est pas en mesure de publier les informations requises ci-dessus parce qu'elle n'a pas mis en place de canal permettant de faire part des préoccupations ou n'encourage pas la mise à disposition d'un mécanisme de ce type dans le cadre de ses relations d'affaires. Elle peut indiquer un délai dans lequel elle entend mettre en place un tel canal ou mécanisme.

Exigence de publication S4-4 — Actions concernant les incidences importantes sur les consommateurs et utilisateurs finals, approches visant à gérer les risques importants et à saisir les opportunités importantes concernant les consommateurs et utilisateurs finals, et efficacité de ces actions

28. L'entreprise communique les réponses qu'elle apporte pour faire face aux incidences importantes sur les consommateurs et utilisateurs finals et les actions qu'elle entreprend pour gérer les risques importants et saisir les opportunités importantes concernant les consommateurs et utilisateurs finals, ainsi que l'efficacité de ces réponses et actions.
29. Cette exigence de publication a un objectif double. Premièrement, elle vise à expliquer les **actions** et les initiatives par lesquelles l'entreprise cherche à :
- (a) prévenir, atténuer et réparer les incidences négatives importantes sur les **consommateurs et utilisateurs finals** ; et/ou
 - (b) créer des incidences positives importantes pour les consommateurs et utilisateurs finals.
- Deuxièmement, elle vise à permettre de comprendre la manière dont l'entreprise traite les risques importants et saisit les opportunités importantes concernant les consommateurs et utilisateurs finals.
30. L'entreprise fournit une description succincte des plans d'action et des ressources nécessaires pour gérer les incidences, risques et opportunités importants liés aux **consommateurs et utilisateurs finals**, conformément à ESRS 2 MDR-A *Actions et ressources relatives aux questions de durabilité importantes*.
31. En ce qui concerne les incidences importantes, l'entreprise décrit :
- (a) les **actions** entreprises, prévues ou en cours pour prévenir, atténuer ou corriger les incidences négatives importantes sur les **consommateurs et utilisateurs finals** ;
 - (b) les mesures adoptées, s'il en est, pour **remédier** ou permettre de remédier à une incidence réelle importante ;
 - (c) les éventuelles actions ou initiatives supplémentaires qu'elle a mises en place dans le but premier de contribuer positivement à l'amélioration des résultats sociaux pour les consommateurs et/ou utilisateurs finals ; et
 - (d) la manière dont elle suit et évalue la capacité de ces **actions** et initiatives à produire les résultats escomptés pour les consommateurs et utilisateurs finals.
32. En ce qui concerne le paragraphe 28, l'entreprise décrit :
- (a) les processus par lesquels elle détermine les actions nécessaires et appropriées face à une incidence négative donnée, réelle ou potentielle, sur les **consommateurs et utilisateurs finals** ;
 - (b) la façon dont elle agit face à une incidence négative importante donnée sur les consommateurs et utilisateurs finals, y compris toute action liée à ses pratiques en matière de conception de produits, de marketing et de vente, ainsi que la nécessité ou non d'une action sectorielle ou collaborative plus large avec d'autres parties concernées ; et
 - (c) la manière dont elle veille à la mise en place de procédures pour **remédier** ou permettre

de remédier aux incidences négatives importantes ainsi qu'à l'efficacité de leur mise en œuvre et de leurs résultats.

