



Le guide pratique des allégations environnementales du Conseil national de la consommation



INTRODUCTION

Un travail de longue haleine



Les travaux d'actualisation du guide du CNC

- Mandat adopté le 16 septembre 2019
- Le groupe avait pour mission de mener un échange sur :
 - la problématique des allégations environnementales,
 - les évolutions de ces allégations depuis l'avis du CNC de 2010
 - le référencement des nouvelles allégations utilisées et les questions nouvelles sous l'angle de la loyauté de l'information des consommateurs.
- Outre les deux collèges et la DGCCRF, participation du CGDD / ADEME / ARPP en qualité d'experts invités

La méthode de travail



✚ Pour chaque allégation, le groupe de travail s'est attaché à répondre aux questions suivantes :

- Comment définir les termes ?
- Comment ces termes sont-ils perçus par le consommateur ?
- L'allégation a-t-elle du sens sur un produit ?
- Dans quelles conditions l'allégation peut-elle être employée ?
- Quelles sont les justifications nécessaires à apporter ?

Périmètre : Le guide concerne les produits (à l'exclusion des produits alimentaires) au sens de biens et de services.



Un outil de référence pour les consommateurs et les professionnels

- Des clés de compréhension des différents types d'allégations pouvant être rencontrées.
- Un outil pour permettre de communiquer de façon responsable et de délivrer aux consommateurs des informations considérées comme précise, fiable, proportionnées et pertinentes.

Valeur du guide : des recommandations non contraignantes mais faisant autorité

- Ce guide n'a pas de valeur réglementaire, mais il constitue un document de référence qui décrit l'état du droit et qui fixe des lignes directrices au regard des connaissances scientifiques du moment pour le recours à des allégations environnementales.
- Les services de la DGCCRF peuvent s'appuyer sur son contenu pour relever et sanctionner les manquements ou infractions aux dispositions légales en vigueur, s'agissant tout particulièrement des pratiques commerciales trompeuses.





Le contenu du guide

1. Première partie relative aux généralités et au cadre légal
2. Deuxième partie relative aux préconisations du CNC quant à l'utilisation de certaines allégations environnementales



1/ Qu'est ce qu'une allégation environnementale ?

C'est une mention valorisante pour distinguer le produit. Un message laissant entendre ou donnant l'impression (dans une communication commerciale, le marketing ou la publicité) qu'un bien ou service a un effet positif ou n'a pas d'incidence sur l'environnement ou est moins néfaste pour l'environnement que des biens ou services concurrents

Quel format ?

- Les allégations environnementales peuvent prendre plusieurs formes visuelles telles que des images, du texte ou d'autres signes distinctifs ou figuratifs (logo, couleur, mots, groupes de mots, dénominations)
- Ne doit pas être confondue avec une information factuelle sur les qualités et caractéristiques environnementales d'un produit.

Les labels



- Cette notion n'est pas encadrée réglementairement
- Un label est perçu par les consommateurs comme un gage de qualité, utilisé par les professionnels pour distinguer/valoriser un produit d'autres produits concurrents
- Tous les labels environnementaux ne se valent pas.

Les logos de type auto-déclaration : Ils ne reposent pas toujours sur un cahier des charges ou un référentiel et n'obligent pas à recourir à l'avis d'un tiers indépendant.

Les labels contrôlés ou certifiés par un organisme tiers indépendant sur la base d'un cahier des charges

Les labels conformes à la norme ISO 14024 (« label de type 1 » ou Ecolabel)

- critères environnementaux portent sur l'ensemble du cycle de vie du produit,
- impacts environnementaux les plus significatifs
- certification existe
- cahiers des charges révisés régulièrement, etc

3/ Rappel sur le cadre juridique relatif aux allégations environnementales (1/4)



- Les allégations environnementales doivent être véridiques, ne pas contenir d'informations fausses et être présentées de manière claire, spécifique, exacte et dénuée d'ambiguïté, afin de ne pas induire en erreur les consommateurs.
- Une allégation environnementale peut aussi être trompeuse si elle induit en erreur, ou est susceptible d'induire en erreur, le consommateur moyen par le biais d'informations factuellement correctes.
- L'allégation ne doit jamais laisser penser que le produit n'a pas d'impact sur l'environnement
- Les professionnels doivent disposer de preuves à l'appui de leurs allégations (c'est-à-dire fondées sur des preuves scientifiques et des méthodes reconnues).





