



AVIS

CCE 2018-2280

Guidance à destination des entreprises concernant des
allégations environnementales loyales

Avis

Guidance à destination des entreprises concernant des allégations environnementales loyales

**Bruxelles
28.09.2018**

Saisine

Par lettre du 7 juin 2018, le Ministre de l'Economie et des Consommateurs, Kris Peeters, a saisi la Commission Consultative Spéciale Consommation (CCS Consommation) d'une demande d'avis sur le projet de guidance à destination des entreprises concernant des allégations environnementales loyales.

Le délai pour émettre un avis était de 3 mois, mais en concertation avec la Cellule stratégique du Ministre Peeters, il a été prolongé jusqu'à fin septembre 2018.

La sous-commission Pratiques du commerce a été chargée de préparer un projet d'avis et s'est réunie à cet effet, les 20 août et 4 septembre 2018, sous la présidence de M. Ducart (Test-Achats). Ont participé aux activités : Mmes Chen, Dammekens (rapporteur, FEB), De Cort (rapporteur, AB-REOC), De Schamphelaire, Nachtergaele, Sepul et MM. Boghaert et Warzee.

La sous-commission a également pu faire appel, pour ses activités, à Mme Mahieu (SPF Economie).

Le projet d'avis a été approuvé, le 28 septembre 2018, par l'assemblée plénière de la CCS Consommation, sous la présidence de M. Reinhard Steennot.

AVIS

1 Introduction

Dans sa demande d'avis, le Ministre indique qu'il est préoccupé par l'influence des allégations environnementales sur le comportement d'achat des consommateurs et insiste sur le fait que les allégations environnementales déloyales ou trompeuses ne sont favorables ni aux consommateurs ni aux entreprises. La guidance a pour but d'informer les entreprises sur les formulations et pratiques qui sont considérées comme déloyales ou trompeuses par l'Inspection économique et qui sont donc des allégations environnementales interdites. Une annexe a également été ajoutée à la guidance. Elle contient une liste des réglementations relatives aux allégations environnementales pour certains produits.

Cette guidance s'est inspirée des orientations de la Commission européenne concernant la mise en oeuvre de la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales, du guide du groupe multipartite à l'appui de la mise en oeuvre de la directive pratiques commerciales déloyales et de différents documents d'orientation nationaux en rapport avec les allégations environnementales¹.

Le cadre légal actuel pour les allégations environnementales se compose de trois parties : tout d'abord, il y a l'interdiction générale des pratiques commerciales déloyales et trompeuses des articles VI.93 et suivants du Code de droit économique, ci-après CDE. Ensuite, l'article VI.100 prévoit une liste 'noire' de 23 pratiques commerciales spécifiques interdites en toutes circonstances. Et enfin, il existe pour certains secteurs spécifiques une législation européenne et/ou belge sur les allégations environnementales.

¹ En particulier le guide pratique français des allégations environnementales de 2012 et le guide anglais Make an environmental claim for your product, service or organisation (21 décembre 2016).

En plus du cadre législatif, le Code ICC sur les pratiques de publicité et de communication commerciale comporte des directives importantes pour les entreprises lorsqu'il s'agit d'allégations environnementales. Ce Code ICC consacre un chapitre complet (chapitre E) aux "Allégations environnementales dans la communication commerciale".

Lors des réunions de la sous-commission Pratiques du commerce de la CCS Consommation, le représentant du SPF Economie a indiqué que l'intention n'était pas d'appliquer la guidance aux allégations environnementales pour lesquelles il existe déjà une législation sectorielle européenne ou nationale.

2 Discussion de la guidance

2.1. Remarques générales

La guidance contient 7 questions et les réponses sur les allégations environnementales. De nombreuses questions sont illustrées par des exemples, ce qui donne à tort l'impression que lorsqu'une entreprise ne suit pas ces exemples spécifiques, il est automatiquement question d'une pratique commerciale déloyale. Ensuite, des exemples sont également repris de secteurs qui connaissent déjà une législation spécifique en matière d'allégations environnementales et qui sont donc exclus du champ d'application de la guidance. La CCS Consommation estime donc que tous les exemples de la liste ne sont pas pertinents. Dans certains cas, on peut également identifier très clairement une entreprise spécifique, ce qui a un effet stigmatisant.