33. En ce qui concerne les risques et opportunités importants, l'entreprise décrit :
- (a) les mesures prévues ou en cours pour atténuer les risques importants pour l'entreprise découlant de ses incidences sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** et de ses **dépendances** à l'égard de ceux-ci, et la manière dont elle mesure leur efficacité dans la pratique ; et
 - (b) les mesures prévues ou en cours pour saisir les opportunités importantes de l'entreprise concernant les consommateurs et utilisateurs finals.
34. L'entreprise indique si et comment elle prend des mesures pour éviter de causer ou d'exacerber des incidences négatives importantes sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** par ses pratiques, y compris, le cas échéant, ses pratiques en matière de marketing, de vente et d'utilisation des données. Elle peut notamment communiquer l'approche qu'elle suit en cas de tensions entre la prévention ou l'atténuation des incidences négatives importantes et d'autres pressions exercées sur l'entreprise.
35. Lorsqu'elle prépare ces informations, l'entreprise examine si des problèmes et **incidents** graves en matière de droits de l'homme liés à ses **consommateurs** et **utilisateurs finals** ont été signalés et, le cas échéant, communique ces problèmes et incidents graves¹²⁶.
36. Si l'entreprise évalue l'efficacité d'une action en fixant une cible, elle prend en considération les exigences définies dans ESRS 2 MDR-T *Suivi de l'efficacité des politiques et des actions au moyen de cibles* lorsqu'elle publie les informations visées au paragraphe 32, point c).
37. L'entreprise indique quelles ressources sont allouées à la gestion de ses incidences importantes, en fournissant des informations qui permettent aux **utilisateurs** de comprendre comment les incidences importantes sont gérées.

Métriques et cibles

Exigence de publication S4-5 — Cibles liées à la gestion des incidences négatives importantes, à la promotion des incidences positives et à la gestion des risques et opportunités importants

38. L'entreprise communique les cibles assorties d'échéances et axées sur les résultats qu'elle peut avoir fixées concernant :
- (a) la réduction des incidences négatives sur les consommateurs et utilisateurs finals ; et/ou
 - (b) la promotion des incidences positives sur les consommateurs et utilisateurs finals ; et/ou
 - (c) la gestion des risques et opportunités importants liés aux consommateurs et utilisateurs finals.
39. Cette exigence de publication a pour objectif de permettre de comprendre dans quelle mesure l'entreprise utilise des **cibles** assorties d'échéances et axées sur les résultats pour guider et mesurer ses progrès dans la lutte contre les incidences négatives importantes/la promotion des incidences positives sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** et dans la gestion des risques et opportunités importants liés aux consommateurs et **utilisateurs finals**.
40. La description succincte des **cibles** relatives à la gestion des **incidences, risques et opportunités** importants liés aux **consommateurs** et **utilisateurs finals** contient les informations requises en vertu d'ESRS 2 MDR-T.

¹²⁶ Ces informations répondent aux besoins d'information des acteurs des marchés financiers soumis au règlement (UE) 2019/2088 car elles sont dérivées d'un indicateur supplémentaire lié aux principales incidences négatives correspondant à l'indicateur n° 14 du tableau III de l'annexe I du règlement délégué (UE) 2022/1288 de la Commission en ce qui concerne les règles en matière de publication d'informations sur les investissements durables («Nombre de problèmes et d'incidents graves recensés en matière de droits de l'homme»).

41. L'entreprise communique le processus de fixation des **cibles**, en indiquant notamment si et comment elle a interagi directement avec les **consommateurs** et **utilisateurs finals**, leurs représentants légitimes ou des **intermédiaires de confiance** qui connaissent leur situation, pour :
- (a) fixer les cibles ;
 - (b) suivre les performances de l'entreprise par rapport à ces cibles ; et
 - (c) recenser les éventuels enseignements ou améliorations résultant des performances de l'entreprise.

Appendice A : Exigences d'application

Le présent appendice fait partie intégrante d'ESRS S4 *Consommateurs et utilisateurs finals*. Il décrit la façon d'appliquer les exigences énoncées dans la présente norme et fait autorité au même titre que les autres parties de la norme.

Objectif

- AR 1. L'entreprise peut mettre en évidence des éléments particuliers liés à une incidence importante sur une période plus courte, tels que des initiatives concernant la santé et la sécurité des **consommateurs** et **utilisateurs finals** en rapport avec la contamination d'un produit ou une grave atteinte en matière de protection de la vie privée due à une fuite massive de données.
- AR 2. L'aperçu des aspects sociaux et des droits de l'homme visé au paragraphe 2 ne signifie pas que tous ces aspects doivent être déclarés pour chaque exigence de publication prévue par la présente norme. Il s'agit plutôt d'une liste de questions que l'entreprise doit prendre en considération dans son évaluation de l'**importance** (voir le chapitre 3 *La double importance, fondement de la publication d'informations en matière de durabilité* d'ESRS 1 et ESRS 2 IRO-1) pour les **consommateurs** et **utilisateurs finals** et qu'elle doit communiquer, par la suite en tant qu'incidences, risques et opportunités importants relevant du champ d'application de la présente norme.

