Chapitre 9. Les informations environnementales à destination du consommateur

Marion Bary

▶ **To cite this version:**

Marion Bary. Chapitre 9. Les informations environnementales à destination du consommateur. Marion Bary. L'entreprise et la reddition de compte en matière sociale et environnementale. Regards croisés droits français, de l'Union européenne et brésilien, IODE (UMR CNRS 6262), pp.185-197, 2023, Amplitude du droit, 978-2-9581843-2-2. halshs-04034294

HAL Id: halshs-04034294
https://shs.hal.science/halshs-04034294

Submitted on 17 Mar 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Chapitre 9. Les informations environnementales à destination du consommateur

Marion BARY

Maître de conférences, Univ Rennes, CNRS, IODE – UMR 6262, France

Résumé : Les informations environnementales communiquées, de manière volontaire ou imposée, par l'entreprise au consommateur ont pour principal objectif de conduire à un changement des choix de consommation et de réduire les impacts environnementaux des produits de consommation. Le développement de l'information environnementale traduit une volonté de responsabiliser les acteurs, entreprises comme consommateurs, à l'égard des impacts environnementaux de la consommation. Il contribue à la mise en œuvre d'une préservation de l'environnement et rend par là même effectif le droit de tous à un environnement sain. Un tel développement s'opère avec un véritable contrôle du contenu informationnel, permettant ainsi une information environnementale fiable. Néanmoins, l'appréhension de l'information environnementale reste difficile en raison de la diversité des informations environnementales et d'un manque de lisibilité. Le consommateur peut être alors dans une situation de confusion et d'incompréhension, rendant peu probable le changement de choix de consommation. Le défi de fournir une information environnementale générale claire et lisible relative aux produits de consommation demeure.

Mots-clés : impacts environnementaux, RSE, produit de consommation, information du consommateur

De manière générale, le consommateur bénéficie d'une protection de son consentement grâce à une obligation générale d'information pesant sur le professionnel[1]. Pour un achat éclairé, le consommateur doit connaître les caractéristiques essentielles du bien envisagé. Depuis quelques années, le consommateur peut disposer, parmi ces caractéristiques, d'informations environnementales liées aux produits mis en vente.

L'information environnementale correspond à toute communication sur une ou des caractéristiques environnementales du produit de consommation fournie par le producteur et destinée au consommateur. Il s'agit d'indiquer au consommateur l'impact environnemental du produit, qui peut concerner uniquement la fabrication du produit ou encore, de manière plus globale, le cycle de vie du produit, c'est-à-dire les différentes étapes allant de la production, à l'emballage, au transport et à l'élimination ou revalorisation du produit.

Les informations environnementales peuvent être délivrées de manière volontaire par l'entreprise ou être imposées par le législateur à l'entreprise. L'information environnementale concerne donc potentiellement toute entreprise, quelle que soit son importance, et a vocation à intéresser tout produit. Il n'existe pas actuellement une information environnementale générale mais une variété d'informations environnementales. Qu'elle soit volontaire ou imposée, l'information

1. Articles L. 111-1 et suiv. du Code de la consommation.

environnementale à destination du consommateur relève d'une démarche de responsabilité sociale de l'entreprise (RSE). Elle constitue une reddition de compte en matière environnementale de l'entreprise à l'égard du consommateur. Elle vient compléter la déclaration de performance extra-financière imposée à certaines entreprises par le législateur. Elle traduit la prise en compte des enjeux environnementaux imposée par le législateur[2].

Le droit français oscille, par conséquent, entre une information environnementale volontaire ou contraignante, oscillation adoptée de manière générale dans la mise en œuvre de la RSE en France. Ainsi, à compter du 1er janvier 2022, devient obligatoire l'information des qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets, notamment l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables, la durabilité, la compostabilité, la réparabilité, les possibilités de réemploi, la recyclabilité et la présence de substances dangereuses, de métaux précieux ou de terres rares, en cohérence avec le droit de l'Union européenne[3].

Même lorsque l'information environnementale est fournie volontairement par l'entreprise, la démarche est encadrée. Si l'entreprise souhaite, de sa propre initiative, indiquer une information environnementale sur son produit, elle est libre de le faire mais elle est alors soumise à l'obligation de mettre à disposition du consommateur les principales caractéristiques environnementales du produit afin de garantir la qualité de l'information environnementale[4].

