



**MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bilan de la première grande enquête de la DGCCRF sur l'écoblanchiment des produits non-alimentaires et des services : un quart d'anomalies et de nombreuses suites

Paris, le 25/05/2023

La lutte contre l'écoblanchiment est essentielle pour accompagner la transformation des modes de consommation et assurer la confiance des consommateurs dans la transition écologique. En 2021 et 2022, la DGCCRF a ainsi mené une enquête d'une ampleur inédite, dédiée au contrôle des allégations environnementales utilisées pour valoriser les produits non-alimentaires et les services. Au total, sur les 1100 établissements contrôlés, un sur quatre était en anomalie. Pour mettre fin aux pratiques commerciales d'écoblanchiment des produits ou services contrôlés, les enquêteurs de la DGCCRF ont ainsi dressé 141 avertissements, 114 injonctions et 18 procès-verbaux pénaux ou administratifs.

L'intérêt des consommateurs pour une consommation plus responsable ne cesse de croître : près de 3 Français sur 4 affirment changer leurs pratiques au quotidien pour réduire l'impact de leur consommation¹, et une proportion similaire demande pour ce faire une meilleure information sur l'impact environnemental et social des produits qu'ils achètent².

Dans ce contexte, les professionnels communiquent de plus en plus sur les propriétés de durabilité, de responsabilité et de respect de l'environnement des produits ou services qu'ils commercialisent. Toutefois, il convient de s'assurer que ces allégations ne trompent pas le consommateur, reposent sur la réalité du mode de fabrication et s'inscrivent dans une démarche de transition écologique.

Ainsi, en 2021 et 2022, la DGCCRF a mené des contrôles portant sur la loyauté des allégations environnementales utilisées pour valoriser les produits non-alimentaires et les services, ainsi que sur la loyauté des labels présentés comme écologiques. Les enquêteurs ont contrôlé sur tous types de support (emballage, étiquette, site internet, réseaux sociaux, catalogue, vitrine, publicité en magasin...) les allégations environnementales de produits divers comme les cosmétiques, les textiles, les produits d'ameublement, les jouets, les emballages de denrées alimentaires, mais également de prestations de service comme l'hôtellerie ou la blanchisserie.

Sur les 1100 établissements contrôlés, un quart des établissements présentaient des anomalies. Ces anomalies correspondaient à la mise en avant d'allégations globalisantes, non justifiées, imprécises,

¹ GreenFlex/ADEME, Baromètre de la consommation responsable, octobre 2022.

² Le guide de la communication responsable, ADEME, 2022

ambiguës ou même contraires aux dispositions légales. De nombreuses allégations étaient susceptibles de tromper le consommateur, voire contraires à la réglementation spécifique à certains produits.

Des allégations environnementales très variées relevées par les services d'enquête de la DGCCRF

- Les allégations environnementales globalisantes

Une très grande proportion des allégations rencontrées était « globalisante », c'est-à-dire ne renvoyait pas à un impact environnemental particulier mais suggérait plutôt un bénéfice global pour l'environnement : par exemple « *respectueux de l'environnement* », « *écologique* » ou « *éco-responsable* ». Or ces allégations sont présumées trompeuses pour les consommateurs si les professionnels y recourant ne sont pas en mesure d'apporter les justifications nécessaires. La présentation comme « éco-responsable » de vaisselle en bois importée depuis l'Asie a été considérée comme globalisante et, de fait, susceptible d'induire le consommateur en erreur.

- Les allégations environnementales non justifiées

Il ressort également de cette enquête que certains professionnels apposent régulièrement des mentions valorisantes sans justification (provenance locale de leurs produits, contribution à une cause particulière ou réduction des déchets), dans le but de se démarquer de leurs concurrents. Les enquêteurs ont par exemple constaté :

- une allégation fautive sur un pot de miel avec la mention « *pour chaque pot vendu, un don est reversé à l'association (X) qui lutte pour la sauvegarde des abeilles* » alors qu'un seul don avait été fait par l'entreprise en 2016 ;
- une allégation insuffisamment justifiée concernant un modèle de pommeau de douche utilisé dans un hôtel « *permettant 30 ou 40 % d'économie d'eau* ».

- Les allégations environnementales imprécises ou ambiguës

Les enquêteurs ont également constaté des allégations imprécises ou ambiguës susceptibles d'induire en erreur le consommateur sur l'impact environnemental réel, comme :

- un tuyau d'arrosage avec la mention « *PVC recyclé* » sans préciser la quantité effective de matière recyclée incorporée dans le produit alors que c'est obligatoire ;
- des allégations sur la compostabilité d'emballages en matière plastique qui ne sont compostables que dans un contexte industriel, ce qui n'est pas autorisé.

De plus, l'usage de mentions du type « *100%* » ou « *zéro* » a été relevé pour des produits pour lesquels seul un aspect était concerné. Par exemple, l'utilisation de mentions « *matières premières qui respectent à 100% la nature* » ou « *zéro déchet* » sans préciser si cela faisait référence à la fabrication ou à l'utilisation du produit ont été considérées comme excessives.

- Les allégations environnementales contraires aux dispositions légales

L'enquête a révélé qu'un nombre important de professionnels apposait des allégations environnementales sur les étiquetages de produits biocides ou de cosmétiques. Il a par exemple été constaté la mention « *des produits encore plus respectueux de la planète* » et divers logos verts sur des produits chimiques alors que la réglementation européenne et nationale interdit ce type de mention pour ces produits.

Les suites aux manquements et infractions constatés

À la suite de ces contrôles, les professionnels ont, dans une très large majorité, procédé à une remise en conformité en modifiant ou en supprimant les allégations trompeuses. De même, les allégations ne pouvant être justifiées ont très souvent été retirées par les professionnels.

Au total, les enquêteurs de la DGCCRF ont dressé 141 avertissements, 114 injonctions et 18 procès-verbaux pénaux ou administratifs pour mettre fin aux pratiques trompeuses pour les consommateurs et selon leur gravité, les pratiques les plus graves faisant l'objet de procès-verbaux et d'une transmission à la justice.

Dans le contexte de transition écologique de l'économie et de l'intérêt croissant des consommateurs pour une consommation plus durable et des produits plus éco-responsables, la DGCCRF reste pleinement mobilisée dans la lutte contre l'écoblanchiment et renforce ses contrôles pour l'année 2023.

Liens utiles :

SignalConso pour signaler un problème de consommation



Service presse de la DGCCRF
01 44 97 23 91
presse@dgccrf.finances.gouv.fr