ESRS 2 Informations générales à publier

Stratégie

Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-2 — Intérêts et points de vue des parties intéressées

- AR 3. En vertu d'ESRS 2 SBM-2, l'entreprise doit expliquer si et comment elle prend en considération le rôle joué par sa stratégie et son modèle économique dans la création, l'exacerbation ou (à l'inverse) l'atténuation des incidences importantes sur les **consommateurs** et/ou **utilisateurs finals**, et si et comment elle adapte sa stratégie et son modèle économique face à ces incidences importantes.
- AR 4. Même si les **consommateurs** et **utilisateurs finals** n'interagissent pas nécessairement avec l'entreprise en ce qui concerne sa stratégie et son modèle économique, leurs points de vue peuvent alimenter l'évaluation par l'entreprise de sa stratégie et de son modèle économique. L'entreprise peut communiquer les points de vue des **représentants légitimes** des consommateurs et utilisateurs finals touchés par des incidences importantes (réelles ou potentielles), ou des **intermédiaires de confiance**, qui ont une connaissance de la situation.

Exigence de publication liée à ESRS 2 SBM-3 – Incidences, risques et opportunités importants et interaction avec la stratégie et le modèle économique

- AR 5. Les incidences sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** peuvent découler de la stratégie ou du modèle économique de l'entreprise de différentes manières. Ainsi, les incidences peuvent concerner la proposition de valeur de l'entreprise (par exemple, la fourniture de plateformes en ligne pouvant causer un préjudice en ligne et hors ligne), sa **chaîne de valeur** (par exemple, le développement de produits ou de services/la réalisation de projets de manière accélérée, créant des risques pour la santé et la sécurité) ou la structure de ses coûts et son modèle de revenus (par exemple, des incitations à maximiser les ventes mettant les consommateurs en danger).
- AR 6. Les incidences sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** qui découlent de la stratégie ou du modèle économique peuvent également déboucher sur des risques importants pour l'entreprise. Par exemple, si le modèle économique de l'entreprise pousse ses équipes de vendeurs à vendre rapidement un produit ou un service en grandes quantités (par exemple, des cartes de crédit ou des médicaments antalgiques), entraînant ainsi un préjudice à grande échelle pour les consommateurs, l'entreprise peut être confrontée à des poursuites judiciaires et au ternissement de son image de marque, ce qui aura des incidences sur ses activités et sa crédibilité à l'avenir.
- AR 7. Les caractéristiques particulières des **consommateurs** et **utilisateurs finals** qui peuvent être prises en considération par l'entreprise lorsqu'elle répond au paragraphe 11 concernent, par exemple, l'âge des consommateurs et utilisateurs finals, les jeunes consommateurs et utilisateurs finals pouvant être plus sensibles aux incidences portant atteinte à leur développement physique et mental ou plus vulnérables aux pratiques de vente ou de marketing abusives, en raison de leur manque de connaissances en matière financière, ou le sexe des consommateurs et utilisateurs finals, lorsque des discriminations systématiques sont exercées à l'encontre des femmes en ce qui concerne l'accès à certains services ou le marketing de certains produits.
- AR 8. En ce qui concerne le paragraphe 12, les **risques** peuvent résulter de la dépendance de l'entreprise à l'égard des **consommateurs** et **utilisateurs finals**, lorsque des événements peu probables mais ayant des répercussions fortes peuvent avoir des **incidences financières**, ce qui est par exemple le cas lorsqu'une pandémie mondiale a de graves incidences sur les moyens de subsistance de certains consommateurs, entraînant ainsi des perturbations majeures des modes de consommation.

