



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

gestion

Question écrite n° 3678

Texte de la question

M. Christophe Bouillon interroge M. le ministre délégué auprès du ministre de l'économie et des finances, chargé de l'économie sociale et solidaire et de la consommation, sur la limitation de la publicité pour les produits ne respectant pas des critères de protection de l'environnement, d'éco-conception et de gestion durable des matières premières. En effet, la publicité oriente bien souvent le comportement d'achat des consommateurs. Or ceux-ci peuvent parfois ignorer l'impact que leur bien aura eu sur l'environnement. Aussi il lui demande de bien vouloir lui indiquer si une étude pourrait être confiée au CSA et à l'ARPP sur la limitation de l'accès à la publicité de ces produits ne respectant pas ces critères.

Texte de la réponse

Pour choisir en toute confiance des produits plus respectueux de l'environnement, les consommateurs doivent disposer d'informations environnementales sincères, objectives et complètes. Pour autant, il apparaît difficile de limiter l'accès à la publicité pour les produits ne respectant pas certains critères écologiques, dès lors qu'ils ne nuisent pas à la santé et à la sécurité des consommateurs. Si une critique écologique de la publicité a déjà été développée par certains acteurs, dont notamment des ONG telles qu'Alliance pour la planète, une limitation ou une interdiction pure et simple de la publicité pour les produits ne répondant pas à des critères environnementaux aurait pour effet de fausser le libre jeu de la concurrence. Elle serait en outre immanquablement source de contentieux communautaire eu égard à la vigilance sourcilleuse exercée par la Commission européenne concernant l'interdiction des pratiques commerciales dans les seules législations nationales, en dehors du cadre communautaire. Pour autant, il demeure possible de contrer les impacts écologiques négatifs de certaines publicités en favorisant, a contrario, plus de transparence dans les messages publicitaires alléguant des impacts bénéfiques en matière d'environnement pour certains produits. En effet, des allégations environnementales claires et loyales dans les messages publicitaires pourront aider le consommateur à distinguer nettement les produits respectueux de l'environnement de ceux qui ne le sont pas. L'action menée par les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) dans ce domaine va clairement dans ce sens. Tout message publicitaire tendant à induire en erreur le consommateur sur les qualités prétendument écologiques d'un produit est susceptible de constituer une infraction aux dispositions des articles L. 121-1 et suivants du code de la consommation, prohibant les pratiques commerciales trompeuses. Les sanctions prévues, renforcées par la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, peuvent désormais aller jusqu'à 300 000 euros d'amende et deux ans d'emprisonnement. Sur cette base, les services de la DGCCRF ont déjà mené des actions de contrôle à l'échelle nationale : la dernière en date a pris fin au 2e trimestre 2012. Cette enquête a consisté à examiner les allégations (y compris les signes, logos, marques commerciales...) valorisant les qualités écologiques d'un produit. L'ensemble des produits de grande consommation (alimentaires et non alimentaires) ont été concernés. A l'issue des contrôles menés, il est apparu que la pratique la plus répandue consistait à utiliser des allégations environnementales à caractère globalisant, pour qualifier des produits ne présentant que des propriétés écologiques « partielles » (seul un des composants, ou bien uniquement

l'emballage, présentait un caractère manifestement positif pour l'environnement). Le Conseil national de la consommation (CNC) a également réalisé une action de clarification en la matière. Il a adopté deux avis les 6 juillet et 15 décembre 2010, clarifiant les conditions d'emploi de quinze allégations environnementales. Ces deux avis du CNC ont été vulgarisés dans un guide pratique des allégations environnementales, publié en 2012, à destination tant des professionnels que des consommateurs.

Données clés

Auteur : [M. Christophe Bouillon](#)

Circonscription : Seine-Maritime (5^e circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 3678

Rubrique : Matières premières

Ministère interrogé : Économie sociale et solidaire et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [4 septembre 2012](#), page 4881

Réponse publiée au JO le : [10 février 2015](#), page 891