

CONGRES DETERGENCE 2026

Directive Empowering Consumers for the Green Transition : Le bon instrument pour encadrer allégations environnementales et labels ?

Nicolas LLORET-LINARES

Gaël LE ROUX

FIDAL




Un peu d'histoire de l'allégation environnementale

Que ce soit pour des dossiers de B corp ou pour des allégations de supériorité (Imbattables, N°1), vos équipes, juridiques, réglementaires, marketing, supply chain, n'hésitent pas à constituer des dossiers, des cahiers des charges à l'appui d'une certification ou d'une revendication, car cela était obligatoire, ou bien trop provocateur pour ne pas être anticipé.

Pourquoi en était-il autrement des allégations environnementales ?

Longtemps, les entreprises ont considéré que les promesses (sauver la planète, les océans..) étaient tellement larges, tellement lointaines, qu'il ne s'agissait pas de promesses réalistes dans l'esprit du consommateur moyen et donc n'avaient pas à être documentées.



Sous la pression du soft law, des juristes, et du risque réputationnel, les allégations se sont vues nuancées, s'accompagner d'un « contribue » et de la célèbre formule « on trouvera bien une histoire à raconter » sans se soucier du fait que la communication globalisante ne visait qu'une petite activité, quand les autres activités étaient largement polluantes, ou en accordant bien trop d'importance à des engagements minimes et non mesurables.

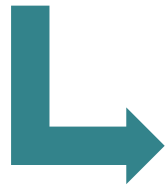
Le droit de l'environnement, en parallèle, a heureusement continué son labeur réglementaire en fixant des limites en matière d'émissions, de pollutions, de recyclage, mais cela ne décourageait pas certaines entreprises d'avoir une approche disproportionnée entre les promesses affichées et les résultats concrets.

Un peu d'histoire de l'allégation environnementale

Le problème des allégations environnementales trompeuses ou excessives, c'était que le risque était trop diffus pour être considéré, les condamnations trop isolées, et les pratiques de marché (X fait pire que nous, alors !!) trop établies, pour que les entreprises se disciplinent : des textes pas assez volontaristes, pas assez précis, trop elliptiques, fossé que le soft law (ADEME, ARPP) a heureusement compensé progressivement.

Mais il fallait un cadre plus clair, plus réglementaire.

Territoire presque vierge donc que celui de la justification (par définition les allégations environnementales font du futur une promesse).



La directive Transition Verte précise qu'il ne peut s'agir de promesses en l'air, trop imprécises ou trop lointaines.

Voyons quels sont les grands principes de cette directive, avant de se pencher sur les mesures phares en matière d'allégations, puis se poser la question de ce que la directive Green claims aurait apporté ou apporterait en regardant de plus près ce que le cadre réglementaire européen prévoit pour les labels et de conclure avec quelques recommandations concrètes pour la validation d'allégations environnementales.

1

Quels sont les grands principes
derrière la directive Transition
Verte ?



La directive Transition Verte a été développée sur les principes suivants :

De la rigueur et un cadre pour plus d'opportunités.

Des principes clairs et une méthodologie esquissée.

La transparence et la fiabilité érigées en principes immuables et indispensables.

Interdiction des allégations environnementales génériques, des engagements non vérifiables, des allégations carbone basées uniquement sur la compensation.

L'indépendance peut être interne.

Les pratiques de greenwashing jusqu'ici sanctionnées au cas par cas par les juridictions deviennent désormais illicites *per se* au niveau de l'Union et transposables en l'état.

Il ne sera plus nécessaire de démontrer l'altération du comportement économique du consommateur.

Ces pratiques seront plus facilement sanctionnables.

La véracité toujours au cœur de la grille d'analyse.

2

Les mesures phares pour les allégations environnementales



Qu'est-ce qu'une allégation environnementale ?

Cette notion est désormais définie comme « *tout **message** ou toute **déclaration non obligatoire** en application du droit de l'Union européenne ou du droit national, sous quelque forme que ce soit, notamment un **texte**, une **image**, une **représentation graphique** ou un **symbole** tels qu'un label, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit, dans le cadre d'une communication **commerciale**, qui affirme ou suggère qu'un produit, une catégorie de produits, une marque ou un **professionnel** a une **incidence positive** ou **n'a pas d'incidence sur l'environnement**, est moins préjudiciable pour l'environnement que d'autres produits, catégories de produits, marques ou professionnels, ou a amélioré son incidence environnementale au fil du temps* » (article liminaire, 20°, du code de la consommation).

