

Guide pratique des allégations environnementales

À l'usage des professionnels et des consommateurs

Allégations environnementales qualifiant une entreprise

« Nos producteurs s'engagent à respecter l'environnement », « issu d'un site de production respectueux de l'environnement », « un produit acheté, un arbre planté »...

L'allégation doit préciser si elle concerne l'ensemble des activités de l'entreprise, le processus de production ou l'une des étapes d'élaboration du produit.

L'entreprise doit justifier du fait qu'elle a réduit les principaux impacts environnementaux liés à ses activités.

Des explications sur la démarche de l'entreprise doivent figurer sur l'emballage du produit.

Allégations qualifiant une entreprise ou un produit : quelle différence ?

Lorsqu'une allégation environnementale qualifie un produit (par exemple, un nettoyeur « écologique »), elle confère à ce produit certaines qualités ou caractéristiques (composition du nettoyeur, biodégradabilité de ses composants, caractère recyclable de son emballage...).

Lorsqu'une allégation environnementale qualifie une entreprise, ce sont les activités de cette entreprise qui sont concernées : réduction de la consommation d'énergie du site de production, des émissions de gaz à effet de serre liées au transport des matières premières, de l'usage de produits phytosanitaires, participation financière à un projet environnemental...). Ces actions ne confèrent pas systématiquement des caractéristiques particulières à un produit.

Pour éviter toute confusion

- ✓ Une allégation qualifiant une entreprise doit être particulièrement précise et explicite afin de ne pas induire le consommateur en erreur en lui laissant croire que le produit a certaines qualités intrinsèques.
- Précise : l'activité concernée doit être clairement identifiée (extraction de matières premières, transformation, transport...). À défaut de précision, l'allégation porte sur l'ensemble des activités de l'entreprise.

- Explicite : l'entreprise doit indiquer, sur l'emballage, les actions les plus significatives qu'elle réalise en matière environnementale, en complétant éventuellement ces explications par tout moyen approprié (un site Internet, par exemple).

À la lecture de l'étiquette, le consommateur doit avoir une première idée de la nature des engagements de l'entreprise.

✓ Un lien doit pouvoir être établi entre le produit et l'avantage environnemental revendiqué.

Ainsi, une allégation qualifiant une entreprise ne doit pas être employée si la démarche environnementale n'a aucun effet sur le processus de production du produit (par exemple, si cette allégation ne concerne que les seules activités administratives du siège de l'entreprise).

- ✓ Dans tous les cas, ces allégations doivent être nuancées : « notre entreprise contribue à protéger l'environnement »

L'entreprise doit justifier ses actions

Par des éléments concrets, mesurables, pertinents, significatifs et vérifiables (par exemple, en matière d'éco-conception, de limitation de l'emploi de substances polluantes et des émissions de gaz à effet de serre, de gestion maîtrisée des ressources naturelles, de l'énergie et des déchets...) prouvant que les principaux impacts environnementaux liés aux activités concernées ont été significativement réduits.

Elle peut alors recourir à un organisme indépendant pour contrôler certains aspects de sa démarche.

→ Le saviez-vous ?

Issue des lois du Grenelle de l'Environnement, la certification environnementale des exploitations agricoles est un nouveau dispositif encadré par les pouvoirs publics (article L. 611-6 du Code rural).

Il doit permettre d'identifier les exploitations agricoles engagées dans des démarches particulièrement respectueuses de l'environnement.

Progressif : le dispositif est construit sur trois niveaux, le plus élevé de ces niveaux repose sur des indicateurs de performance environnementale. Il s'agit du troisième niveau qui correspond à une Haute Valeur Environnementale (HVE).

→ Pour aller plus loin

Le management environnemental

Le management environnemental désigne l'ensemble des moyens (organisation interne, ressources, procédés, pratiques...) mis en œuvre au sein d'une entreprise en vue d'une amélioration constante de ses performances environnementales. On peut distinguer l'approche « organisme » qui est centrée sur les sites d'activité, généralement de production, et constitue un outil de gestion interne à l'entreprise, et l'approche « produit » qui dépasse les murs de l'entreprise puisqu'elle conduit à concevoir ou à améliorer les produits de manière à minimiser leurs impacts sur l'environnement, et ce, sur l'ensemble de leur cycle de vie.

Les opérations de compensation (correspondant, par exemple, au slogan : « un produit acheté = un arbre planté »)

Définition :

Une compensation écologique se définit comme un « ensemble d'actions [réalisées] en faveur de l'environnement et permettant de contrebalancer les dommages causés par la réalisation d'un projet [sans qu'ils aient] pu être évités ou limités. La compensation écologique peut consister en la protection d'espaces naturels, la restauration, la valorisation ou la gestion, dans la durée, d'habitats naturels » (Commission de terminologie et de néologie).

Les allégations se rapportant à une opération de compensation ne concernent pas les activités de l'entreprise ou le produit, mais un engagement externe du professionnel pris en faveur de la protection de l'environnement.

Ces allégations ne doivent pas laisser entendre au consommateur que le produit a certaines qualités environnementales, ni que l'intégralité de ses impacts environnementaux ait été compensée. En effet, ce n'est généralement pas le cas, puisque, souvent, la compensation ne concerne qu'un seul impact, l'effet de serre par exemple, qu'elle contrebalance en tout ou partie.

Ainsi, la démarche doit être présentée clairement et précisément :

- ✓ afin de ne pas créer de confusion entre le bienfait de la démarche pour l'environnement et les impacts du produit lui-même sur l'environnement ;
- ✓ afin de ne pas instiller le doute chez le consommateur sur la nature de l'opération présentée.

En outre, l'opération de compensation doit avoir été effectivement engagée, être quantifiable et vérifiable (par exemple, le nombre d'arbres plantés, le montant total des sommes versées à des ONG...), significative au regard du volume d'affaires prévu ou dégagé par le produit en cause et pertinente en termes de bénéfice attendu pour l'environnement.

BIO (pour les produits non alimentaires)

Le préfixe « **Bio** » renvoie à **un mode de production respectueux de l'environnement** qui est réglementé et contrôlé par les pouvoirs publics : l'agriculture biologique.

Cette réglementation ne s'applique pas aux produits non agricoles et non alimentaires. L'utilisation du terme « bio » pour qualifier ces produits n'est possible que si le produit contient des ingrédients issus de l'agriculture biologique.

En aucun cas, le terme « bio » ne doit servir à valoriser la qualité écologique d'un produit si le produit en question ne répond pas à ces exigences.

Produits agricoles : l'existence d'un règlement européen

Seuls les produits agricoles certifiés biologiques conformément à la réglementation européenne (voir le Règlement 834/2007) peuvent arborer les logos correspondants. Ils attestent que les produits ont été contrôlés à chaque étape de leur élaboration et qu'ils sont pour au minimum 95 % de leur poids composé d'ingrédients d'origine agricole certifiés biologiques.