Gestion des incidences, risques et opportunités

Exigence de publication S4-1 — Politiques relatives aux consommateurs et utilisateurs finals

- AR 9. La description inclut les informations clés nécessaires pour donner une image fidèle des politiques relatives aux **consommateurs** et **utilisateurs finals**. Par conséquent, l'entreprise envisage de fournir des explications quant aux changements importants apportés aux politiques adoptées au cours de l'année de référence (par exemple, les nouvelles attentes pour les clients professionnels, les approches nouvelles ou supplémentaires concernant la diligence raisonnable et les mesures correctives).
- AR 10. Les **politiques** peuvent prendre la forme d'une politique autonome adoptée à l'égard des **consommateurs** et **utilisateurs finals** ou faire partie d'un document plus général, tel qu'un code de déontologie, ou d'une politique globale en matière de durabilité dont la publication par l'entreprise a déjà été faite en vertu d'une autre ESRS. Dans de tels cas, l'entreprise communique une référence croisée précise permettant de retrouver les aspects de ces politiques qui satisfont aux prescriptions de la présente exigence de publication.
- AR 11. Lorsqu'elle publie des informations relatives à l'alignement de ses politiques sur les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme, l'entreprise tient

compte du fait que ces principes directeurs font référence à la charte internationale des droits de l'homme, à savoir la déclaration universelle des droits de l'homme et les deux pactes qui la mettent en œuvre, et peut faire état de l'alignement sur ces instruments.

- AR 12. Lorsqu'elle explique la manière dont les politiques tournées vers l'extérieur sont intégrées, l'entreprise peut, par exemple, prendre en considération les politiques internes en matière de vente et de distribution et l'alignement sur d'autres politiques pertinentes pour les **consommateurs** et **utilisateurs finals**. L'entreprise tient également compte des politiques visant à préserver la véracité et l'utilité des informations fournies aux consommateurs et/ou utilisateurs finals potentiels et réels, tant avant qu'après la vente.
- AR 13. L'entreprise peut illustrer la manière dont elle communique ses politiques aux personnes, aux catégories de personnes ou aux entités auxquelles ces politiques s'adressent, soit parce qu'elles sont censées les mettre en œuvre (c'est le cas, par exemple, des **salariés**, des contractants et des **fournisseurs** de l'entreprise), soit parce qu'elles sont directement concernées par leur mise en œuvre (c'est le cas, par exemple, du personnel de l'entreprise et des investisseurs). Elle peut indiquer les outils et canaux de communication qu'elle utilise (dépliants, bulletins d'information, sites internet spécialisés, médias sociaux, interactions en face-à-face, contacts avec les représentants des travailleurs, par exemple) en vue de garantir l'accessibilité de ses **politiques** et de permettre à différents publics d'en comprendre les implications. L'entreprise peut également expliquer comment elle détermine et lève les éventuels obstacles à la diffusion, tels que la traduction dans les langues concernées ou l'utilisation de représentations graphiques.

Exigence de publication S4-2 — Processus d'interaction au sujet des incidences avec les consommateurs et utilisateurs finals

- AR 14. Dans certains cas, les organismes nationaux de protection des consommateurs peuvent faire partie des **intermédiaires de confiance** qui connaissent les intérêts, les expériences ou les points de vue des **consommateurs** et **utilisateurs finals**.
- AR 15. Lorsqu'elle décrit la fonction ou le rôle qui assume la responsabilité opérationnelle de cette interaction et/ou qui en est responsable en dernier ressort, l'entreprise peut indiquer s'il s'agit d'un rôle ou d'une fonction spécifique ou si cette responsabilité s'inscrit dans un rôle ou une fonction plus large, et si des activités de renforcement des capacités ont été proposées au personnel pour l'aider à participer à l'interaction. Si elle n'est pas en mesure de définir un tel rôle ou une telle fonction, elle peut le signaler. L'entreprise peut également s'acquitter de cette exigence de publication en renvoyant aux informations publiées conformément à ESRs 2 GOV-1 *Rôle des organes d'administration, de direction et de surveillance*.
- AR 16. Lorsqu'elle prépare les informations à publier en vertu du paragraphe 20, points b) et c), l'entreprise peut s'inspirer des exemples suivants :
- (a) en ce qui concerne le calendrier des interactions, celles-ci peuvent avoir lieu, par exemple, au moment de la définition des mesures d'atténuation ou de l'évaluation de leur efficacité ;
 - (b) en ce qui concerne le type d'interaction, il peut s'agir d'une participation, d'une consultation et/ou d'une information ;
 - (c) en ce qui concerne la fréquence de l'interaction, l'entreprise peut indiquer si l'interaction a lieu régulièrement, à certains stades d'un projet ou d'un processus commercial, ou en réponse à des exigences légales et/ou à des demandes des parties intéressées, et expliquer si le résultat de l'interaction est intégré dans les processus décisionnels de l'entreprise ; et
 - (d) en ce qui concerne le rôle auquel incombe la responsabilité opérationnelle, l'entreprise peut indiquer si elle exige du personnel concerné qu'il possède des compétences spécifiques, ou si ce personnel bénéficie d'une **formation** ou d'un renforcement des capacités de sa part pour participer à l'interaction.
- AR 17. Pour illustrer la manière dont les points de vue des **consommateurs** et **utilisateurs finals** ont façonné certaines de ses décisions ou activités, l'entreprise peut donner des exemples datant de la période de référence en cours.

