

Greenwashing : nouvelle directive de la Commission pour protéger le consommateur

06 avril 2023

La Commission européenne a publié récemment une nouvelle proposition de loi dans le cadre de la lutte contre le greenwashing. Elle exige plus de clarté pour le consommateur et l'assurance qu'un produit commercialisé et labellisé comme étant 'écologique' le soit réellement.

La définition du greenwashing et les problèmes qu'il pose actuellement

On entend souvent parler du terme de 'greenwashing' mais que signifie-t-il exactement ? On parle de greenwashing ou d'écoblanchiment lorsqu'une entreprise commercialise ses produits ou services en les présentant comme étant 'écologiques', 'verts' ou 'soucieux de l'environnement' sans être en mesure de le prouver.

Il s'agit donc d'une forme de tromperie car les entreprises capitalisent sur le fait que les consommateurs optent de plus en plus pour des alternatives écologiques et sont parfois prêts à payer un peu plus cher pour les obtenir. Le greenwashing est déjà interdit car il s'agit d'une pratique commerciale déloyale, mais les règles actuelles sont insuffisantes.

Plus de 50 % des allégations écologiques sont fausses ou trompeuses selon des études

Aujourd'hui, certains ecolabels présents sur le marché européen sont trompeurs ou encore trop peu fiables. Les recherches de la Commission européenne à ce sujet montrent que plus de la moitié des allégations environnementales sont trop vagues, non prouvées ou carrément trompeuses. Et ce, à une époque où de plus en plus de consommateurs s'efforcent de réduire leur empreinte écologique.

Il est donc clair que les règles actuelles sont insuffisantes pour protéger les consommateurs contre cette pratique commerciale déloyale.

Nouvelles lignes directrices de la Commission Européenne contre le greenwashing

La nouvelle législation devrait garantir :

- Que toutes les allégations environnementales soient prouvées avec respect des mêmes normes internationales.
- Que toutes ces allégations soient régulièrement contrôlées par les autorités nationales et que ces informations soient également rendues publiques.
- Que les entreprises qui induisent les consommateurs en erreur doivent s'attendre à des amendes.

Il est trop tôt pour juger de la nouvelle législation et de son efficacité, mais il est clair qu'il faut aller plus loin dans la lutte contre l'écoblanchiment. Il faudra probablement attendre un certain temps avant que les nouvelles règles n'entrent en vigueur.

Autres types d'allégations : des règles similaires sont nécessaires

'Social washing' : pourquoi une réglementation est nécessaire

Outre l'écoblanchiment, il existe une autre forme similaire de tromperie appelée 'social washing'. Il s'agit d'une pratique par laquelle une entreprise trompe les consommateurs en se donnant une fausse image de responsabilité sociale. Par exemple en affirmant qu'un produit ou un service particulier est 'exempt d'esclavage', alors qu'en réalité ce n'est pas tout à fait vrai.

Les affirmations relatives aux droits de l'homme, à la confidentialité des données ou aux conditions de travail peuvent également constituer une forme de 'social washing' si celles-ci ne sont pas suffisamment étayées.

Le 'social washing' est également une pratique commerciale déloyale et doit donc, par principe, être combattu. Instaurer des règles plus strictes et cohérentes en la matière est nécessaire.

[Greenwashing : qu'est-ce que c'est et pourquoi cela reste-t-il un problème ? - Testachats \(test-achats.be\)](#)

Allégations vertes

De nouveaux critères pour empêcher les entreprises de faire des allégations trompeuses sur les mérites environnementaux de leurs produits et services.

Aperçu

Aujourd'hui, il est difficile pour les consommateurs de s'y retrouver parmi les nombreux labels sur la performance environnementale des produits (biens et services) et des entreprises.

Certaines allégations environnementales ne sont pas fiables et la confiance des consommateurs est extrêmement faible. Les consommateurs peuvent être induits en erreur et les entreprises peuvent donner une fausse idée de leurs impacts ou avantages environnementaux — une pratique connue sous le nom de greenwashing.

En proposant une nouvelle loi sur les allégations vertes, l'UE prend des mesures pour lutter contre l'écoblanchiment et protéger les consommateurs et l'environnement.

Veiller à ce que les labels et les allégations environnementales soient crédibles et dignes de confiance permettra aux consommateurs de prendre des décisions d'achat mieux éclairées. Elle stimulera également la compétitivité des entreprises qui s'efforcent d'accroître la durabilité environnementale de leurs produits et de leurs activités.

- 53 % des allégations 'vertes' donnent des informations vagues, trompeuses ou infondées
- 40 % des allégations n'ont pas d'éléments de preuve à l'appui
- La moitié des labels verts offrent une vérification faible ou inexistante
- Il existe 230 labels de durabilité et 100 labels d'énergie verte dans l'UE, avec des niveaux de transparence très différents.

Objectifs

La proposition sur les allégations vertes vise à :

- rendre les allégations vertes fiables, comparables et vérifiables dans l'ensemble de l'UE
- protéger les consommateurs contre l'écoblanchiment
- contribuer à la création d'une économie européenne circulaire et verte en permettant aux consommateurs de prendre des décisions d'achat éclairées
- contribuer à l'établissement de conditions de concurrence équitables en matière de performance environnementale des produits

Loi

En mars 2023, la Commission a adopté une proposition de directive sur les allégations vertes. Cette proposition complète et rend plus opérationnelle la proposition de directive sur la responsabilisation des consommateurs dans la transition verte.