Le nouveau logo européen



Le logo français

Produits non agricoles et non alimentaires : pas de réglementation spécifique

Pour les produits non agricoles et non alimentaires (comme les produits de beauté, d'hygiène et d'entretien, de bricolage, les textiles...), il n'existe pas de réglementation encadrée par les pouvoirs publics.

Le principe est que l'utilisation du terme « bio » pour qualifier ces produits ne doit pas induire le consommateur en erreur.

Pour certaines catégories de produits (textiles, cosmétiques...), il existe des démarches privées et volontaires, qui prévoient l'incorporation d'ingrédients agricoles certifiés biologiques dans les produits considérés. Ces démarches peuvent faire l'objet d'un contrôle par un organisme indépendant.

À quelles conditions un produit non agricole et non alimentaire peut-il s'afficher comme « bio » ?

- ✓ seul le composant agricole du produit doit être qualifié de bio : par exemple, ce n'est pas le tee-shirt qui est bio, mais le coton utilisé pour le confectionner ;
- ✓ le produit doit être composé d'une part significative d'ingrédients d'origine agricole certifiés biologiques ;
- ✓ le produit ne doit pas contenir de substances chimiques de synthèse ou alors qu'une très faible quantité.

En outre, l'entreprise ne doit pas minimiser le risque pour la santé ou l'environnement d'un produit qui serait classé parmi les substances et préparations dangereuses.

Quelles informations doit-on trouver sur le produit ?

- ✓ la liste des ingrédients issus de l'agriculture biologique qui composent le produit ;
- ✓ le pourcentage de ces ingrédients dans l'ensemble du produit.

À noter : L'eau n'est pas un produit issu de l'agriculture. Elle ne peut donc pas être *bio* ! Ainsi, pour certains pro-

duits (eaux démaquillantes, nettoyants vitres, cosmétiques) pouvant contenir plus de 90 % d'eau, le pourcentage d'ingrédients issus de l'agriculture biologique par rapport à l'ensemble des composants du produit pourra être faible, mais tout en étant significatif.

C'est le cas, par exemple, d'une crème hydratante à base d'huile d'amande douce et de fleur d'oranger *bio*, où les ingrédients issus de l'agriculture biologique ne représentent que 10 % de l'ensemble du produit fini.

Des exceptions

Certains termes utilisant le préfixe « bio » sont consacrés par l'usage : les biocarburants, la biochimie, la biomasse, les biotechnologies... Certaines marques préexistantes peuvent également contenir le terme « bio ». Ces termes et ces marques ne doivent cependant pas être utilisés pour « verdir » un produit ou laisser entendre que celui-ci serait *bio*.

BIODÉGRADABLE

Un produit ou un emballage peut se revendiquer biodégradable s'il respecte des normes en vigueur (notamment la norme NF EN 13 432 : 2000).

Ces normes définissent les conditions dans lesquelles le produit peut effectivement se dégrader. Elles garantissent que le produit va se décomposer sous l'action d'organismes vivants en éléments divers dépourvus d'effet dommageable sur le milieu naturel.

Dans tous les cas, la mention « Ne l'abandonnez pas dans la nature » doit apparaître.

Que signifie biodégradable ?

Biodégradable se dit d'une substance qui peut, sous l'action d'organismes vivants (des bactéries), se décomposer en éléments divers sans effet nuisible pour l'environnement. La biodégradabilité s'apprécie en prenant en compte à la fois le degré de décomposition d'une substance et le temps nécessaire pour obtenir cette décomposition.

Sans précision, l'allégation « biodégradable » doit porter sur l'ensemble du produit. Sinon, il faut indiquer si c'est le produit, une substance le composant ou l'emballage qui est concerné.

On rencontre cette allégation sur différents produits : les sacs plastiques, les emballages, les couches pour bébé, les stylos, la vaisselle jetable, les peintures, les détergents...

Quel comportement adopter ?

Un seul message : « Ne jetez rien dans la nature ! » Même biodégradable, un emballage peut avoir, le temps que sa biodégradation soit achevée, un impact négatif sur l'environnement (pollution visuelle, risque éventuel pour la faune...).

Les normes existantes assurent un niveau optimal de biodégradation pour les produits traités dans une installation industrielle de compostage. Les filières de collecte et de traitement des déchets organiques sont encore peu nombreuses en France, mais l'État s'est engagé à les développer dans le cadre du Grenelle de l'Environnement.

Le label *Ok compost home* garantit la biodégradabilité d'un produit déposé dans un composteur individuel de jardin.

COMPOSTABLE

Le compostage est un traitement des déchets qui permet d'obtenir du compost grâce à l'action de microorganismes. Un produit ou un emballage peut être qualifié de « compostable » s'il respecte des normes en vigueur. Le consommateur doit être bien informé des conditions dans lesquelles un produit peut effectivement se transformer en compost de qualité apte à une utilisation agricole ou au jardinage. Dans tous les cas, la mention « Ne l'abandonnez pas dans la nature » doit apparaître.

À quoi sert le compost ?

Le compost est utilisé en agriculture et en jardinage pour ses effets bénéfiques sur le sol et les végétaux. Il permet ainsi d'améliorer la fertilité du sol et contribue à la croissance des plantes en les aidant à développer un bon système racinaire.

Le compostage permet également de réduire la quantité de déchets traités par incinération ou par enfouissement.

Qu'est-ce qu'un produit compostable ?

Tous les déchets d'origine végétale ou animale sont par nature compostables.

Les autres produits qui revendiquent leur caractère compostable (emballages, sacs poubelles, gobelets, couverts, pots pour les plantes...) doivent être conformes à des normes (notamment la norme NF EN 13432 : 2000) qui garantissent que le produit va se dégrader en un compost de qualité dans une installation industrielle de compostage.

Le label « *Ok compost home* » garantit qu'un produit peut être composté dans des conditions optimales dans un composteur individuel de jardin.

Où peut-on jeter ses déchets compostables ?

Dans tous les cas, une seule règle : « Ne jetez rien dans la nature ! »

Même compostable, un emballage peut avoir, le temps nécessaire à sa dégradation totale, un impact négatif sur l'environnement (que ce soit une pollution visuelle ou un risque éventuel pour la faune).

Les déchets peuvent être compostés à votre domicile, dans un composteur individuel de jardin, dans un bac ou sous forme de tas (voir le guide de l'Ademe sur le compostage domestique : <http://www.ademe.fr/particuliers/fiches/pdf/compost.pdf>).

Ils peuvent être traités dans une installation industrielle de compostage sur des plates-formes spécifiques et dans des conditions réglementées : dans ces cas, les déchets verts peuvent être collectés par la mairie de votre lieu de résidence ou être déposés à la déchèterie.

Quelles indications doit-on trouver sur le produit ?

- ✓ La mention « Ne l'abandonnez pas dans la nature » est obligatoire ;
- ✓ Les conditions dans lesquelles le produit peut effectivement se dégrader de façon optimale en un compost de qualité : le compostage industriel ou domestique ;
- ✓ Le fabricant doit indiquer avec précision ce qui peut être composté : l'emballage, le produit lui-même ou l'un de ses composants. À défaut d'une telle précision, le terme « compostable » doit viser le couple produit/emballage.