Exigence de publication S4-3 — Procédures visant à remédier aux incidences négatives et canaux permettant aux consommateurs et utilisateurs finals de faire part de leurs préoccupations

- AR 18. Aux fins des obligations de l'exigence de publication ESRS S4-3, l'entreprise peut être guidée par le contenu des principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et des principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales, axés sur les **mécanismes de réparation** et de **réclamation**.
- AR 19. Parmi les canaux permettant de faire part des préoccupations ou des besoins figurent les **mécanismes de réclamation**, les lignes directes, les processus de dialogue ou d'autres moyens par lesquels les **consommateurs** et **utilisateurs finals** ou leurs **représentants légitimes** peuvent faire part de leurs préoccupations quant aux incidences ou expliquer les besoins auxquels ils souhaiteraient que l'entreprise réponde. Il pourrait s'agir de canaux mis en place directement par l'entreprise, et ceux-ci sont à communiquer en sus de tout autre mécanisme, tel que des audits de conformité, que l'entreprise pourrait utiliser pour mieux comprendre la gestion des incidences sur les consommateurs et/ou les utilisateurs finals. Lorsque, aux fins de la présente exigence, l'entreprise se fonde uniquement sur les informations relatives à l'existence de tels canaux fournis par ses **relations d'affaires**, elle peut le signaler.
- AR 20. Pour permettre de mieux comprendre les informations régies par ESRS S4-3, l'entreprise peut indiquer si et comment les **consommateurs** et **utilisateurs finals** susceptibles d'être touchés sont en mesure d'accéder aux canaux mis en place à l'échelle de l'entreprise, et ce pour chaque incidence importante.
- AR 21. Parmi les mécanismes de tiers peuvent figurer les mécanismes gérés par les pouvoirs publics, des ONG ou des associations professionnelles et d'autres initiatives collaboratives. En ce qui concerne le champ d'application de ces mécanismes, l'entreprise peut indiquer si ceux-ci sont accessibles à tous les **consommateurs** et **utilisateurs finals** sur lesquels elle est susceptible d'avoir une incidence importante, réelle ou potentielle, ou aux personnes ou organisations agissant en leur nom ou qui sont susceptibles, d'une manière ou d'une autre, d'avoir connaissance d'incidences négatives, et si ces mécanismes permettent aux consommateurs et/ou utilisateurs finals (ou aux personnes ou organisations agissant en leur nom ou qui sont susceptibles, d'une manière ou d'une autre, d'avoir connaissance d'incidences négatives) de faire part de leurs griefs ou de leurs préoccupations au sujet des activités de l'entreprise.
- AR 22. En ce qui concerne la protection contre les représailles des personnes qui utilisent les mécanismes, l'entreprise peut indiquer si elle traite les réclamations de manière confidentielle et dans le respect des droits à la vie privée et à la protection des données, et si elle permet aux **consommateurs** et **utilisateurs finals** de les utiliser de manière anonyme (par exemple, en se faisant représenter par un tiers).
- AR 23. Lorsqu'elle explique si et comment elle sait que les **consommateurs** et **utilisateurs finals** ont connaissance de ces canaux et leur font confiance, l'entreprise peut fournir des données pertinentes et fiables sur l'efficacité de ces canaux du point de vue des consommateurs et utilisateurs finals eux-mêmes. Elle peut ainsi utiliser des enquêtes menées auprès des consommateurs et utilisateurs finals qui ont utilisé ces canaux sur leur degré de satisfaction à l'égard du processus et de ses résultats. Pour illustrer le niveau d'utilisation de ces canaux, l'entreprise peut communiquer le nombre de plaintes de consommateurs et utilisateurs finals reçues au cours de la période de référence.
- AR 24. Lorsqu'elle décrit l'efficacité des canaux permettant aux **consommateurs** et **utilisateurs finals** de faire part de leurs préoccupations, l'entreprise peut s'inspirer des questions ci-après, fondées sur les « critères d'efficacité pour les **mécanismes de réclamation** non judiciaires » définis dans les principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme. Les considérations qui suivent peuvent s'appliquer à des canaux individuels ou à un ensemble de canaux :
- (a) les canaux sont-ils légitimes en ce qu'ils répondent de leur bon déroulement et suscitent la confiance des parties intéressées ?