La CCS Consommation estime dès lors qu'il est indiqué de reconsidérer ces exemples (abandonner les exemples où la violation de la législation existante est ambiguë et les exemples stigmatisants, clarifier les imprécisions, remplacer les exemples non pertinents, etc.). La CCS Consommation propose de créer à cet effet un groupe de travail avec des représentants du SPF Economie, des organisations de consommateurs et des secteurs concernés. Ensuite, il semble également indiqué de remanier les exemples dans une annexe plutôt que dans le texte de la guidance, voire de le faire dans un document distinct. En effet, les allégations environnementales doivent toujours être confrontées à la législation de manière concrète au cas par cas, les exemples n'étant donnés qu'en guise d'illustration. Pour ces raisons, dans ce qui suit, la CCS Consommation ne s'attardera pas davantage sur les exemples, seules la question et la réponse sont commentées ci-dessous dans la discussion des articles.

La CCS Consommation fait remarquer que cette guidance doit avoir pour objectif de clarifier la législation belge et européenne en vigueur. La guidance ne peut pas avoir pour conséquence d'entraîner des interprétations plus sévères que dans d'autres Etats membres de l'UE. En effet, la directive pratiques commerciales déloyales vise une harmonisation maximale.

La guidance renvoie parfois dans les questions à "allégation" ou "allégation écologique" au lieu de "allégation environnementale". Comme le champ d'application est limité aux allégations environnementales, et pour éviter toute confusion et discussion sur l'interprétation, la CCS Consommation demande de remplacer le mot "allégation" par le mot "allégation environnementale".

La CCS Consommation fait remarquer que les orientations citées débouchent régulièrement sur des formulations très longues. La place sur un emballage est cependant limitée. En outre, il y a déjà de nombreux autres éléments qui doivent obligatoirement figurer sur un emballage (par exemple, des informations nutritionnelles pour les aliments). La CCS Consommation estime dès lors qu'il doit être possible pour les entreprises de présenter leurs allégations environnementales ailleurs que sur l'emballage, par exemple autoriser des déclarations abrégées sur leur site internet et sur l'emballage même (avec renvoi aux informations supplémentaires). Cette possibilité peut déjà être mentionnée de manière générale dans le texte de la guidance.

Le Conseil de la Publicité entend émettre ses plus vives réserves quant à la nécessité de ces guidelines. Il insiste sur le fait que la Directive pratiques commerciales déloyales et le Code ICC sur les pratiques de publicité et de communication commerciale (chapitre E) autorise déjà aujourd'hui les entreprises à déterminer quelles allégations environnementales sont déloyales et/ou trompeuses et sont donc interdites. Il estime dès lors que de nouvelles guidances ne sont pas nécessaires. Le Conseil de la Publicité estime qu'il est plutôt souhaitable de privilégier la voie de l'autodiscipline tant pour la sensibilisation du secteur publicitaire au respect des règles que pour le traitement des plaintes des consommateurs (Cf. Jury d'Ethique Publicitaire – JEP).

2.2. Discussion des articles

Les articles 1er et 2 de la guidance concernent son champ d'application. La CCS Consommation fait remarquer qu'il y a une certaine contradiction entre les deux articles. L'article 1er définit le champ d'application de la guidance comme *"(...) toute forme de communication commerciale contenant des allégations environnementales (...) en rapport avec un produit ou un service, une des étapes de son cycle de vie (...); ou une entreprise ou ses activités."* L'article 2 cite une définition de l'allégation environnementale : *"(...) tout message ou toute représentation qui porte sur les caractéristiques environnementales d'un produit ou d'un service qui (...)*. La définition de l'allégation environnementale dans l'article 2 ne contient donc pas de renvoi à l'entreprise même ou à ses activités et est donc clairement plus restrictive que le champ d'application prévu dans l'article 1er. La CCS Consommation estime que cela mérite des précisions

La deuxième partie de l'article 1 prévoit une série de cas où la guidance est d'application. Les allégations qui relèvent d'une législation spécifique, européenne ou belge, réglant l'efficacité environnementale d'une catégorie de produits sont exclues. Une liste de législations sectorielles est ajoutée, en annexe, en complément de la guidance. La CCS Consommation estime qu'il est indiqué de renvoyer expressément, à l'article 1, à l'annexe pour que le lecteur sache clairement la raison pour laquelle cette annexe est jointe à la guidance. La CCS Consommation estime, en outre, que la liste figurant dans cette annexe doit encore être complétée avec le [Règlement INCO](#) (Information des consommateurs)².