Nouvelles pratiques commerciales déloyales

Extension de la liste des « pratiques noires »

Nouvelles pratiques trompeuses, considérées comme déloyales en toutes circonstances, et donc interdites :

- Les **allégations environnementales portant sur l'ensemble d'un produit ou de l'entreprise du professionnel, alors qu'elles ne concernent qu'un de leurs aspects** (article L.121-4, nouveau 4° *ter*, du code de la consommation) ;
- La **promotion, dans toute communication commerciale, d'un bien doté d'une caractéristique introduite pour en limiter la durabilité**, lorsque l'information sur l'existence de cette caractéristique se trouve à la disposition du professionnel (article L.121-4, nouveau 31°, du code de la consommation) ;
- Le fait de **présenter comme une caractéristique distinctive de l'offre du professionnel des exigences imposées par la loi** pour les produits de la catégorie concernée (article L.121-4, nouveau 10° *bis*, du code de la consommation) ;
- La **dissimulation sur le fait qu'une mise à jour logicielle portant sur la conformité, la sécurité ou les fonctionnalités d'un bien comportant des éléments numériques, d'un contenu numérique ou d'un service numérique a une incidence négative** sur le fonctionnement d'un tel bien ou sur l'utilisation de ces contenus ou services numériques (article L.121-4, nouveau 30°, du code de la consommation);
- Les **allégations qui affirment, en se fondant sur la compensation des émissions de gaz à effet de serre, qu'un produit a un impact neutre, réduit ou positif** sur l'environnement du fait de ces émissions (article L.121-4, nouveau 4° *quater*, du code de la consommation).

Nouvelles pratiques commerciales trompeuses

Le projet de loi DDADUE, transposant les dispositions de la directive ajoute à la liste des pratiques commerciales trompeuses de nouvelles pratiques (transposées à l'article L. 121-2 du code de la consommation) qui peuvent donner lieu à certaines interprétations plus ou moins extensives et qui nécessiteront une attention particulière quant à leur construction / validation :

- Ainsi, seront considérées comme trompeuses, les **allégations environnementales relatives aux performances environnementales futures** qui ne sont **pas étayées par des engagements et des objectifs clairs, objectifs, accessibles au public, vérifiables et inscrits dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste** (codifié à l'article L.121-2, nouveau 5°, du code de la consommation).
- Seront également considérées comme trompeuses, les pratiques commerciales qui attribuent une ou plusieurs qualités à un produit ou à la démarche d'une entreprise sans que cela soit **pertinent ni ne résulte d'une caractéristique propre à ce produit à l'activité de cette entreprise** (article L.121-2, nouveau 6°, du code de la consommation).
- La directive précise « l'impact environnemental » qui complète l'article L. 121-2 du code de la consommation :

Les professionnels devront dorénavant, **lorsqu'ils fournissent un service de comparaison de biens ou de services** et qui **informe le consommateur de caractéristiques environnementales, 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, **mettre à disposition des consommateurs les informations sur la méthode de comparaison, sur les biens et services faisant l'objet de la comparaison et sur leurs fournisseurs, ainsi que sur les mesures mises en place pour tenir ces informations à jour** (codifié à l'article L.121-3 du code de la consommation).

Rappel : Les autorités apprécient peu (et les concurrents encore moins) le fait que les allégations environnementales soient l'expression d'une supériorité revendiquée ou d'une comparaison entre opérateurs.

Allégations environnementales globalisantes, biodégradabilité

La directive reprend la loi AGECE qui interdit les allégations «respectueux de l'environnement» et autres mentions équivalentes («**bon pour l'environnement**», «**sans impact sur l'environnement**», «**neutre pour l'environnement**»), mais cette interdiction concerne désormais **tout support et pas uniquement le produit ou son emballage**.

Elle apporte par ailleurs une précision importante : **certaines allégations de ce type sont acceptables si le professionnel est en capacité de démontrer que son produit présente une excellente performance environnementale reconnue, en lien avec l'allégation** (article L.121-4, 4° bis, du code de la consommation) (appréciée par rapport « *au règlement (CE) n° 66/2010 et labels écologiques de type I, ou aux meilleures performances environnementales en vertu d'autres dispositions applicables du droit de l'Union* »).