- (b) les canaux sont-ils communiqués et accessibles aux **parties intéressées** ?
- (c) les canaux prévoient-ils une procédure clairement établie assortie d'un calendrier et d'un descriptif précis ?
- (d) les canaux garantissent-ils un accès raisonnable aux sources d'information, aux conseils et aux compétences ?
- (e) les canaux sont-ils transparents en ce qu'ils fournissent des informations suffisantes aux plaignants et, le cas échéant, répondent à tous les intérêts publics en jeu ?
- (f) les résultats obtenus par l'intermédiaire des canaux sont-ils compatibles avec les droits de l'homme internationalement reconnus ?
- (g) l'entreprise tire-t-elle des canaux des enseignements pour l'apprentissage continu afin d'améliorer les canaux et de prévenir les incidences futures ?
- (h) l'entreprise met-elle l'accent sur le dialogue avec les plaignants en tant que moyen de trouver des solutions convenant à chacun, plutôt que de chercher à résoudre unilatéralement le problème ?

Pour de plus amples informations, voir le principe directeur 31 des Nations unies relatif aux entreprises et aux droits de l'homme.

Exigence de publication S4-4 — Actions concernant les incidences importantes sur les consommateurs et utilisateurs finals, approches visant à gérer les risques importants et à saisir les opportunités importantes concernant les consommateurs et utilisateurs finals, et efficacité de ces actions

- AR 25. La compréhension des incidences négatives et de la manière dont l'entreprise peut y être liée dans le cadre de sa chaîne de valeur en aval peut prendre du temps, de même que la recherche de solutions appropriées et leur mise en pratique. Par conséquent, l'entreprise envisage de communiquer :
- (a) ses approches générales et particulières concernant le traitement des incidences négatives importantes ;
 - (b) ses initiatives visant à favoriser des incidences positives importantes supplémentaires ;
 - (c) la mesure dans laquelle elle a progressé dans ses efforts au cours de la période de référence ; et
 - (d) ses objectifs en matière d'amélioration continuent.
- AR 26. L'action appropriée peut varier selon que l'entreprise est à l'origine de l'incidence importante ou y contribue, ou selon que l'incidence importante a un rapport direct avec ses activités, produits ou services fournis dans le cadre d'une relation d'affaires.
- AR 27. Étant donné qu'il est possible que les incidences négatives importantes sur les consommateurs et/ou **utilisateurs finals** qui se sont produites au cours de la période de référence soient également liées à des entités ou à des activités échappant à son contrôle direct, l'entreprise peut indiquer si et comment elle entend faire jouer son influence dans ses **relations d'affaires** pour gérer ces incidences. Elle peut par exemple recourir à un **levier** commercial (par exemple, en faisant appliquer des exigences contractuelles dans ses relations d'affaires ou en mettant en œuvre des incitations), à d'autres formes d'influence dans le cadre de ses relations (telles que la **formation** ou le renforcement des capacités des relations d'affaires en matière d'utilisation correcte des produits ou de pratiques de vente) ou à un levier collaboratif avec des pairs ou d'autres acteurs (notamment des initiatives en faveur d'un marketing responsable ou de la sécurité des produits).
- AR 28. Lorsque l'entreprise annonce sa participation à une initiative sectorielle ou multipartite dans le cadre de ses **actions** visant à remédier aux incidences négatives importantes, elle peut indiquer comment l'initiative et sa participation visent à remédier à l'incidence importante concernée. Elle peut communiquer, dans le cadre d'ESRS S4-5, les **cibles** pertinentes fixées