L'article 2 contient, entre autres, une définition de « allégation environnementale » et « effet environnemental ». L'article 2.1 mentionne l'allégation d'un « effet positif sur l'environnement » L'article 2.3 définit, par ailleurs, l'impact environnemental comme « toute influence sur l'environnement, préjudiciable ou bénéfique, (...). La CCS Consommation estime que les mots « *positif* » et « *préjudiciable ou bénéfique* » n'ajoutent rien à ces définitions et qu'ils peuvent éventuellement induire en erreur et susciter des discussions inutiles sur leur interprétation. La CCS Consommation propose dès lors de supprimer ces mots-là.

² Règlement 1169/2011.

L'article 5 explique comment formuler une allégation environnementale de façon honnête. Il mentionne que les entreprises doivent être prêtes à fournir aux autorités de contrôle leurs preuves sous forme compréhensible. La CCS Consommation demande de préciser ce que contient cette forme « compréhensible ». S'agit-il, par exemple, d'un document officiel, d'une preuve de certification ou peut-il également s'agir d'un document de l'entreprise même ?

Dans le deuxième alinéa de l'article 5.1.1., il est stipulé que l'utilisation de certains termes, comme par exemple « *100% naturel* », doit être évitée. La CCS Consommation estime qu'il y a lieu de préciser que l'emploi de ces termes en tant que tel n'est pas proscrit par la législation en vigueur mais seulement dans la mesure où son utilisation est trompeuse. Cette utilisation doit être évaluée au cas par cas. Quand un produit est réellement composé à 100 % de substances naturelles (et que l'entreprise peut le démontrer), il ne s'agit pas d'une allégation trompeuse. En outre, la CCS Consommation estime qu'il faut préciser clairement que l'utilisation de ces termes dans un contexte spécifique (par exemple, s'il s'agit d'alimentation) ne constitue pas une allégation environnementale et tombe alors en dehors du champ d'application de la guidance.

L'article 5.1.3. prévoit qu'une entreprise doit préciser si l'allégation environnementale concerne l'entreprise ou ses activités ou le produit en particulier. Le CCS Consommation propose de préciser cet article comme suit : « Une allégation doit préciser si elle concerne les activités de l'entreprise, ~~ses activités~~ ou un produit en particulier ».

L'article 5.1.4. prévoit qu'une allégation doit mentionner les faits nécessaires concernant les caractéristiques essentielles du produit pour permettre au consommateur de prendre une décision d'achat en connaissance de cause. Étant donné que la CCS Consommation propose d'enlever les exemples du texte, la ligne directrice doit être réécrite afin de la rendre plus claire. Après tout, sans autre précision, cette disposition est difficile à comprendre, ce qui crée de l'incertitude et peut conduire à des interprétations très diverses. Afin de clarifier cet article, la CCS Consommation propose de faire référence uniquement à des informations pertinentes dans le contexte de l'allégation environnementale.

L'article 5.2 stipule qu'une allégation environnementale doit être justifiée par un bénéfice environnemental réel. Les critères de cela ne sont toutefois pas connus clairement. Quand est-il question de bénéfice environnemental réel ? La CCS Consommation insiste pour que la task force (voir ci-dessus) définisse ces critères.

En outre, l'article 5.2 ajoute que le bénéfice environnemental doit exister par rapport « aux pratiques majoritaires dans le segment de marché concerné ». Le CCS consommation est d'avis qu'il faut non seulement comparer par rapport aux pratiques majoritaires dans le segment de marché concerné au niveau de l'offre mais aussi par rapport, par exemple, aux appareils installés, pour autant qu'il soit clairement indiqué avec quoi la comparaison est faite et pour autant que la comparaison ne soit pas artificielle.