- Une allégation telle que « **meilleur pour l'environnement** » ou « **respectueux de l'environnement** » pourrait être acceptable à condition que le produit bénéficie de l'Écolabel européen ou d'un autre label écologique de type I officiellement reconnu dans les États membres, et que le professionnel indique les critères du label sur lesquels il s'appuie pour justifier une performance environnementale excellente.
- Mention impossible pour les produits qui sont des mélanges (par exemple, détergents, cosmétiques, peintures) étiquetés conformément au règlement **CLP** (Classification, Étiquetage et Emballage), dont l'article 25(4) qui interdit les mentions telles que « non toxique », « non nocif », « non polluant », « écologique ».

Dans le même état d'esprit, la mention « **biodégradable** » demeure interdite, sauf à ce qu'elle s'appuie sur des dispositions spécifiques du cahier des charges de l'Écolabel européen, permettant de justifier de l'excellente performance environnementale sur les paramètres considérés. Elle devra indiquer si elle porte sur le produit, une partie du produit ou l'emballage, et faire apparaître les conditions spécifiques de sa dégradation afin d'éviter les erreurs de tri. Cette interdiction s'applique également aux mentions considérées comme équivalentes à « biodégradable », telles que « se dégrade dans l'environnement », ou « ne laisse pas de résidu en fin de vie ».

Conclusion : une fusée à un étage mais puissante

La Directive Transition Verte en précisant, complétant les allégations environnementales trompeuses per se, ainsi que le cadre général d'appréciation, était destinée à être le premier étage de la fusée, qui, complétée de la Directive Green Claims, devait permettre de rapprocher encore un peu plus la mécanique des allégations environnementales de celle des labels, notamment en passant par la case certification tierce.

Les modifications des équilibres politico économiques, le travail de certains lobbys et une certaine dose de réalisme face à une potentielle complexité administrative ainsi que les coûts associés font partie d'une réflexion en cours quant au futur, ou à l'abandon de la Directive Green Claims.

Toutefois, sans attendre cette Directive, le droit européen et le droit français disposent désormais d'une nouvelle série de pratiques commerciales trompeuses dont l'application par la DGCCRF s'annonce efficace, si l'on en croit la capacité de la DGCCRF, observée dans bien d'autres domaines, de produire ses propres directives internes de contrôle et sur la possibilité de juger d'une pratique commerciale trompeuse sans avoir à passer par la case certification.

Pour avoir une meilleure idée de cet étage supérieur que sont les labels et rappeler ce que la Directive Transition Verte apporte sur le sujet, Gael va nous offrir une rapide visite guidée dans le monde merveilleux des labels.

3

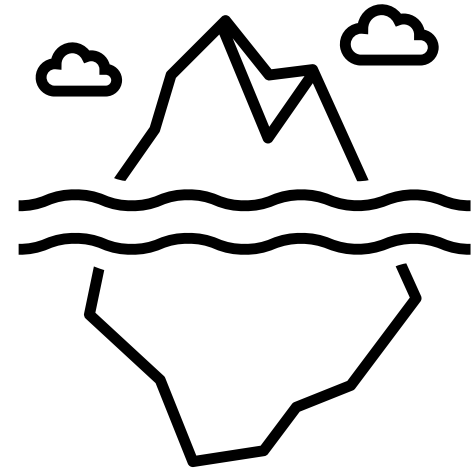
LES LABELS



Le label: la face émergée de l'allégation?

« allégation environnementale » : “tout message ou toute déclaration non obligatoire en vertu du droit de l’Union ou du droit national, sous quelque forme que ce soit, notamment du texte, une image, une représentation graphique ou un symbole tels qu’un **label**, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit, dans le cadre d’une communication commerciale

- Les labels de durabilité sont un sous ensemble d’allégations environnementales et sociales au sens de l’ECGT
- Il existe deux grandes catégories de labels: privés (ex. Fair trade, B-corp...) et publics /institutionnels (ex. Ecolabel, Agriculture Bio etc...); Seuls les labels privés sont réglementés par l’ECGT (les autres le sont par des textes dédiés).
- Parmi les labels privés, il existe une distinction entre les labels certifiés et non certifiés (en fonction notamment de la qualité de l’autorité qui les contrôle);
- Les labels privés non certifiés ne sont à ce jour encadrés juridiquement que sous le prisme des grands principes (véracité, clarté, loyauté). Il n'existe pas de textes législatifs ou réglementaires dédiés;
- Les labels certifiés appliquent les règles relatives à la certification qui fait l'objet d'un encadrement strict par l'article L 433-3 du Code de la consommation ;
- A ce jour, il n'y a pas de distinction entre labels de durabilité et autres labels.



