

ASSEMBLÉE NATIONALE

3 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3875)

Retiré

AMENDEMENT

N ° 2421

présenté par

Mme Sarles, Mme Louis, Mme Galliard-Minier, M. Perrot, M. Alauzet, M. Colas-Roy,
M. Baichère, Mme Bureau-Bonnard, Mme Clapot, Mme Riotton, Mme Toutut-Picard,
Mme Vanceunebrock, Mme Meynier-Millefert, Mme Le Peih, Mme Calvez, Mme Le Feur,
M. Delpon, M. Kerlogot et Mme Provendier

ARTICLE ADDITIONNEL**APRÈS L'ARTICLE 4, insérer l'article suivant:**

L'article L. 121-3 du code de la consommation est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« 6° L'impact environnemental du bien ou son origine naturelle. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement vise à limiter le recours à des allégations environnementales fausses dans les publicités. Cette pratique (greenwashing) peut aujourd'hui être difficilement appréhendée par le droit de la consommation. En effet, la législation actuelle ne reconnaît pas l'impact environnemental ou l'origine naturelle du produit comme faisant partie des caractéristiques substantielles du produit. Pourtant, force est de constater, que cet argument et bien souvent utilisé pour influencer le comportement des consommateurs qui considèrent cet élément au même titre que son prix.

Ainsi, le présent amendement complète le code de la consommation afin que l'impact environnemental d'un produit ou son origine naturelle soit considéré comme une caractéristique substantielle du produit ou du service vendu. Dès lors, une présentation fautive ou de nature à induire en erreur le consommateur sur cet élément pourra mieux être appréhendé par le droit et être considéré comme une pratique commerciale trompeuse sanctionnée pénalement par l'article L132-2 du code de la consommation.