DURABLE

Le terme « durable » ne doit être employé qu'en référence au développement durable, sauf s'il qualifie un produit qui présente une durée de vie plus longue. Il implique un véritable engagement d'une organisation ou d'une entreprise à agir concrètement pour la préservation de l'environnement (gestion des ressources naturelles, de l'énergie, des déchets, limitation des pollutions, des émissions de gaz à effet de serre...), et en faveur du progrès social et du développement économique. Des explications sur la démarche de l'entreprise doivent figurer sur l'emballage du produit concerné.

→ Le saviez-vous ?

Le concept de « développement durable » date de 1987. C'est le Premier ministre norvégien, le docteur Gro Harlem Brundtland, présidente de la Commission mondiale des Nations Unies sur l'Environnement et le Développement, qui l'a défini comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».

Le développement durable...

- ✓ est un concept, une politique, un modèle de développement. Il est donc difficile de le rattacher à un produit !
- ✓ doit être relativisé. On n'est pas « développement durable », on y contribue.

Les trois piliers du développement durable

Le développement durable vise à établir un équilibre cohérent et viable à long terme entre trois piliers : le développement économique, la préservation de l'environnement et le progrès social.

L'entreprise doit justifier son engagement par des éléments concrets, vérifiables, mesurables et significatifs.

Elle peut alors recourir à un organisme indépendant pour contrôler certains aspects de sa démarche.

Pour éviter toute confusion

- ✓ seule l'expression « développement durable » doit être employée. L'adjectif « durable » employé seul peut néanmoins qualifier un produit qui présente une durée de vie plus longue (par exemple, une pile, une lampe...)

L'entreprise doit indiquer, sur l'emballage, les actions les plus significatives qu'elle réalise en matière de développement durable, en complétant éventuellement ses explications par tout autre moyen approprié (comme la publication d'informations sur un site Internet).

À la lecture de l'étiquette, le consommateur doit avoir une première idée de la portée de la démarche de l'entreprise.

ÉCO

Le préfixe « éco » peut recouvrir plusieurs significations : « écologique », « économique » ou « écologique et économique », et renvoyer ainsi à l'idée d'économie d'énergie, d'eau, de produit... Le sens donné à ce préfixe doit être suffisamment explicite afin de ne pas instiller le doute dans l'esprit du consommateur.

S'il est employé au sens « d'économique et d'écologique », la nature des économies réalisées et les conditions dans lesquelles ces économies peuvent l'être doivent être précisées. L'économie doit être substantielle par rapport à un produit assurant une fonction équivalente (comme le chauffage d'une maison).

Économique ou écologique ?

Indifféremment utilisé dans le sens d'« écologique » ou d'« économique », employé seul ou associé à un autre mot, à une marque ou en tant que repère dans un magasin, le préfixe « éco » peut être source de confusion pour le consommateur.

Aussi, son emploi ne doit pas donner lieu à une quelconque ambiguïté. À défaut, le sens donné à « éco » doit être précisé.

Utilisé dans le sens « d'écologique », le préfixe « éco » correspond à une allégation environnementale équivalente à « écologique ».



Les trois piliers du développement durable.

Certaines expressions utilisant le préfixe « éco » sont consacrées par l'usage (cest le cas d'éco-participation, d'éco-contribution) ; elles ne doivent pas pour autant être présentées comme des allégations environnementales.

Économique et écologique

Le préfixe « éco » peut être employé pour qualifier un produit ou un service qui non seulement permet de réaliser des économies (d'eau, d'électricité, de produit), mais contribue également à protéger l'environnement (ce peut être des éléments de robinetterie, des matériaux isolants, des appareils de chauffage, des produits dont l'emballage est économe en matières premières...).

Le consommateur doit connaître :

- ✓ le sens précis du préfixe. Une mention de type « *permet de faire des économies d'énergie* » doit être indiquée sur le produit ;
- ✓ la nature et, lorsque c'est possible, l'ampleur des économies dont il peut en attendre afin de lui permettre de comparer la performance des produits entre eux ;
- ✓ les conditions dans lesquelles l'utilisation du produit permet une réalisation effective des économies. Des instructions relatives à l'installation, à l'entretien ou au dosage du produit sont essentielles pour rendre effectives les économies annoncées.

L'allégation utilisée ne doit pas laisser entendre que le produit présente d'autres qualités écologiques si tel n'est pas le cas. Ainsi, par exemple, un produit qui bien que permettant au consommateur de réaliser des économies et de contribuer de ce fait à réduire la pression sur les ressources naturelles, ne présente pas pour autant de qualités écologiques intrinsèques (c'est le cas d'un robinet qui permet de réduire le débit d'eau mais qui, dans sa composition, son mode de fabrication... ne présente pas d'autres qualités environnementales par rapport à l'offre conventionnelle).

L'utilisation du préfixe « éco » ne doit en aucun cas porter à confusion avec les dispositifs encadrés réglementairement, comme l'étiquette Énergie, l'indication des niveaux d'émissions de CO₂ des véhicules ou le diagnostic de performance énergétique des bâtiments. Les consommateurs ne doivent pas être amenés à penser que l'achat du produit considéré leur permet de bénéficier d'un avantage fiscal ou d'une prime gouvernementale si tel n'est pas le cas.

Le professionnel doit être en mesure d'apporter des éléments attestant que son produit permet effectivement de réaliser des économies d'énergie substantielles par rapport à un autre produit assurant une fonction équivalente (par exemple, des économies d'énergie dans le chauffage d'une maison).

Il existe des certifications effectuées par des organismes tiers indépendants qui attestent de la performance énergétique de certains produits. Ces démarches volontaires donnent une garantie supplémentaire au consommateur et permettent de justifier l'emploi d'allégations revendiquant le caractère écologique et économique d'un produit.

→ Qu'est-ce que l'éco-participation ou l'éco-contribution ?

Dans certains secteurs, les producteurs, les importateurs et les distributeurs ont l'obligation de financer tout ou partie des coûts de gestion liés au traitement de leurs produits usagés. Cette obligation concerne en France une vingtaine de filières, dont les emballages ménagers, les piles et accumulateurs, les déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE), les papiers graphiques, les véhicules, les textiles d'habillement, les médicaments...

Les coûts de collecte, de tri, de transport, de recyclage, de dépollution, de valorisation et, le cas échéant, d'élimination des produits ne sont donc plus supportés par les seules collectivités locales : c'est le principe de la responsabilité élargie du producteur (REP).

Si les producteurs peuvent décider d'assurer eux-mêmes la collecte et le traitement des déchets, dans la majorité des cas ils choisissent de transférer leur responsabilité en versant une éco-contribution à un organisme agréé par les pouvoirs publics. Cette éco-participation est le plus souvent intégrée dans le prix du produit. Elle peut faire l'objet d'un affichage indiquant sa valeur en euros, comme pour les équipements électriques et électroniques, ou être identifiée par un symbole comme le point vert figurant sur les emballages ménagers (voir *infra* le terme « recyclable »).