3/ Rappel sur le cadre juridique relatif aux allégations environnementales (2/4)

- L'allégation doit porter sur un aspect environnemental significatif au regard des impacts générés par le produit, son emballage, ou le couple produit-emballage. Si l'allégation concerne l'emballage du produit et que les impacts significatifs du couple produit/emballage ne portent pas sur l'emballage, l'allégation ne doit pas laisser penser au consommateur qu'il achète un produit plus respectueux de l'environnement.
- L'avantage revendiqué par une allégation ne doit pas conduire à des déplacements de pollution (ou transfert de pollution), en créant ou en aggravant d'autres impacts environnementaux du produit, à l'une ou l'autre des étapes de son cycle de vie.
- Ne pas confondre allégations environnementales et informations environnementales obligatoires
- L'allégation ne doit pas correspondre à une exigence légale ou réglementaire

3/ Rappel sur le cadre juridique relatif aux allégations environnementales (3/4)



Afin qu'une allégation ne soit pas considérée comme trompeuse elle doit être :

- Dénuée d'ambiguïté ;
- Proportionnée ;
- Justifiée et fondée sur des preuves scientifiques et des méthodes reconnues ;
- Portée sur un aspect environnemental significatif au regard des impacts générés par le produit, son emballage, le couple emballage/produit ou le service ;
- Considérée sur l'ensemble du cycle de vie du produit ou du service.



3/ Rappel sur le cadre juridique relatif aux allégations environnementales (4/4)

L'impact environnemental d'un produit constitue l'une de ses caractéristiques essentielles. Induire en erreur un consommateur (altération du comportement économique / influence son choix d'achat) sur ce point est susceptible de caractériser une pratique commerciale trompeuse (art. L 121-2 b C. consom).

Sanction : deux ans d'emprisonnement et 300 000 euros d'amende (art. L. 132-2 C. consom).



Pour lutter contre le greenwashing, le législateur a décidé d'alourdir la sanction : si la pratique sanctionnée repose sur une allégation environnementale le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 80 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit.



4/ En application de l'article 13-I AGEC, une nouvelle obligation d'information sur certaines qualités et caractéristiques environnementales des produits (1/3)

- ✓ **Réduire le nombre de pratiques liées à l'éco-blanchiment :**
 - ✓ Renforcer la confiance des consommateurs
 - ✓ Garantir l'équité entre les professionnels
- ✓ **Améliorer l'information environnementale :**
 - ✓ Mettre à disposition plus d'information pour le consommateur
 - ✓ Rendre l'information plus lisible, fiable et compréhensible
- ✓ **Inciter les fabricants à améliorer la traçabilité et la transparence au sein de leurs chaînes de valeurs**



<https://www.ecologie.gouv.fr/encadrement-des-allegations-environnementales-et-information-du-consommateur-sur-produits>

4/ Une nouvelle obligation d'information sur certaines qualités et caractéristiques environnementales des produits (2/3)



Depuis le 1er janvier 2023, les producteurs, importateurs et tout autre metteur sur le marché répondant à certains critères, doivent selon les catégories de produits considérées, mettre à la disposition du consommateur au moment de l'acte d'achat et sous un format dématérialisé accessible sans frais, les informations relatives notamment à :