Les définitions et obligations instaurées par l'ECGT

Directive (UE)2024/825 «pour donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition verte »

Label de développement durable

« label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national »

Système de certification

« un système de vérification par un tiers qui certifie qu'un produit, un processus ou une entreprise satisfait à certaines exigences, qui permet l'utilisation d'un label de développement durable correspondant et dont les dispositions, notamment les exigences qu'il définit, sont accessibles au public et répondent aux critères suivants:

- i) le système est ouvert, à des conditions transparentes, équitables et non discriminatoires, à tous les professionnels désireux et en mesure de se conformer aux exigences du système;
- ii) les exigences définies par le système sont élaborées par le propriétaire de ce dernier en consultation avec les experts et les parties prenantes concernées;
- iii) le système établit des procédures pour traiter les cas de non-conformité à ses exigences et prévoit le retrait ou la suspension de l'utilisation du label de développement durable par le professionnel en cas de non-respect des exigences définies par le système; et
- iv) le contrôle du respect par le professionnel des exigences du système fait l'objet d'une procédure objective et est effectué par un tiers dont la compétence et l'indépendance par rapport au propriétaire du système comme au professionnel sont fondées sur des normes et procédures internationales, de l'Union ou nationales »

Les définitions/terminologies clés envisagées par la GCD

Proposition de directive (UE)2023/0085 relative à la justification et à la communication des allégations environnementales explicites

Label de durabilité

Un label de durabilité au sens de l'article 2, point r), de la directive 2005/29/CE (soit un « label de développement durable »)

Label environnemental

Un label de durabilité qui concerne uniquement ou principalement les caractéristiques environnementales d'un produit, d'un processus ou d'un professionnel

Système de label environnemental

Un système de certification certifiant qu'un produit, un procédé ou un professionnel satisfait aux exigences d'un label environnemental

Vérification

Processus d'évaluation de la conformité mené par un vérificateur pour vérifier si la justification et la communication des allégations environnementales explicites respectent les exigences énoncées dans la présente directive ou si les systèmes de labels environnementaux respectent la présente directive

Les évolutions à venir (post adoption de la DDADUE)

La directive 2024/825 interdit, en tant que pratique commerciale réputée déloyale en toute circonstance, les **labels de développement durable privés** qui ne sont **pas fondés sur un système de certification**.

Cette interdiction sera transposée à l'article L. 121-4 du code de la consommation via la loi DDADUE présentée le 10 novembre 2025.

- Ce que la directive entraîne: Elle définit les exigences procédurales sur lesquelles doivent être fondés ces labels en établissant un « système de certification » spécifique aux labels de durabilité, pour garantir leur fiabilité.
- Ce que la directive n'entraîne pas: la directive ne précise pas le contenu attendu d'un label de développement durable qui reste à l'appréciation des organismes privés qui les gèrent mais dont le déploiement doit répondre aux nouvelles exigences.

=> La date limite de transposition de la directive est fixée au 26 mars 2026. Les nouvelles règles qu'elle impose **entreront en vigueur le 26 septembre 2026**.

La régulation des labels dans l'ECGT – Un dispositif efficace?

L'objectif affiché de la directive ECGT est de garantir la transparence et la crédibilité des labels de développement durable, qui peuvent porter sur de nombreuses caractéristiques d'un produit, d'un processus ou d'une entreprise. L'objectif sous tendu est celui de rationaliser les labels existants pour les rendre plus lisibles (et éventuellement d'en réduire le nombre, notamment en interdisant l'auto-certification).

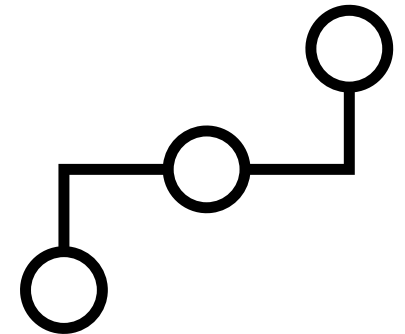
- C'est une approche ciblée (durabilité), omnibus (modifie deux directives historiques), et qui s'inscrit dans le champ de la protection des consommateurs.
- La directive impose des exigences d'ouverture, de transparence et de vérification indépendantes visant à renforcer la confiance des consommateurs.
- Elle s'inspire des systèmes de labels certifiés, notamment publics, qui bénéficient d'une grande crédibilité.
- Elle ne prescrit aucun critère substantiel mais mise sur des critères formels (+/-13) Elle ne vise pas directement à améliorer le niveau de performance durable des produits/entreprises labelisées.
- Elle laisse quelques zones de flou sur le plan pratique (qualification *in concreto* des critères formels, intégration dans le droit national des mécanismes de certification, articulation avec les autres catégories de labels...)