L'éco-contribution versée par les producteurs aux éco-organismes représente notamment une source de financement pour les collectivités territoriales (c'est le cas de la contribution versée pour le recyclage des emballages ménagers).

ÉCO-CONÇU

L'éco-conception désigne l'intégration de critères environnementaux dès la phase de conception d'un produit afin d'en améliorer la performance environnementale tout au long de son cycle de vie (de l'extraction des matières premières jusqu'à son élimination en tant que déchet).

Tous les impacts et aspects environnementaux pertinents liés à l'ensemble du cycle de vie du produit doivent avoir été pris en compte. Toute allégation d'éco-conception doit être explicitée.

Qu'est-ce qu'un produit éco-conçu ?

Définition

L'éco-conception est définie notamment dans une directive européenne (2009/125) comme : « *l'intégration des caractéristiques environnementales dans la conception du produit en vue d'en améliorer la performance environnementale tout au long de son cycle de vie* ».

L'entreprise doit être en mesure de fournir des éléments pertinents, significatifs, vérifiables et concrets démontrant qu'elle a mis en place une démarche d'éco-conception.

Des obligations d'éco-conception pour certains produits :

Certains produits consommateurs d'énergie sont soumis à des obligations visant à améliorer leur performance environnementale.

La directive européenne précitée et ses mesures d'exécution par catégorie de produits fixent ainsi des exigences d'éco-conception, qui s'appliquent notamment aux téléviseurs, aux réfrigérateurs, aux moteurs électriques, aux décodeurs numériques, aux lave-linge, aux lave-vaisselle...

Pour ces produits, l'allégation « éco-conçu » pourrait laisser croire au consommateur que le produit présente une performance environnementale particulière par rapport aux produits de la même catégorie. Or, tous ces produits sont soumis aux mêmes obligations d'éco-conception. C'est pourquoi l'allégation « éco-conçu » ne doit être utilisée que si l'entreprise va significativement au-delà de ces exigences réglementaires.

Quelles informations doit-on trouver sur le produit ?

- ✓ une définition de l'éco-conception (tirée de la directive 2009/125 ou de la norme ISO 14062 relative à l'éco-conception) ;
- ✓ des précisions sur ce qui est « éco-conçu » : le produit, un de ses composants ou l'emballage. À défaut de toute précision, ce qualificatif s'applique au produit tel qu'il est commercialisé, c'est-à-dire emballage compris ;
- ✓ les principales caractéristiques environnementales du produit et/ou de son emballage ;
- ✓ la nature et, si possible, l'ampleur des réductions des impacts environnementaux résultant de la mise en œuvre de la démarche d'éco-conception (outre l'emballage, ces informations peuvent figurer sur tout autre support approprié, comme un site Internet).

ÉCOLOGIQUE

Et les allégations de même nature, comme « *vert* », « *respectueux de l'environnement* »...

Ces allégations présentent un produit comme étant, dans sa globalité, c'est-à-dire pour l'ensemble de ses composantes, un produit de qualité au regard de la protection de l'environnement.

Seule une **réduction importante** des principaux **impacts environnementaux** du produit **tout au long de son cycle de vie** permet de justifier l'emploi de l'adjectif « *écologique* » et des allégations de même nature.

Dans tous les cas, ces termes et expressions doivent être relativisés afin de **ne pas laisser croire en l'innocuité du produit sur l'environnement**.

Des indications sur les principales caractéristiques environnementales du produit doivent figurer sur son emballage.

Qu'est-ce qu'une allégation environnementale globalisante ?

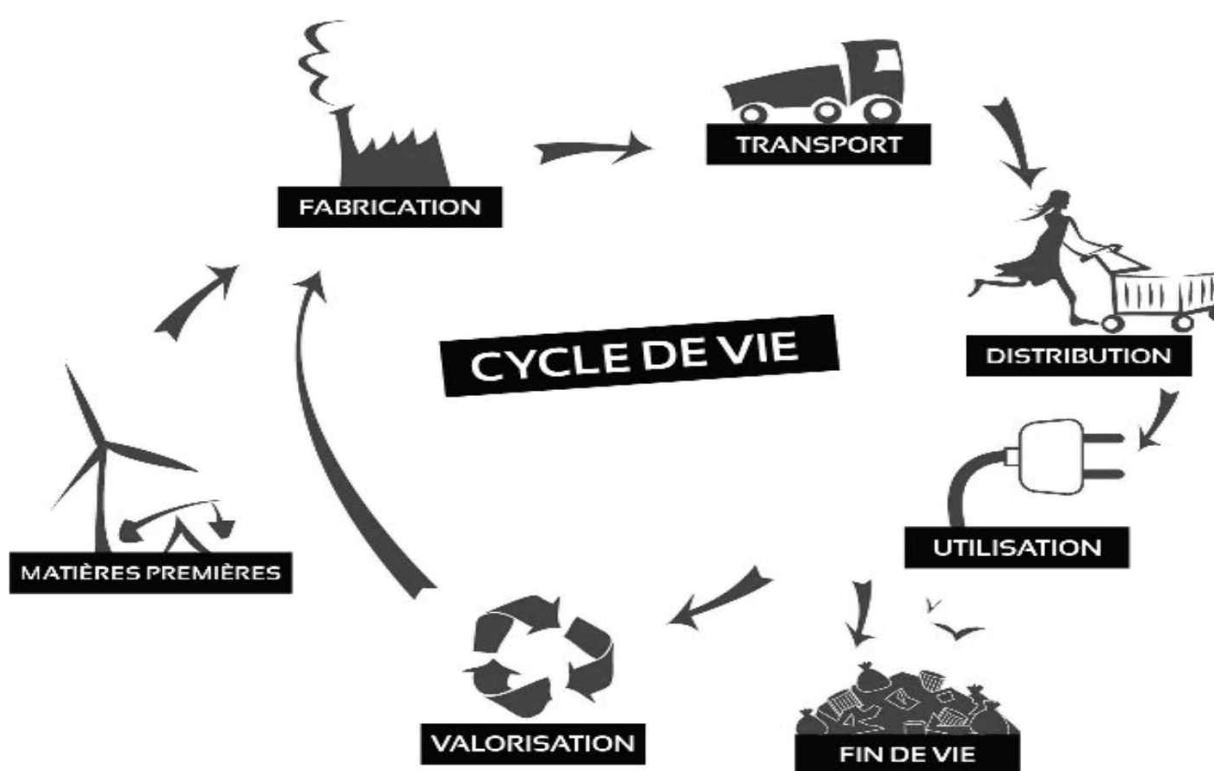
Des mentions telles que « *vert* », « *écologique* », « *respecte la nature* », « *protège l'environnement* »..., ainsi qu'un emballage « *verdi* », un logo ou une marque peuvent être considérés comme des allégations environnementales dites « *globalisantes* » : ces allégations ne renvoient pas à une caractéristique environnementale particulière (biodégradabilité, impact carbone, caractère recyclable...), mais suggèrent un bénéfice global pour l'environnement.