- **La compostabilité, l'incorporation de matière recyclée, les possibilités de réemploi, la recyclabilité, la présence de métaux précieux et de terres rares, la présence de substances dangereuses, la traçabilité géographique et la présence de microfibres plastiques**
- **Les primes ou pénalités versée, pour chaque produit, au titre de sa performance environnementale.**




Qualité ou caractéristique environnementale / Catégorie de produits ⁽¹⁾	II Compostabilité	III Incorporation de matière recyclée	V Possibilité de réemploi	VI Recyclabilité	VII Présence de métaux précieux	VIII Présence de terres rares	IX Présence de substances dangereuses	X Traçabilité	XI Présence de fibres micro plastiques
1° Emballages ménagers	X ⁽²⁾	X	X	X			X		
3° Imprimés papiers		X		X			X		
4° Matériaux de construction				X			X		
5° Équipements électriques et électroniques		X		X	X	X	X		
6° Piles et accumulateurs		X		X			X		
7° Contenus et contenants de produits chimiques		X		X			X		
10° Eléments d'ameublement		X		X			X		
11° Produits textiles d'habillement, linge, chaussures		X ⁽³⁾		X			X	X	X
12° Jouets				X			X		
13° Articles de sport et de loisir		X		X			X		
14° Articles de bricolage et de jardin		X		X			X		
15° Voitures, camionnettes, véhicules 2,3 et 4 roues		X		X	X	X	X		
Produits, emballages contenant des substances dangereuses							X		

* <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/FAQ-020123v2.pdf>

⁽¹⁾ Liste définie à l'article L.541-10-1 du code de l'environnement.

⁽²⁾ Uniquement pour les emballages mentionnés dans l'arrêté du 15 mars 2022 listant les emballages et déchets compostables, méthanisables et pouvant faire l'objet d'une collecte conjointe avec des biodéchets ayant fait l'objet d'un tri à la source.

⁽³⁾ À l'exception des articles en cuir.

 Applicable à compter du 1^{er} janvier 2024 (art.3 II du décret n°2022-748 du 29 avril 2022)



Une entrée en vigueur progressive

Producteurs, importateurs ou autres metteurs sur le marché des produits mentionnés à l'article R. 541-221 du code de l'environnement	Critères cumulatifs	
	Seuil de chiffre d'affaires annuel, réalisé pour l'ensemble des produits concernés au cours du dernier exercice comptable	Nombre d'unités de l'ensemble des produits concernés mis sur le marché français annuellement
A compter du 1 ^{er} janvier 2023 (sauf pour les produits dont la mise sur le marché de la dernière unité intervient entre le 1 ^{er} janvier et le 31 mars 2023)	> 50 M€	≥ 25 000
A compter du 1 ^{er} janvier 2024	> 20 M€	≥ 10 000
A compter du 1 ^{er} janvier 2025	> 10 M€	≥ 10 000

4/ Une nouvelle obligation d'information sur certaines qualités et caractéristiques environnementales des produits (3/3)



Le texte précise le libellé des mentions à utiliser (R. 541-221 c. env)

L'obligation de mise à disposition des informations demeure applicable pendant deux ans après la mise sur le marché de la dernière unité du produit concerné. (R. 541- 222 c. env)

L'affichage volontaire doit se conformer aux mêmes règles. (R. 541- 222 c. env)

L'obligation concerne les produits neufs mis sur le marché à destination du consommateur.

Manquement aux obligations d'information sanctionné d'une amende administrative ne pouvant excéder 3 000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale (art. L.541-9-4-1 C. envir).





5/ Mentions interdites

L'article L. 541-9-1 du code de l'environnement issu de l'article 13 de la loi AGEC dispose : « Il est interdit de faire figurer sur un produit ou un emballage les mentions « biodégradable », « respectueux de l'environnement » ou toute autre mention équivalente ».



Le guide propose une **liste de mentions équivalentes** mais cette liste n'est pas limitative et d'autres allégations globalisantes pourront être considérées comme équivalentes.

