




ALLÉGATIONS ENVIRONNEMENTALES

Vos allégations environnementales doivent être conformes, transparentes et fiables, afin de conforter votre crédibilité et positionner votre entreprise comme un acteur sérieux dans le domaine de la communication responsable.

Ce qu'il faut retenir

Esprit du texte du législateur

La loi AGEC (2020) et la loi Climat et résilience (2021) visent à renforcer la protection des consommateurs des publicités trompeuses et à les informer de manière loyale et précise sur les qualités environnementales des produits. Elles combattent également le "greenwashing" (écoblanchiment).

 Sanction maximale prévue de 2 ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende (proportionnelle aux profits dégagés par l'allégation environnementale).



Mentions à surveiller

INTERDITES

- » Biodégradable
- » Respectueux de l'environnement, non polluant, vert... (ou termes équivalents).

RÉGLEMENTÉES

- » **Compostable** : pour les produits compostables dans un compost ménager - nécessité de le prouver avec la certification « Home Compost ».
- » **Neutre en carbone ou 100 % compensé** :
 - Fournir un bilan des émissions de gaz à effet de serre du produit sur son cycle de vie.
 - Présenter une trajectoire de réduction des émissions.
 - Expliquer les modalités de compensation des émissions résiduelles, mises à jour annuellement.

Le point essentiel

- » Évitez les informations "généralistes" et privilégiez des données factuelles, mesurées et prouvées.
- » Les allégations ne doivent pas tromper les consommateurs en suggérant que le produit n'a pas d'impact sur l'environnement.

- » **Sans substances X** : ne pas utiliser si la substance est interdite, n'a jamais été utilisée, ou n'est plus utilisée dans la famille de produits concernés.



EXEMPLE

Sans BPA (Bisphémol A). Ajouter la mention :
"Conformément à la réglementation en vigueur."

À ÉVITER

- » Écoresponsable
- » Écologique
- » Naturel (spécifique au produit biocide)
- » **Recyclé / Biosourcé / Biologique** : pour les produits concernés, il faut préciser le pourcentage de matière recyclée / ou biosourcée / ou en ingrédient biologique.



LISTE DE POINTS À VÉRIFIER POUR LES ALLÉGATIONS ENVIRONNEMENTALES SUR UN SITE INTERNET OU UNE FICHE PRODUIT

DÉFINISSEZ CLAIREMENT LES ALLÉGATIONS

- » Éliminez toute ambiguïté dans les allégations.
- » Basez-les sur des données mesurables.
- » Lorsque vous utilisez une allégation réglementaire, précisez la mention **selon la loi en vigueur**.

MESURE ET PRÉCISION

- » Lorsque vous mentionnez "Recyclé, bio, ...", **précisez le pourcentage, la partie du produit concernée, et la source**.
- » Expliquez au maximum la provenance précise à chaque étape de la fabrication. Dans la mesure du possible évitez les termes génériques comme "Made in France" ou "Made in Europe".
Soyez précis sur le pays ou la région d'origine.

ÉLÉMENTS VISUELS

- » Veillez à ce que les visuels qui entourent le produit reflètent correctement **l'impact réel du produit**.
- » Évitez d'utiliser des éléments visuels trompeurs. (Comme l'utilisation de la nature, ou du bleu-blanc-rouge de façon inappropriée).

JUSTIFICATIFS ET PREUVES

- » Assurez-vous que les messages publicitaires et les allégations sont en **adéquation avec les preuves fournies**.
- » Identifiez les principaux impacts environnementaux de votre produit ou service.
- » Préparez des **informations justificatives claires** pour soutenir vos allégations.
- » Indiquez les sources et des preuves pour étayer vos allégations, en particulier pour celles basées sur des données scientifiques.
- » **Gardez des preuves accessibles** pour les autorités de contrôle.

Cette liste de vérifications vous aidera à créer des fiches produits conformes.

Une allégation est pleinement responsable et digne de confiance si elle est vraie et pertinente, claire et sans ambiguïté, juste et sans exagération, justifiée et vérifiable, si elle ne fait pas une utilisation excessive d'éléments visuels naturels ou évoquant la nature, et si elle présente les certifications de façon loyale.