La regulation des label dans l'ECGT – Trait d'union avec la GCD?

La GCD prévoyait de franchir un palier supplémentaire par rapport à l'ECGT en passant d'une régulation *ex post* des allégations trompeuses à une régulation *ex ante* fondée sur la vérification préalable et indépendante de toutes les allégations (comme le fait la directive ECGT s'agissant des labels). De plus avec la GCD, la vérification *ex ante* des labels environnementaux couvrait à la fois le fonctionnement et le contenu du label qui devaient justifier d'une valeur ajoutée environnementale.

- Les allégations environnementales ont été traitées dans l'ECGT en retenant un mécanisme *ex-post*. Seuls les labels sont traités dans l'ECGT avec un mécanisme *ex-ante*
- La GCD prévoyait d'aller un peu plus loin en imposant un système de vérification *ex-ante* pour toutes les allégations.
- Le mécanisme *ex ante* prévu pour les labels dans l'ECGT se limite à des obligations procédurales (et non substantielles).
- La GCD prévoyait d'aller un peu plus loin en instaurant un mécanisme de contrôle substantiel pour la création de tous les nouveaux labels privés qui devaient justifier d'une valeur ajoutée environnementale.



Synthèse des principales mesures réglementaires à date

| Résumé du régime légal | Source | Etat |
|--|--|---------------------------|
| <p>Les pratiques commerciales sont trompeuses si elles sont fausses ou de nature à induire en erreur notamment sur l'impact environnemental</p> <p>Son réputées trompeuses en toute circonstances les pratiques commerciales qui ont pour objet d'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire.</p> | <p>Art. L.121-2 du Code de la Consommation</p> <p>Art. L. 121-4 du Code de la Consommation</p> | En vigueur |
| <p>La directive prévoit que constitue une pratique commerciale déloyale (entre autres) le fait d'afficher un label de durabilité qui ne se fonde pas sur un système de certification ou qui ne soit pas établi par les autorités publiques. Elle repose sur un contrôle de la conformité des labels de durabilité effectué de manière <i>ex post</i>.</p> | <p>Directive 2024/825 et ANNEXE modifiant la directive 2005/29/CE son ANNEXE I (mesures présumées non conformes en toutes circonstances)</p> | En cours de transposition |
| <p>La proposition vise à réglementer les labels environnementaux de manière <i>ex ante</i>. Afin de contrôler la prolifération de ces labels, les nouveaux systèmes d'étiquetage publics ne seront pas autorisés, à moins qu'ils ne soient développés au niveau de l'UE, et tout nouveau système privé devra faire preuve d'une plus grande ambition environnementale que les systèmes existants et obtenir une approbation préalable pour être autorisé.</p> | <p>Articles 7 et 8 de la proposition de directive du 22 mars 2023</p> | En attente d'adoption |

4

**Concrètement, comment
s'y prendre pour valider
une allégation
environnementale ?**



Les Grands Principes

Le cahier des charges : Pas toujours impératif mais obligatoire

Méthodologie basée sur la collaboration et l'harmonisation en interne (référentiel / évaluation / décision)

Passer au crible l'ensemble des allégations, documenter chaque allégation (quand réduction annoncée, la démontrer) et mettre à jour la documentation.

Un principe de base : la véracité,

Un principe essentiel : la proportionnalité

Des principes éclairants : la clarté et la loyauté

Le principe de base c'est de documenter, de tracer, d'expliquer et de partager avec le consommateur et l'administration le « cahier des charges » qui a conduit à l'allégation.

Ce qui est allégué doit être significatif, fidèle aux actions entreprises par l'annonceur.

L'allégation ne peut être une idée marketing derrière laquelle on tente de construire un dossier, elle doit être l'expression d'engagements forts et d'ores et déjà mis en œuvre.

FIDAL

Le droit d'inventer demain



Membre de  unyer GLOBAL ADVISORS et  wts global

fidal.com