L'utilisation de ces mentions constitue un manquement administratif, il n'est pas nécessaire de démontrer que le consommateur est induit en erreur.



À titre d'exemple, peuvent être considérées comme des mentions équivalentes à « respectueux de l'environnement » les allégations globalisantes suivantes :

- « écoresponsable »
- « bio-responsable » ; « bio-compatible » ;
- « respectueux de la nature » ; « respectueux de la planète » ;
- « favorable à l'environnement » ;
- « bon pour l'environnement » ; « bon pour le climat » ; « bon pour la planète » ;
- « écologique » ; « écolo » ;
- « vert »
- « ami de la nature »

Peuvent être considérées comme équivalentes à « biodégradable » les mentions :

- « se dégrade dans l'environnement »
- « ne laisse pas de résidu en fin de vie »
- « s'élimine de manière naturelle »



2. Deuxième partie relative aux préconisations du CNC quant à l'utilisation de certaines allégations environnementales



Les recommandations du CNC : 17 allégations sur les produits et 2 allégations sur les entreprises



Allégations « sans substances x » (produits non alimentaires)

Bio (produits non alimentaires)

Biosourcé

Compostable

Dépolluant, assainissant, purifiant

Durable

Ecoconçu

Économe : « consomme moins »

Ecotoxicité réduite et allégations de même nature

Renouvelable / Emploi de ressources renouvelables

Empreinte écologique réduite

Low-tech

Naturel (produits non alimentaires)

Recyclable

Réemployable/ Réutilisable

Réparable

Upcyclé / Upcycling ou Upcyclage ou Surcyclage



Perspectives européennes

Proposition de directive modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE en ce qui concerne la responsabilisation des consommateurs pour la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et à une meilleure information

Proposition de directive sur les allégations environnementales explicites (« Green claims »)



Proposition de directive modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE en ce qui concerne la responsabilisation des consommateurs pour la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et à une meilleure information

Objectifs

Permettre aux consommateurs de faire des choix éclairés et respectueux de l'environnement lors de leurs achats

Directive
2005/29/CE
Pratiques
commerciales
déloyales

Protéger les consommateurs face à certaines pratiques commerciales

Directive
2011/83/UE
Droits des
consommateurs

Renforcer l'information des consommateurs sur les caractéristiques des produits qu'ils achètent, notamment leur **durabilité et réparabilité et les mises à jour logicielles**

Un cadre juridique harmonisé



La directive (UE) n°2005/29 sur les pratiques commerciales déloyales, transposée en droit national, distingue deux sortes de pratiques commerciales trompeuses :

- L'action trompeuse (art. L. 121-2 c. conso): la pratique repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur un certain nombre d'éléments, parmi lesquels les caractéristiques essentielles du bien ou du service ou la portée des engagements de l'annonceur.
- L'omission trompeuse (art. L.121-3 c. conso) : elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps, une information substantielle

Dans les deux cas, le consommateur est incité à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise en d'autres circonstances.

Pour les pratiques commerciales réputées trompeuses en toutes circonstances, listées à l'annexe I de la directive : l'altération substantielle du comportement économique du consommateur est présumée.

Les nouveautés - PCT par action



1/ Au titre des caractéristiques principales d'un produit :

- ses caractéristiques environnementale ou sociale,
- les aspects liés à la circularité, tels que sa durabilité, sa réparabilité et sa recyclabilité

2/ Ajout de 2 nouvelles pratiques :

- « une **allégation environnementale relative aux performances environnementales futures sans engagements clairs, objectifs, accessibles au public et vérifiables** inscrits dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste qui définit des objectifs mesurables et assortis d'un calendrier ainsi que d'autres éléments pertinents requis à l'appui de la réalisation de celui-ci, tels que l'affectation de ressources, et qui fait l'objet d'une vérification régulière par un expert tiers indépendant, dont les conclusions sont mises à la disposition des consommateurs »
- « la publicité d'avantages pour les consommateurs qui ne sont pas pertinents et ne résultent d'aucune caractéristique du produit ou de l'entreprise »