Mesures clés

Afin de garantir que les consommateurs reçoivent des informations environnementales fiables, comparables et vérifiables sur les produits, la proposition comprend :

- des critères clairs sur la manière dont les entreprises doivent prouver leurs allégations et labels environnementaux
- des exigences relatives à ces allégations et labels qui doivent être vérifiés par un vérificateur indépendant et accrédité
- de nouvelles règles en matière de gouvernance des systèmes de labellisation environnemental afin de garantir qu'ils sont solides, transparents et fiables

La proposition vise des **allégations explicites** qui

- sont faites sur une base volontaire par les entreprises vis-à-vis des consommateurs,
- couvrent les impacts environnementaux, les aspects ou les performances d'un produit ou du professionnel lui-même,
- ne sont pas actuellement couverts par d'autres règles de l'UE

Voici quelques exemples d'allégations vertes :

'Emballages en plastique recyclé à 30 %'

'L'empreinte environnementale de l'entreprise a diminué de 20 % depuis 2015'

'Les émissions de CO2 liées à ce produit ont diminué de moitié par rapport à 2020'

Chronologie

Mars 2022

La Commission adopte une proposition de directive visant à donner aux consommateurs les moyens d'agir en faveur de la transition écologique

La proposition vise à garantir aux consommateurs des informations adéquates sur la durabilité et la réparabilité des produits avant d'acheter un produit. Elle renforcera la protection des consommateurs contre les allégations environnementales non fiables ou fausses.

Mars 2023

La Commission adopte une proposition de directive sur les allégations vertes.

La proposition exige des entreprises qu'elles justifient les allégations qu'elles font au sujet des aspects environnementaux ou de la performance de leurs produits et organisations en utilisant des méthodes solides, scientifiques et vérifiables.

Politiques connexes

Dans le cadre du pacte vert pour l'Europe, l'une des actions du plan d'action en faveur de l'économie circulaire consiste à proposer aux entreprises d'étayer leurs allégations environnementales à l'aide de méthodes solides, scientifiques et vérifiables.

La proposition de revendications vertes est étroitement liée à d'autres politiques de l'UE

- donner aux consommateurs les moyens d'agir pour la transition écologique
- écoconception pour des produits durables

- la stratégie «De la ferme à la table» et le cadre législatif connexe pour des systèmes alimentaires durables

Toutes ces initiatives visent à établir un cadre politique cohérent pour aider l'UE à faire des biens, des services et des modèles d'entreprise durables la norme et à transformer les modes de consommation dans une direction plus durable. Elles visent à réduire considérablement l'empreinte environnementale des produits consommés dans l'UE et contribuent à l'objectif général de neutralité climatique de l'UE d'ici à 2050.

Voir aussi plus d'informations sur les méthodes d'empreintes environnementales.

Labels et schémas existants

- Label écologique de l'UE — label officiel volontaire de l'UE pour l'excellence environnementale des produits
- EMAS — le système officiel de management environnemental et d'audit de l'UE, afin d'améliorer les performances environnementales des entreprises

[Green claims \(europa.eu\)](https://europa.eu)

Comprendre l'indice de réparabilité en cinq points

Anaëlle Lucina

23 Mars 2022

Cette année, les consommateurs belges pourront bénéficier d'un nouvel indicateur informatif à l'achat de certains appareils électroniques. Explications.

La mise en place d'un indice de réparabilité en Belgique est l'une des mesures phares du plan d'action 2021-2024. Présenté par le gouvernement fédéral en décembre dernier, il promeut l'économie circulaire.

Ce plan fédéral belge pour une économie durable va de pair avec la résolution sur le droit à la réparation votée par le Parlement européen en 2020, approuvée par le Conseil et mise à l'agenda par la Commission. Il comprend 25 mesures organisées autour de 6 objectifs. Les différentes mesures prônent le recyclage, la réparation, la lutte contre l'obsolescence programmée et à l'encadrement des allégations environnementales. L'objectif ? Lutter contre le greenwashing.

Une inspiration française

Le mode de fonctionnement de cet outil s'inspire directement de l'indice de réparabilité développé en France.

À savoir que nos voisins utilisent déjà cet indicateur depuis le 1er janvier 2021. Son objectif est de lutter contre l'obsolescence en informant le consommateur sur le caractère réparable ou non d'un produit au moment de l'achat. Et, par la même occasion, allonger la durée de vie de l'appareil et sa période d'utilisation.

Les produits concernés

Chez nos voisins français, l'indice de réparabilité est obligatoire pour cinq produits. À savoir, les lave-linges à hublot, les smartphones, les ordinateurs portables, les téléviseurs et les tondeuses à gazon électrique. À terme, il devrait s'étendre à d'autres catégories de produits.

Dans le plat pays, les appareils concernés devraient être les mêmes. La liste devrait s'élargir progressivement, et englober d'autres objets tels que les vélos.

Un score basé sur 5 critères

Le score de l'indice est calculé selon 5 critères. À partir de cette analyse, il propose une note sur 10, assortie d'un code couleur.

Voici les cinq critères de détermination :

- la durée de disponibilité de la documentation technique
- la facilité de démontage et les outils nécessaires pour y parvenir
- la durée de disponibilité des pièces détachées
- le prix des pièces détachées rapporté au prix du produit neuf

- les critères spécifiques tel que le score déterminé par des sous-critères propres à la catégorie de produits concernée. Par exemple la possibilité de réinitialisation logicielle pour des smartphones et ordinateurs portables.

L'alternative Ifixit

Le site ecoconso.be rappelle que, lors de l'achat d'un smartphone, d'une tablette ou d'un ordinateur portable, il est également possible de se rendre sur le site ifixit.com. Ce dernier propose son propre indice de réparabilité, attribué après démontage complet des appareils. Il va également de 1 à 10, sans décimale.

Sur Ifixit, les internautes peuvent aussi trouver des multiples tutoriels vidéos. Ceux-ci expliquent comment faire une réparation soi-même.

[Comprendre l'indice de réparabilité en cinq points - Geeko \(lesoir.be\)](#)