

ASSEMBLÉE NATIONALE

25 mars 2021

LUTTE CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE - (N° 3995)

Commission	
Gouvernement	

Retiré

AMENDEMENT

N ° 4444

présenté par

Mme Sarles, M. Baichère, Mme Riotton, Mme Vanceunebrock, M. Vignal, M. Templier, M. Pellois, Mme Toutut-Picard, Mme Pételle, Mme Mirallès, Mme Dupont, Mme Mörch, M. Simian, M. Alauzet, Mme Le Feu, Mme Louis, Mme Bureau-Bonnard, M. Perrot, M. Colas-Roy, Mme Le Peih, Mme Clapot, Mme Tiegna, Mme Meynier-Millefert, Mme Calvez, M. Delpon, Mme Provendier, M. Kerlogot, Mme Delpirou, Mme Michel, Mme Panonacle et Mme Sylla

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

L'article L. 121-3 du code de la consommation est complété par un 6° ainsi rédigé :

« 6° L'impact environnemental du produit. »

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 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 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 appréhendée par le droit et être considérée comme une pratique commerciale trompeuse sanctionnée pénalement par l'article L132-2 du code de la consommation.