Les nouveautés - PCT par omission



Nouvelles informations substantielles définissant une PCT par omission

« Lorsqu'un professionnel fournit un service qui compare des produits et qui informe le consommateur de caractéristiques environnementales ou sociales ou d'aspects liés à la circularité, tels que la durabilité, la réparabilité ou la recyclabilité, associés à des produits ou aux fournisseurs de ces produits, **les informations sur la méthode de comparaison, sur les produits faisant l'objet de la comparaison et sur les fournisseurs de ces produits, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour, sont considérées comme des informations substantielles.**»

Pratiques interdites (1/2)



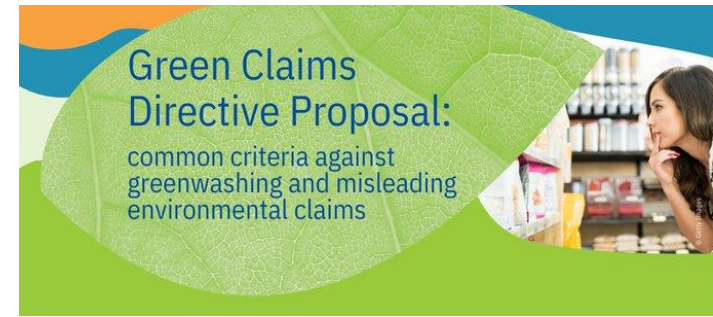
- > Permet d'écarter l'examen au cas par cas aux fins de savoir si la pratique est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur :
- Afficher un **label de durabilité non fondé sur un système de certification** ou non établi par des autorités publiques ;
 - Utiliser des **mentions environnementales génériques**, par exemple « respectueux de l'environnement », « naturel », « biodégradable », « neutre pour le climat » ou « éco », sans preuve d'excellente performance environnementale reconnue qui justifie cette mention ;
 - Faire une **allégation environnementale sur l'ensemble du produit** ou sur l'ensemble de l'activité du vendeur lorsqu'il ne s'agit en réalité que d'un certain aspect du produit ou d'une activité spécifique du vendeur ;
 - Affirmer, sur la base de la compensation des émissions de gaz à effet de serre, qu'un produit a un impact neutre, réduit ou positif sur l'environnement en termes de gaz à effet de serre émis ;
 - Présenter les **exigences imposées par la loi** sur les produits comme élément distinctif de l'offre du commerçant ;
 - Omettre d'informer (« withholding information from ») le consommateur sur le fait qu'une mise à jour logicielle aura un impact négatif sur le fonctionnement des biens comportant des éléments numériques ou sur l'utilisation du contenu ou du service numériques ;

Pratiques interdites (2/2)



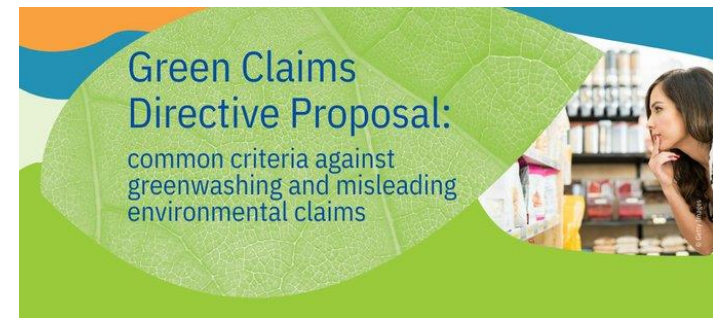
- Présenter une mise à jour logicielle comme nécessaire lorsqu'elle améliore uniquement les caractéristiques de fonctionnalité ;
- Réaliser une communication commerciale en faveur d'un bien contenant une caractéristique introduite pour limiter sa durabilité, alors que les informations relatives à cette caractéristique et à ses effets sur la durabilité du bien sont à la disposition du vendeur ;
- Affirmer faussement qu'un bien a une certaine durabilité en termes de durée ou d'intensité d'utilisation dans des conditions normales d'utilisation ;
- Présenter des marchandises comme réparables alors qu'elles ne le sont pas ;
- Inciter le consommateur à remplacer ou à réapprovisionner les consommables d'un bien (exemple : les cartouches d'encre) plus tôt que nécessaire pour des raisons techniques ;
- Omettre d'informer le consommateur concernant l'altération de la fonctionnalité d'un bien lorsque des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires non fournis par le producteur d'origine sont utilisés, ou en prétendant faussement qu'une telle dégradation se produira.