Pour bien comprendre la notion de cycle de vie

Un produit peut générer des impacts sur l'environnement à chaque étape de son cycle de vie. Ces impacts dépendent de la façon dont le produit a été fabriqué, de la (ou les) matière(s) première(s) utilisée(s), du ou des mode(s) de transport utilisé(s) pour acheminer le produit jusqu'à son lieu de vente, et de la manière dont il est utilisé, puis jeté.

Toutes les étapes du cycle de vie d'un produit ou d'un service doivent être prises en compte pour réduire son incidence globale sur l'environnement. Cette méthode permet en effet de s'assurer qu'il n'y pas eu transfert de pollution, autrement dit que l'amélioration d'un impact n'a pas conduit à la détérioration d'un autre impact du cycle de vie du produit. Ce serait le cas, par exemple, si l'utilisation d'une matière première – moins polluante lors de la fabrication du produit – entraînait en contrepartie une augmentation des émissions de gaz à effet de serre lors de son transport ou d'importants déchets en fin de vie. Le bilan global du produit pourrait dès lors s'avérer aussi mauvais (si ce n'est pire) qu'avant l'introduction de la nouvelle matière utilisée.

Tous les produits n'ont pas le même impact sur l'environnement. L'approche cycle de vie permet d'identifier les impacts les plus significatifs par type de produits.



Les différentes étapes du cycle de vie d'un produit.
Source : Ademe

À quelles conditions un produit peut-il se présenter comme « écologique » ?

Les principaux impacts environnementaux du produit doivent avoir été significativement réduits sur l'ensemble de son cycle de vie.

Cette exigence permet de garantir au consommateur qu'un produit dit « écologique », « vert » ou « respectueux de l'environnement », présente effectivement un avantage environnemental global et que l'ensemble de ses impacts ont été pris en compte et optimisés.

Ainsi, le produit doit répondre à l'ensemble des attentes du consommateur vis-à-vis d'un produit dit « écologique ». Pour les impacts les plus préoccupants pour l'environnement (ce peut être la pollution de l'air pour une peinture, la pollution de l'eau pour un détergent, la consommation d'eau pour la culture du coton, les émissions de gaz à effet de serre pour une viande...), une réduction substantielle de ceux-ci doit pouvoir être justifiée.

Attention ! : « Écologique » ne signifie pas inoffensif pour l'environnement

Un produit a toujours un impact sur l'environnement, même s'il est prouvé que cet effet a été très significativement réduit.

Aussi, n'utilisez pas une quantité supérieure de lessive ou de papier simplement parce qu'ils sont « écologiques ». De même, respectez les conditions d'emploi qui figurent sur l'emballage du produit !

En application de la réglementation, l'allégation « écologique » ne doit pas être utilisée sur des produits classés dangereux.

Il existe des démarches privées et volontaires d'entreprises dont la finalité est de garantir que les principaux impacts environnementaux d'un produit ont été réduits tout au long de son cycle de vie. Ces démarches peuvent faire l'objet d'un contrôle par un organisme indépendant, c'est le cas par exemple pour la marque de certification NF environnement.

Quelles informations doit-on trouver sur le produit ?

Les allégations comme « écologique », « vert », « meilleur pour la planète » sont par nature peu explicites.

Pour bien comprendre la signification et la portée de l'allégation, des indications complémentaires doivent figurer sur l'emballage du produit :

- ✓ une mention permettant de relativiser l'allégation, afin d'indiquer qu'il n'est question que d'une réduction des impacts environnementaux du produit et non d'affirmer que le produit n'aurait aucun impact sur l'environnement ou que ledit impact serait positif ;
- ✓ des explications sur les principales caractéristiques environnementales du produit (par exemple, une moindre pollution de l'eau, une faible teneur en sol-

vants, une consommation d'énergie réduite, des émissions de CO₂ limitées...), éventuellement complétées par tout autre moyen de communication approprié (comme un site Internet) ;

- ✓ des précisions sur ce qui est qualifié par l'allégation : l'emballage, le produit lui-même ou un de ses composants. Sans précision, l'allégation doit s'appliquer au produit dans sa globalité, c'est-à-dire emballage compris.

→ Connaissez-vous l'écolabel européen ?



Ce label, dont l'utilisation est encadrée par un règlement européen (règlement 66/2010), permet de distinguer les produits qui voient leurs impacts sur l'environnement réduits tout au long de leur cycle de vie.

Les référentiels par catégorie de produits sont élaborés et révisés par la Commission européenne en concertation avec les États membres de l'Union, les organisations de professionnels, les organisations de consommateurs et de défense de l'environnement.

26 catégories de produits sont concernées dans les secteurs de l'entretien et de l'hygiène, des appareils électriques, du textile, du bricolage, du jardinage, de la papèterie ou du tourisme. Ce dernier secteur compte d'ailleurs le plus grand nombre de titulaires du label écologique ; ce sont ainsi près de 400 hébergements touristiques et plus de 70 campings qui sont labellisés en Europe.

ÉCOTOXICITÉ RÉDUITE

Et les allégations de même nature : « écotoxicité minimale », « moins écotoxique »...

L'adjectif « Écotoxique » qualifie un produit, une substance ou un déchet qui présente un risque de pollution pour l'environnement. **Seule une réduction significative de l'écotoxicité d'un produit peut être revendiquée, à condition qu'elle soit fondée scientifiquement s'appuyant sur des tests reconnus.**

De quoi parle-t-on ?

La réduction de l'écotoxicité d'un produit renvoie à la réduction de la pollution causée par certaines de ses substances nocives sur l'environnement (pollution de l'air, des eaux, des sols).

Les produits d'entretien, de bricolage, de jardinage... peuvent contenir des substances actives présentant un risque d'écotoxicité.

La réduction de l'écotoxicité de ces produits peut ainsi présenter un bénéfice important pour l'environnement.

Une communication encadrée par la réglementation :

Les réglementations relatives à l'étiquetage des produits dangereux (le règlement CE 1272-2008, l'arrêté du 9 novembre 2004) excluent l'emploi de termes comme « non toxique », « non nocif », « non polluant », « écologique » ou de toute autre indication similaire sur l'emballage de ces produits. En effet, ces allégations tendent à présenter un produit comme ne comportant aucun danger et donc à minimiser les risques liés à son utilisation. Le consommateur pourrait ainsi être amené à prendre moins de précautions dans l'emploi de ce produit par rapport à un autre ne comportant pas de telles allégations.

La réglementation relative aux produits phytopharmaceutiques (article 66 du règlement CE 07/2009) précise que la publicité concernant ces produits ne doit pas comporter d'allégations « potentiellement trompeuses, sous forme de textes ou d'illustrations, sur les risques éventuels pour la santé humaine ou animale ou pour l'environnement ».

Conformément à ces réglementations, une allégation relative à une réduction de l'écotoxicité ne devrait pas être revendiquée pour des produits comme des herbicides, des insecticides ou des produits classés dangereux pour l'environnement.



