



MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE,
DE L'ÉNERGIE,
DU DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET DE LA MER

MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DE L'INDUSTRIE
ET DE L'EMPLOI



Chantal Jouanno,
secrétaire d'État
chargée de l'Écologie



Hervé Novelli,
secrétaire d'État chargé
du Commerce, de
l'Artisanat, des Petites et
Moyennes Entreprises,
du Tourisme, des Services
et de la Consommation

Nous tous, consommateurs, avons pris conscience que nous pouvons, grâce à nos choix et à nos modes de consommation, agir au quotidien pour protéger l'environnement. Dans tous les secteurs, l'offre de produits « écologiques » se multiplie et se diversifie. L'environnement est désormais au centre des préoccupations et des stratégies des entreprises.

Toutefois, cette dynamique se traduit par un foisonnement d'allégations sur les produits qui sont parfois difficiles à appréhender : durable, responsable, bio, naturel, biodégradable...

MIEUX COMPRENDRE POUR BIEN CHOISIR LES PRODUITS LES PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Que signifient ces termes et que garantissent-ils véritablement ? Comment connaître précisément les caractéristiques environnementales des produits ? Quelles sont les conditions pour les utiliser ?

Ces allégations véhiculent en effet une image très positive du produit et de l'entreprise sans qu'il soit toujours possible, pour le consommateur, d'identifier et de mesurer l'effort réel accompli par le professionnel afin de réduire les impacts environnementaux de ses produits, voire de son activité.

Ce guide pratique des allégations environnementales a pour objet :

- de donner au consommateur des repères pour mieux comprendre ces termes et pour choisir, en toute connaissance de cause, les produits les plus respectueux de l'environnement.

- de sensibiliser les professionnels aux principes d'une communication environnementale sincère et précise et d'accompagner les entreprises, en particulier les PME.

Ce guide est né de notre volonté commune d'instaurer une relation de confiance durable entre les consommateurs et les entreprises sur ce marché des produits « verts ». Ce sont d'ailleurs les consommateurs et les professionnels qui, ensemble, au sein du Conseil National de la Consommation, ont élaboré les recommandations de ce guide afin de clarifier l'utilisation des allégations environnementales.

Contribuant à la réalisation des engagements du Grenelle environnement en matière de consommation durable, ce guide pratique doit conduire à rendre les allégations environnementales plus fiables afin d'encourager une production et une consommation responsables.

QUELQUES DÉFINITIONS...

ALLÉGATION

Une allégation est un **message** qui permet de distinguer et valoriser un produit sur un emballage, un étiquetage, une publicité, etc. Si elles manquent de précision ou de clarté, les allégations peuvent conduire à délivrer une information trompeuse voire mensongère au consommateur.

ALLÉGATION ENVIRONNEMENTALE

Une **allégation environnementale** est un terme (ou une expression) utilisé pour mettre en avant la **qualité** d'un produit au regard de la **protection de l'environnement**.

Le nom des marques et certains éléments visuels utilisés pour « verdir » un produit peu-



GREENWASHING

vent également être considérés comme des allégations environnementales.

Ces allégations qualifient généralement un produit mais elles peuvent également être employées pour valoriser la démarche d'une entreprise.

Dans tous les cas, l'allégation doit être loyale et suffisamment précise pour ne pas créer de doute dans l'esprit du consommateur.

Le « greenwashing », ou « badigeonnage vert » désigne une communication qui **utilise de façon abusive l'argument écologique**.

C'est le cas lorsque la promesse environnementale faite sur un produit ne présente qu'un intérêt minime, voire inexistant pour l'environnement ou qu'elle se limite à suivre la réglementation en vigueur sans le préciser explicitement.



Bio renvoie à un mode de production respectueux de l'environnement réglementé et contrôlé par les pouvoirs publics: l'agriculture biologique.

Cette réglementation ne s'applique pas aux produits non agricoles et non alimentaires.

L'utilisation du terme bio pour qualifier ces produits ne doit donc être possible que si le produit contient des ingrédients issus de l'agriculture biologique. En aucun cas, le terme bio ne doit servir à valoriser la qualité écologique d'un produit si le produit en question ne répond pas à ces exigences.

PRODUITS AGRICOLES: UN RÈGLEMENT EUROPÉEN

Seuls les produits agricoles certifiés biologiques conformément à la **réglementation européenne** (cf. Règlement n° 834/2007) peuvent porter ces logos. Ils attestent que les produits ont été contrôlés à chaque étape de leur élaboration et qu'au moins 95 %, en poids, de leurs ingrédients d'origine agricole sont certifiés biologiques.



nouveau logo européen



logo français