Projet de directive dit « Green Claims »



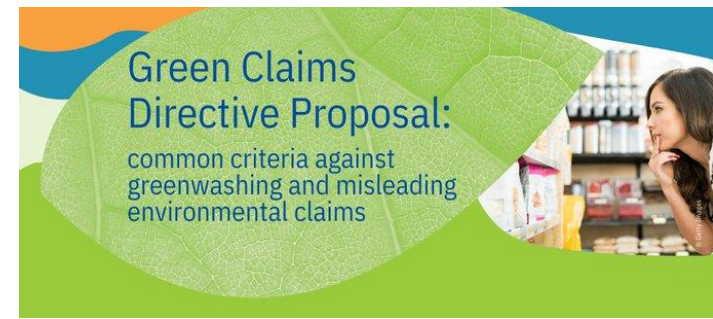
1 – Contexte

- Publication du projet de directive relative à la justification et la communication des allégations environnementales explicites, dit « Green Claims », le 22 mars 2023
Version en anglais : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023PC0166&from=EN>
Version en français : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023PC0166>
- S'inscrit dans le cadre du **Plan d'action de l'Union européenne pour une économie circulaire** présenté en 2020, issu du Pacte vert européen
- Au niveau européen, les **négociations sont en cours** au sein du Conseil et au sein du Parlement européen.



2 – Objectifs

- Etablir des dispositions et des critères communs à l'ensemble des Etats membres **pour lutter contre l'éco-blanchiment et les allégations environnementales trompeuses**
- Offrir aux consommateurs **plus de clarté et de sincérité** sur la véracité des allégations environnementales et les labels
- **Mieux récompenser les entreprises** dont les efforts environnementaux sont avérés, au lieu de faire face à une concurrence déloyale



3 - Enjeux

- **53% des allégations environnementales donnent des informations vagues, trompeuses ou infondées**
- **40 % des allégations ne sont pas étayées par des preuves**
- La *moitié* des labels environnementaux offrent une **vérification faible ou inexistante**
- Il existe 230 labels de développement durable et 100 labels d'énergie verte dans l'UE, avec des niveaux de transparence très différents.

*(chiffres à l'échelle de l'UE.
Source : étude d'impact de la Commission européenne relative au projet de directive)*

4- Contenu du texte (en l'état actuel du projet)



- Le projet de texte s'applique à l'ensemble des dispositifs volontaires, allégations ou labels volontaires BtoC mettant en avant une **caractéristique environnementale** du service, du produit et/ou de son emballage, à la seule exception des dispositifs réglementaires issus du droit européen.
- Il prévoit l'encadrement des allégations et labels environnementaux, à travers :
 - Respect de règles harmonisées et recours obligatoire à la certification par tiers pour toutes les allégations et labels
 - Interdiction de notes environnementales agrégées, sauf niveau UE
 - Interdiction de créer de nouveaux labels publics, sauf niveau UE
 - Possibilité de créer de nouveaux programmes de labels privés sous certaines conditions et après autorisation préalable
- Il donne un rôle prépondérant aux Etats membres pour le contrôle des allégations et des labels



QUESTIONS/REPOONSES



MERCI DE VOTRE ATTENTION