par l'initiative et les progrès accomplis en vue de les atteindre.

- AR 29. L'entreprise peut donner des exemples lorsqu'elle indique si et comment elle tient compte des incidences réelles et potentielles sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** dans ses décisions de mettre fin à des **relations d'affaires**, et si et comment elle cherche à remédier aux incidences négatives qui pourraient résulter d'une telle résiliation.
- AR 30. Lorsque l'entreprise indique la manière dont elle évalue l'efficacité de ses **actions** de gestion des incidences importantes au cours de la période de référence, elle peut communiquer les enseignements tirés de la période de référence en cours et des périodes de référence précédentes.
- AR 31. Les audits ou vérifications internes ou externes, les procédures judiciaires et/ou les décisions de justice connexes, les analyses d'impact, les systèmes de mesure, le retour d'information des parties intéressées, les **mécanismes de réclamation**, les notations de performance externes et l'évaluation comparative sont des exemples de processus utilisés pour évaluer l'efficacité des **actions**.
- AR 32. Le suivi de l'efficacité vise à permettre de comprendre les liens entre les **actions** menées par l'entreprise et la gestion efficace des incidences.
- AR 33. En ce qui concerne les initiatives ou procédures de l'entreprise qui sont fondées sur les besoins des **consommateurs** et **utilisateurs finals** concernés et leur niveau de mise en œuvre, l'entreprise peut communiquer :
- (a) des informations indiquant si et comment les consommateurs et utilisateurs finals et leurs **représentants légitimes** ou des **intermédiaires de confiance** jouent un rôle dans les décisions relatives à la conception et à la mise en œuvre de ces initiatives ou procédures ; et
 - (b) des informations sur les résultats positifs escomptés ou obtenus pour les consommateurs et utilisateurs finals dans le cadre de ces initiatives ou procédures.
- AR 34. L'entreprise peut expliquer si les initiatives ou procédures dont l'objectif premier est de produire des incidences positives pour les **consommateurs** et **utilisateurs finals** sont également conçues pour soutenir la réalisation d'un ou de plusieurs objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies Par exemple, en s'engageant en faveur de l'ODD 3 «Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge», l'entreprise pourrait chercher activement à rendre ses produits moins addictifs et moins nocifs pour la santé physique et psychologique.
- AR 35. Lorsque l'entreprise communique les résultats positifs escomptés de ses **actions** pour les **consommateurs** et **utilisateurs finals**, elle opère une distinction entre les données concernant certaines activités menées (par exemple, le fait que x consommateurs et utilisateurs finals ont reçu des informations sur les habitudes alimentaires saines) et les données concernant les résultats concrets pour les consommateurs et utilisateurs finals (par exemple, le fait que x consommateurs et utilisateurs finals ont adopté des habitudes alimentaires plus saines).
- AR 36. Lorsque l'entreprise indique si des initiatives ou des procédures jouent également un rôle dans l'atténuation des incidences négatives importantes, elle peut, par exemple, prendre en considération les programmes visant à renforcer la sensibilisation aux risques d'escroquerie en ligne débouchant sur une réduction du nombre de cas d'**utilisateurs finals** confrontés à des atteintes en matière de protection de la vie privée.
- AR 37. Lorsque l'entreprise communique les risques et opportunités importants liés à ses incidences sur les **consommateurs** et **utilisateurs finals** et à ses **dépendances** à leur égard, elle peut tenir compte :
- (a) des risques liés à ses incidences sur les consommateurs et utilisateurs finals, parmi lesquels peuvent figurer les atteintes à son image de marque ou l'engagement de sa responsabilité juridique lorsque des produits mal conçus ou défectueux entraînent des blessures ou des décès ;
 - (b) des risques liés à ses dépendances à l'égard des consommateurs et utilisateurs finals, parmi lesquels peut figurer l'interruption de ses activités lorsque, en raison d'une crise