À quelles conditions une réduction d'écotoxicité peut-elle être revendiquée pour un produit ?

- ✓ L'allégation doit faire référence à une réduction de l'écotoxicité (par exemple, une écotoxicité réduite, une écotoxicité minimale, une moindre écotoxicité...) et non à une absence d'écotoxicité. L'allégation « non écotoxique » pourrait en effet laisser à penser que le produit n'a aucun impact sur l'environnement ;
- ✓ Le professionnel doit être en mesure de présenter des résultats significatifs en termes de réduction de l'écotoxicité du produit. Cette réduction doit être significative au regard de seuils imposés par la réglementation. Les preuves fournies doivent être fondées sur des tests et méthodes scientifiquement reconnus.

→ Le saviez-vous ?

Certains produits présentant un risque pour la santé et/ou l'environnement sont soumis à un étiquetage obligatoire informant le consommateur sur la nature de ce risque et les précautions à prendre lors de l'utilisation du produit. Ce sont les pictogrammes de danger, les descriptifs de risque et les conseils de prudence que vous pouvez retrouver sur certaines étiquettes.

À noter : Aux actuels pictogrammes de danger sur fond orange se substitueront progressivement de nouveaux symboles noirs sur fond blanc, dans un losange rouge.

| Symbole | Signification | Nouveau symbole |
|---|--|---|
|  | Les produits porteurs de ce pictogramme peuvent avoir des effets néfastes sur l'environnement, en particulier sur les organismes vivant dans le milieu aquatique : poissons, crustacés, algues et autres plantes aquatiques. |  |

EXPRESSION D'UNE CONFORMITÉ À LA RÉGLEMENTATION

De quoi s'agit-il ?

Certains professionnels peuvent mettre en avant des caractéristiques qui sont en réalité imposées par la réglementation, et donc communes à tous les produits de la même catégorie.

Exemple :

Depuis le 1^{er} janvier 2010, les peintures et les vernis sont soumis à de nouveaux seuils d'émissions de composés organiques volatils (COV). Le respect de ces seuils, fixés par une directive européenne, est une obligation réglementaire. Des allégations de type « conforme COV 2010 », « conforme à la norme 2010 sur la limitation des COV », « faible teneur en solvant (COV 2010) » reviennent donc à faire état d'une conformité à la réglementation.

Elle peut induire le consommateur en erreur en lui laissant croire que le produit présente des caractéristiques distinctes des produits similaires.

À quelles conditions une telle allégation peut-elle être utilisée ?

La caractéristique mise en avant par le professionnel est en réalité le respect d'une exigence réglementaire : elle ne doit pas constituer l'argument de vente principal du produit mais apporter une information complémentaire.

Toute allégation de ce type doit donc être accompagnée de la mention : « conformément à la réglementation en vigueur », comme :

- ✓ Réduction des émissions de composés organiques volatils, conformément à la réglementation en vigueur.
- ✓ Teneurs réduites en composés organiques volatils, conformément à la réglementation en vigueur.

Toute autre expression qui ne serait pas strictement équivalente est susceptible d'être mensongère. Par exemple, l'allégation « Conforme à la directive 2004/42 relative à la réduction des émissions de composés organiques volatils » peut induire le consommateur en erreur en lui laissant croire que le fabricant a soumis son produit à une réglementation plus contraignante que celle qui lui est normalement applicable.

À noter : La réglementation sur la réduction des émissions de COV impose que le fabricant mentionne sur l'étiquette du produit les informations suivantes : la catégorie de produit, sa teneur réglementaire limite en COV et la teneur maximale en COV du produit commercialisé.

NATUREL (pour les produits non alimentaires)

L'adjectif « naturel » ne devrait être utilisé que pour un **produit peu transformé, proche de son état d'origine.**

Un **produit** ne devrait être qualifié de *naturel* que **s'il contient au moins 95 % de composants naturels.**

À défaut de précision, le pourcentage et la nature des composants naturels devraient être indiqués.

Que signifie « naturel » ?

Tout produit ou composant peut trouver son origine dans la nature. C'est pourquoi l'emploi du terme « naturel » doit être défini afin qu'il n'induisse pas en erreur.

L'allégation « naturel » doit permettre de différencier un produit proche de son état d'origine d'un produit qui aurait subi des transformations plus profondes.

Le règlement REACH (Règlement (CE) 1907/2006 du 18 décembre 2006 concernant l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques, ainsi que les restrictions applicables à ces substances) donne la définition suivante d'une substance naturelle :

« Substances présentes dans la "nature" : une substance naturelle, telle quelle, non traitée ou traitée uniquement par des moyens manuels, mécaniques ou gravitationnels, par dissolution dans l'eau, par flottation, par extraction par l'eau, par distillation à la vapeur ou par chauffage uniquement pour éliminer l'eau ou qui est extraite de l'air par un quelconque moyen ».

Le terme « naturel » n'est pas synonyme de végétal ou d'inoffensif

C'est un examen au cas par cas de la nature des produits et des traitements subis qui doit amener à déterminer si un produit peut alléguer de son caractère naturel.

L'entreprise ne doit pas laisser entendre que le produit est meilleur pour l'environnement sans être en mesure de le démontrer.

Elle ne doit pas minimiser le risque pour la santé et l'environnement d'un produit qui serait classé parmi les substances et préparations dangereuses, et ce, en dépit de son origine naturelle.

Quelles informations doit-on trouver sur le produit ?

- ✓ la liste des composants naturels du produit ;
- ✓ le pourcentage de ces composants naturels dans le produit fini.

Si le produit est qualifié de naturel (par exemple, une peinture naturelle), il doit contenir au minimum 95 % de composants naturels.

En dessous de ce seuil de 95 %, seuls les composants peuvent être qualifiés de naturels (par exemple, une peinture à base d'huile végétale naturelle).




L'entreprise doit pouvoir justifier de la nature et du pourcentage des substances naturelles composant le produit.

Il existe des démarches privées et volontaires qui prévoient l'incorporation d'ingrédients naturels dans le produit. Ces démarches peuvent faire l'objet d'un contrôle par un organisme indépendant.

RECYCLABLE

Le consommateur doit savoir sans hésitation s'il peut jeter le produit ou son emballage dans sa poubelle de recyclage ou le déposer dans un centre de tri sélectif. Si un symbole est utilisé, ce doit être l'anneau de Moebius. À ne pas confondre avec le point vert, qui est le symbole de la contribution obligatoire des entreprises à la valorisation des emballages ménagers.