L'article 5.4. concerne la présentation trompeuse d'une allégation environnementale, c'est-à-dire que le contenu de la déclaration environnementale est correct, mais la façon dont elle est présentée est trompeuse. L'article 5.4.1. indique que l'entreprise doit veiller à ne pas faire croire abusivement au consommateur par le choix des couleurs, des illustrations, des sons, etc., que le produit revêt un avantage pour l'environnement. La CCS Consommation fait remarquer qu'il n'est pas toujours facile d'estimer à l'avance quel effet aura exactement sur le consommateur une certaine couleur, une illustration, un son, etc., de sorte que cette règle ne sera pas facile à appliquer dans la pratique.

L'article 5.4.2. concerne les allégations environnementales sur les produits qui sont toujours nuisibles à l'environnement. La CCS Consommation estime que cet article fait double emploi avec les autres parties de l'article 5 et peut donc être supprimé. Dans la mesure où l'article 5.4.2. serait quand même conservé, la CCS Consommation fait remarquer qu'il 'est pas nécessaire de pointer dans la guidance les voitures et les pesticides entre guillemets. La CCS Consommation estime aussi que ces exemples devraient être supprimés. D'une part, ils stigmatisent et, d'autre part, les pesticides sont soumis à une législation sectorielle spécifique et n'entrent donc pas dans le champ d'application de la guidance.

L'article 5.6. stipule qu'une allégation environnementale doit porter sur les impacts environnementaux les plus significatifs du produit sur l'ensemble de son cycle de vie. Dans la note en bas de page portant sur l'article 5.6.1., il est précisé qu'une entreprise peut recourir à la méthode PEF (*Product Environmental Footprint*), qui est une méthode pour déterminer l'empreinte écologique d'un produit, ou à une analyse du cycle de vie pour déterminer le bénéfice environnemental durant l'ensemble du cycle de vie. La méthode PEF n'est toutefois pas encore disponible pour tous les secteurs, ni pour chaque type de produit au sein d'un secteur. En outre, effectuer une analyse de cycle de vie n'est pas chose évidente, en particulier pour les PME, et le cadre utilisé pour cette analyse peut susciter de nombreuses discussions. La CCS Consommation propose de préciser cela dans la guidance.

L'article 5.6.2. prévoit que le bénéfice environnemental allégué ne peut pas entraîner d'autres impacts environnementaux négatifs, par exemple, dans une autre phase du cycle de vie du produit. La CCS consommation fait remarquer que cette formulation est trop stricte et qu'elle a un impact négatif sur l'investissement dans l'innovation au profit de l'environnement. Lorsque, par exemple, le bénéfice environnemental est significatif et que le nouvel impact négatif sur l'environnement est limité, le bilan de l'effort consenti par l'entreprise reste positif et il est injuste de lui interdire de communiquer correctement à ce sujet.

L'article 5.7. stipule qu'une allégation doit être complétée par une mention explicative. Cette dernière comprendra une description détaillée. La CCS Consommation fait ici référence au § 10 du présent avis.

À l'article 5.8.2. il manque une partie de la phrase. La phrase devrait se lire « une allégation se référant à l'absence de certaines substances **ne peut pas être utilisée** si celles-ci n'ont jamais été associées aux produits en question ou l'étaient mais ne le sont plus ».

L'article 5.9. prévoit qu'une entreprise doit mettre à jour régulièrement son allégation environnementale. La CCS Consommation souligne qu'il ne peut être attendu d'une entreprise qu'elle adapte continuellement une allégation environnementale en fonction des évolutions sur le marché, pour autant que l'allégation environnementale pour un produit déterminé soit et demeure démontrée.

L'article 5.10.2. concerne l'emploi d'allégations environnementales comparatives. L'article stipule qu'une telle allégation doit démontrer que la comparaison s'effectue au regard d'une liste de 4 éléments. La CCS Consommation estime que la liste de 4 éléments est trop limitée et qu'il y a d'autres éléments avec lesquels une entreprise peut comparer son produit ou service, comme le standard du marché par exemple.