économique, les consommateurs n'ont pas les moyens de se procurer certains produits ou services ;

- (c) des opportunités économiques liées à ses incidences sur les consommateurs et utilisateurs finals, parmi lesquelles peuvent figurer une différenciation sur le marché et un plus grand attrait aux yeux de la clientèle lorsque l'entreprise propose des produits sûrs ou des services respectueux de la vie privée ; et
- (d) des opportunités économiques liées à ses dépendances à l'égard des consommateurs et utilisateurs finals, parmi lesquelles peut figurer la constitution d'une future clientèle fidèle en veillant au respect des personnes LGBTQI et en adoptant des pratiques commerciales qui n'excluent pas ces personnes des produits ou services proposés par l'entreprise.

AR 38. Lorsqu'elle explique si les **dépendances** se transforment en risques, l'entreprise tient compte des évolutions extérieures.

AR 39. Lorsqu'elle communique les politiques, actions, ressources et **cibles** liées à la gestion des risques et opportunités importants, l'entreprise peut, dans les cas où des risques et opportunités découlent d'une incidence importante, renvoyer aux informations qu'elle a publié sur les politiques, actions, ressources et **cibles** liées à cette incidence.

AR 40. L'entreprise évalue si et comment ses procédures de gestion des risques importants liés aux **consommateurs** et **utilisateurs finals** sont intégrées dans ses procédures de gestion des risques.

AR 41. Lorsqu'elle communique les ressources allouées à la gestion des incidences importantes, l'entreprise peut expliquer quelles fonctions internes participent à la gestion des incidences et quels types d'actions elle mène pour remédier aux incidences négatives et promouvoir les incidences positives.

Métriques et cibles

Exigence de publication S4-5 — Cibles liées à la gestion des incidences négatives importantes, à la promotion des incidences positives et à la gestion des risques et opportunités importants

AR 42. Lorsqu'elle publie les **cibles** concernant les **consommateurs** et/ou **utilisateurs finals**, l'entreprise peut communiquer :

- (a) les résultats devant être obtenus en ce qui concerne la vie des consommateurs et utilisateurs finals, en étant aussi précise que possible ;
- (b) la stabilité dans le temps des définitions et des méthodes, permettant la comparabilité au fil du temps ; et/ou
- (c) les normes ou engagements de référence sur lesquels se fondent les **cibles**, à définir clairement dans les informations (par exemple, codes de conduite, politiques d'approvisionnement, cadres globaux ou codes sectoriels).

AR 43. Les **cibles** liées aux **risques** et **opportunités** importants peuvent être identiques aux cibles liées aux **incidences** importantes ou différentes de celles-ci. Par exemple, une cible liée à l'égalité d'accès au financement pour les **consommateurs** mal desservis pourrait à la fois réduire les incidences de la **discrimination** sur ces consommateurs et élargir le vivier de clients de l'entreprise.

AR 44. L'entreprise peut également établir une distinction entre les **cibles** se rapportant à un même **engagement stratégique** selon qu'il s'agit de cibles à court, à moyen ou à long terme. Par exemple, l'entreprise peut avoir adopté comme objectif principal l'accessibilité de ses services en ligne pour les personnes handicapées, selon une cible à long terme de 100 % de services en ligne adaptés d'ici à 2025 et une cible à court terme de + x caractéristiques d'accessibilité chaque année jusqu'en 2025.

AR 45. Lorsqu'elle modifie ou remplace une cible au cours de la période de référence, l'entreprise

peut expliquer ce changement en renvoyant à des changements importants intervenus dans le modèle économique ou à des changements plus généraux apportés à la législation ou à la norme acceptée dont la cible est dérivée, afin de fournir des informations contextuelles conformément à ESRS 2 BP-2 *Publication d'informations relatives à des circonstances particulières*.