Ne pas confondre

| L'anneau de Moebius | Le point vert |
|--|---|
| <p>Recyclable</p>  <p>signifie : « ce produit ou cet emballage est recyclable* »</p> |  <p>Signifie : « contribution financière au programme français de valorisation des emballages ».</p> <p>Contribuer ou pourvoir à l'élimination de leurs déchets d'emballage est une obligation légale pour les entreprises qui découle des articles R. 543-56 et suivants du Code de l'environnement. Pour ce faire, ces entreprises peuvent alors recourir à un organisme agréé par les pouvoirs publics (Eco-Emballage, Adelphe).</p> <p>Le point vert ne signifie donc pas « emballage recyclable ». Il figure sur 95 % des emballages qu'ils soient ou non recyclables.</p> |
| <p>Recyclé</p>  <p>signifie : « ce produit ou cet emballage contient 20 % de matières recyclées »</p> | |

* Le produit sera effectivement recyclé si les consignes de tri sont strictement respectées.

Pour mieux trier, on doit trouver ces indications sur le produit :

- ✓ ce qui est recyclable : l'emballage, le produit ou, pour les produits complexes (comme les ordinateurs), la proportion de matériaux recyclables. Sans précision, le terme vise le produit tel qu'il est distribué (emballage compris) ;
- ✓ les conditions dans lesquelles le produit et/ou son emballage peuvent être recyclés (par exemple, pour une lampe recyclable, il est nécessaire de rapporter le produit en magasin ou dans une déchèterie). Sans précision, le produit ou/et son emballage peuvent être jetés dans une poubelle de recyclage ou déposé dans un centre de tri collectif.

À quelles conditions peut-on dire qu'un produit est recyclable ?

- ✓ les matières utilisées doivent pouvoir faire l'objet d'un recyclage effectif dans les filières de collecte organisées en France ;
- ✓ l'état des techniques industrielles doit permettre l'extraction du produit ou du composant en vue de son recyclage effectif.

Les emballages recyclables

Une grande partie des emballages (cartons, papier, briques alimentaires, boîtes métalliques, bouteilles et flacons en plastique, verre) est recyclable.

Quelques exceptions néanmoins : Ne sont pas recyclables les plastiques légers comme les films d'emballage,

les sacs plastiques, les barquettes, les pots de yaourt, les boîtes d'œufs en plastique, les produits trop petits...

Attention : les emballages à recycler ne doivent pas être enfermés dans un sac plastique : sinon, ils ne seront pas recyclés !

Ainsi, pour beaucoup d'emballages, le caractère « recyclable » n'est pas un élément de distinction, mais une caractéristique commune à tous les emballages de la même famille (ainsi, toutes les bouteilles d'eau en plastique sont recyclables). Dans ces cas, le terme « recyclable » ne doit donc pas être utilisé pour valoriser le produit, mais simplement en tant que consigne de tri donnée au consommateur.

→ Pour aller plus loin

En 2008, près de 43 % de la production industrielle de métaux (aluminium, cuivre, plomb et zinc), de papier et carton, de verre et de matières plastiques ont reposé sur l'utilisation de matières premières issues du recyclage. Toujours en 2008, ce sont près de 283 500 tonnes de déchets électriques et électroniques qui ont été produites par les ménages, pour 273 000 tonnes traitées (dont 80 % ont fait l'objet d'un recyclage).

Source : Ademe

La loi n°2009-967 du 3 août 2009 relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'Environnement fixe comme objectif de faire passer le taux des déchets orientés vers le recyclage de 24 % en 2004 à 45 % en 2015. Ce taux a été porté, dès 2012, à 75 % pour les déchets d'emballages ménagers.

RENOUVELABLE

L'allégation « renouvelable » est utilisée **pour désigner une ressource qui, par opposition à une ressource épuisable, peut se renouveler continuellement.**

Ce terme peut désigner l'énergie qui a servi à fabriquer un produit, l'énergie renouvelable fournie à un consommateur ou une matière première d'origine renouvelable entrant dans la composition d'un produit.

→ Les énergies renouvelables

Les énergies renouvelables sont des énergies primaires inépuisables sur le très long terme, car issues directement de phénomènes naturels, réguliers ou constants, liés à l'énergie du soleil, de la terre ou de la gravitation. Les énergies renouvelables sont également plus « propres » (elles génèrent moins d'émissions de CO₂, sont moins polluantes...) que les énergies d'origine fossile (pétrole, gaz...).

Les principales énergies renouvelables sont :

- ✓ L'énergie hydroélectrique (tirée de la force motrice des cours d'eau, des chutes d'eau)
- ✓ L'énergie éolienne (force du vent)
- ✓ L'énergie de la biomasse (issue de la combustion ou de la transformation de matières organiques)
- ✓ L'énergie solaire (rayonnement solaire)
- ✓ La géothermie (exploitation de la chaleur contenue dans le sous-sol)
- ✓ Les énergies marines (éolien marin, exploitation de la force des courants marins, des marées, des vagues...)

Ces énergies peuvent servir à produire de l'électricité, de la chaleur ou du carburant.

L'Union européenne a fixé, en 2008, l'objectif qu'en 2020, 20 % de l'énergie consommée soit produite à partir d'énergies renouvelables.

Quelques chiffres :

La chaleur (chauffage de bâtiments, eau chaude sanitaire, chaleur industrielle et chaleur de cuisson) représente, chaque année, près de la moitié de l'énergie consommée en France. À l'heure actuelle, seulement 13 % de cette chaleur proviennent d'énergies renouvelables.

En 2009, l'hydroélectricité représentait 90 % de l'électricité produite en France à partir d'une source d'énergie renouvelable et près de 12 % de l'ensemble de la production d'électricité.

L'utilisation d'énergies renouvelable dans la fabrication d'un produit

(ex : « fabriqué à partir d'énergies d'origine renouvelable », « la moitié de l'énergie utilisée dans nos usines provient de panneaux solaires »)

L'allégation doit être suffisamment explicite pour que le consommateur comprenne bien qu'il s'agit de l'énergie ayant servi à la fabrication du produit. Cette précision doit notamment permettre d'éviter que le consommateur confonde cette énergie nécessaire à la fabrication avec celle nécessaire à l'utilisation du produit.

Le consommateur doit connaître :

- ✓ la nature de l'énergie utilisée (photovoltaïque, solaire-thermique, éolien, hydraulique, biomasse, géothermie...), si celle-ci est connue
- ✓ la proportion globale d'énergie renouvelable utilisée dans le processus d'élaboration du produit.

Le professionnel doit être en mesure d'apporter des éléments permettant de garantir l'utilisation effective d'énergies renouvelables dans le processus d'élaboration du produit (par exemple, la souscription d'un contrat de fourniture d'électricité « verte »).

Si une entreprise souhaite mettre en avant, sur son produit, le fait qu'elle utilise des énergies renouvelables, il faut que la proportion de ces énergies utilisées dans le processus d'élaboration du produit soit significative.

La fourniture d'énergie renouvelable au consommateur

(par exemple, une offre « d'électricité 100 % verte », une offre « d'électricité d'origine renouvelable »...)

Qu'est ce qu'une offre de fourniture d'électricité « verte » ?

La fourniture d'électricité d'origine renouvelable peut être présentée comme une offre d'« électricité verte ».

Le fournisseur doit prouver que de l'électricité d'origine renouvelable est injectée sur le réseau électrique en quantité équivalente à la consommation des clients ayant souscrit à l'offre « verte ».

