

Information du consommateur sur les atouts environnementaux des produits : un thème politique et réglementaire montant



En France



Loi AGECE
Projet de loi Climat et Résilience

Rapport « **Publicité et transition écologique** »
(Guibert / Libaert)



ADEME/CNC (TBD 2021)



Les pistes de Barbara Pompili pour lutter contre le greenwashing des entreprises

Barbara Pompili, la ministre de la Transition écologique, a confié à Arnaud Gossement, avocat spécialiste du droit de l'environnement, une mission afin de distinguer l'engagement sincère du greenwashing



En Europe



Nouveau plan d'actions pour l'Economie Circulaire
(mars 2020) – *Renforcement de la justification des allégations environnementales (via méthodes standard de quantification)*

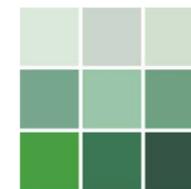
Nouvel Agenda 2021-2025 pour les consommateurs
(février 2021) – *Renforcement de la protection contre les allégations écologiques non fondées et le greenwashing.*

Adoption rapport d'initiative parlementaire « pour un marché unique plus durable pour les entreprises et les consommateurs » – *Appel à une publicité plus responsable, lutte contre le greenwashing, instauration d'un étiquetage des produits sur critères de durabilité*

Les critères d'une allégation environnementale juste

Qu'est-ce qu'une allégation environnementale ?

Toute affirmation, indication, symbole, illustration, ou représentation graphique **indiquant un avantage environnemental** relatif à un produit, un composant, un emballage ou une démarche de l'entreprise



Ses caractéristiques :

- Conforme aux réglementations
- Proportionnée
- Juste
- Pertinente
- Compréhensible par le consommateur



Se fonde toujours sur des éléments de preuve



Code de la consommation
(art. L121-1 à L121-15-4)



NOUVEAUX
COMPORTEMENTS
ÉCOCITOYENS

CITEO