Deux types d'offres de fourniture d'électricité verte peuvent exister :

- ✓ les offres dans le cadre desquelles le fournisseur achète ou produit de l'électricité d'origine renouvelable et vend cette électricité à ses clients ;
- ✓ les offres dans le cadre desquelles le fournisseur achète des « certificats verts » qui attestent que de l'énergie d'origine renouvelable a été injectée dans le réseau.

Un **certificat vert** est une attestation de production d'électricité délivrée par un institut privé à l'exploitant d'une centrale produisant des énergies renouvelables. Le fournisseur d'énergie achète alors des certificats (correspondant à un nombre de mégawatts/heure produits) aux producteurs d'énergies renouvelables. Grâce à ces certificats, un opérateur va pouvoir prouver qu'une quantité d'électricité renouvelable, correspondant à ce que le client a consommé, a bien été injectée dans le réseau.

Souscrire un contrat d'électricité verte ne signifie donc pas que l'on consomme directement des énergies d'origine renouvelable.

En effet, il est physiquement impossible de déterminer la provenance de l'électricité livrée à un client. C'est la même électricité qui est livrée à tous les clients raccordés au réseau électrique français, quels que soient le fournisseur et le type d'offres. L'électricité consommée en tout point du réseau métropolitain présente donc le même pourcentage d'électricité « verte », laquelle correspond à la part d'électricité « verte » produite en France, soit près de 14 % en 2008.

Les fournisseurs doivent donc expliquer clairement au consommateur en quoi consistent les offres d'énergie renouvelable et décrire les mécanismes de celles-ci.

Le consommateur doit connaître la nature et la proportion globale d'énergie renouvelable contenue dans l'offre d'énergie proposée. Sans précision, 100 % de l'énergie doit être d'origine renouvelable.

Il ne faut pas confondre les offres de fourniture d'électricité « verte » avec les offres de production d'électricité « verte ». Ces dernières visent à permettre au consommateur, de devenir producteur d'électricité à partir, par exemple, d'une petite éolienne ou de panneaux solaires photovoltaïques installés chez lui, et de revendre l'électricité ainsi produite à un fournisseur.

Matières premières d'origine renouvelable

De quoi parle-t-on ?

Une matière première d'origine renouvelable peut se définir comme une matière issue du monde animal ou du monde végétal et dont le renouvellement, avec ou sans intervention de l'homme, compense quantitativement et qualitativement la disparition naturelle de celle-ci et les prélèvements opérés par l'homme.

Les matières premières d'origine renouvelable sont notamment utilisées comme substituts aux dérivés du pétrole dans les secteurs de la chimie (huiles pour moteurs, encres d'imprimerie, produits cosmétiques et de nettoyage), des matériaux (emballage, isolation), de l'énergie (biocarburants)...

Quelles informations doivent figurer sur le produit ?

- ✓ Ce qui est composé de matière renouvelable : l'emballage ou le produit. Sans précision, le terme « renouvelable » vise le couple produit/emballage ;
- ✓ La nature de la matière renouvelable utilisée et sa proportion dans le produit fini ou l'emballage (par exemple, un sac plastique composé à 80 % d'amidon de maïs) ;

L'introduction d'une matière première d'origine renouvelable dans un produit doit présenter un avantage environnemental par rapport aux produits de la même famille. Lorsque cette caractéristique ne distingue pas le produit (ou l'emballage) d'autres produits similaires, ce terme ne doit pas être utilisé comme une allégation environnementale. Ainsi, présenter une chaussure en insistant sur le fait que celle-ci est fabriquée en « cuir renouvelable » est une allégation qui en elle-même ne fait pas sens du fait que le cuir est par nature une matière renouvelable.

L'allégation ne doit pas induire le consommateur en erreur en assimilant de manière abusive l'origine renouvelable de la matière première à une absence d'impacts sur l'environnement.

RESPONSABLE

Le terme « responsable » exprime un véritable engagement de la part d'une organisation ou d'une entreprise dans l'adoption d'un **comportement éthique et transparent** qui contribue au développement durable, à la santé et au bien-être de la société.

Cette allégation doit se traduire par des actions concrètes et mesurables.

Compte tenu de la portée très large de ce terme, des explications sur la démarche de l'entreprise doivent figurer sur l'emballage du produit.

Une entreprise qui se prévaut d'une démarche responsable doit intégrer, dans chacune de ses décisions et de ses actions, des préoccupations d'ordre social et environnemental. Elle doit contribuer au développement durable dans ses interactions avec l'ensemble de la société (État, citoyens, consommateurs, partenaires économiques, salariés...).

Ce qu'il faut savoir :

- ✓ l'allégation « responsable » peut concerner une entreprise, une organisation, un mode de production, une démarche, mais en aucun cas un produit ;
- ✓ il s'agit d'une démarche de progrès : le terme « responsable » doit être relativisé (« engagée dans une démarche... ») ;
- ✓ l'entreprise doit indiquer, sur l'emballage, les principales caractéristiques de sa démarche, en complétant, le cas échéant, ses explications par tout autre moyen approprié (site Internet).

À la lecture de l'étiquette, le consommateur doit avoir une première idée de la portée de la démarche de l'entreprise.

L'entreprise ou l'organisation doit justifier son action

- ✓ par des éléments concrets, mesurables, vérifiables et significatifs dans les domaines social et environnemental (par exemple, en termes d'éco-conception, de limitation de l'utilisation de substances polluantes, de réduction des émissions de gaz à effet de serre, de gestion maîtrisée des ressources naturelles, de l'énergie, des déchets...).

Elle peut alors faire appel à un organisme indépendant pour contrôler certains aspects de sa démarche.

→ Pour aller plus loin

Le concept de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est défini par la Commission européenne dans les termes suivants :

« L'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises dans leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes. Être socialement responsable signifie non seulement de satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aussi d'aller au-delà en investissant "davantage" dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes ».

SANS « SUBSTANCE X », pour les produits non alimentaires

Cette allégation permet au produit de se distinguer dans sa catégorie.

Ce type d'allégation est souvent utilisé pour assurer le consommateur de l'absence d'une substance identifiée par lui comme susceptible de présenter un danger ou un risque pour sa santé ou l'environnement.

Elle ne doit pas constituer l'argument de vente principal du produit, elle doit seulement apporter au consommateur une information complémentaire.

Mais la prudence est de mise, car ces allégations peuvent tendre à dénigrer certaines substances sans pour autant que la solution de remplacement mise en place présente systématiquement un avantage pour l'environnement ou la santé.

« Sans substance X » ne doit pas être employé lorsque :

- ✓ La substance X n'est plus utilisée ou n'a jamais été utilisée par une entreprise dans la famille de produit concernée.

Par exemple, l'utilisation de la mention « sans mercure » pour un détergent.

- ✓ La substance X est interdite par la réglementation pour la famille de produit concernée.

Par exemple, l'utilisation de la mention « sans phosphates » pour une lessive.