Dans un objectif d'amélioration de l'information environnementale du consommateur, le législateur peut prévoir également une expérimentation à laquelle les entreprises peuvent se soumettre. Tel est le cas de l'affichage des impacts environnementaux et du respect de critères sociaux d'un bien, d'un service ou d'une catégorie de biens ou de services mis sur le marché national, basés principalement sur une analyse du cycle de vie. Cette expérimentation, d'une durée maximale de cinq ans est organisée par la loi nº 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets. Une telle démarche se rencontre aussi au niveau européen (expérimentation réalisée de 2014 à 2018 avec la méthode d'évaluation *Product Environmental Footprint* [PEF]).

Face à la prise de conscience collective de la nécessité de protéger l'environnement et à l'accélération du changement climatique, une modification de la manière de consommer et de produire est devenue impérative. L'information environnementale est donc devenue un facteur déterminant du changement de comportement, ce qui explique, d'une part, le foisonnement des allégations, communications environnementales depuis plusieurs années et, d'autre part, une actualité législative.

2. Article 1833 du Code civil, résultant de la loi Pacte (loi relative à la croissance et à la transformation des entreprises) nº 2019-486 du 22 mai 2019.
3. Article L. 541-9-1 du Code de l'environnement.
4. Article 90 de la loi nº 2015-992 du 17 août 2015, relative à la transition énergétique pour la croissance verte.

Cette diversité des informations environnementales signifie-t-elle pour autant efficacité ? Permet-elle une réelle reddition de compte œuvrant pour un changement de production et de consommation ? Ces informations environnementales sont-elles véritablement vertueuses ?

Les informations environnementales ont comme principal atout, même si cela est une lapalissade, d'informer, de faire connaître, de faire prendre conscience. Elles œuvrent ainsi sans conteste à une responsabilisation des acteurs, consommateurs et entreprises à l'égard des impacts environnementaux de la consommation (1). Un des effets souhaités des informations environnementales est d'aboutir à un changement des choix de consommation. Pour obtenir un tel effet, l'information environnementale doit être réelle pour le consommateur. Or, un risque existe que ce ne soit pas le cas (2).

1. Responsabilisation des acteurs à l'égard des impacts environnementaux de la consommation

L'information environnementale conduit à une responsabilisation à l'égard des impacts environnementaux. En effet, elle permet véritablement d'agir pour l'environnement. Elle contribue à la mise en œuvre d'une préservation de l'environnement (1.1) et rend par là même effectif le droit de tous à un environnement sain. Pour éviter toute tromperie et garantir ainsi la véracité de l'information environnementale, la condition requise est le contrôle de son contenu (1.2). Ainsi, la responsabilisation des acteurs peut pleinement s'opérer.

1.1. La mise en œuvre de la préservation de l'environnement

La préservation de l'environnement résulte de la favorisation d'un achat écoresponsable par le consommateur (1.1.1) et d'une incitation du producteur, de l'entreprise à une production durable (1.1.2).

1.1.1. Favorisation d'un achat écoresponsable par le consommateur

La crise sanitaire et le changement climatique sont des éléments poussant le consommateur à privilégier des achats écoresponsables. Ceux-ci ne peuvent s'envisager qu'avec une information environnementale relative aux produits. Le consommateur a alors la possibilité de faire un choix dans ses achats et d'opter, en pleine connaissance de cause, pour un produit ayant des impacts environnementaux réduits par rapport à un produit équivalent. Les entreprises n'hésitent pas à mettre en avant les informations environnementales liées à leurs produits afin de favoriser leurs achats et d'attirer le consommateur.

Ainsi, elles peuvent afficher sur les produits des allégations environnementales, c'est-à-dire communiquer sur une ou des caractéristiques environnementales du produit. Par exemple, faire figurer sur l'emballage du produit non alimentaire la mention « bio », désignant que le produit agricole intégré au produit est issu de l'agriculture biologique. Pour éviter d'indiquer un terme ne reflétant pas la réalité écologique du produit, traduisant un produit plus écologique qu'il ne l'est

(écoblanchiment), un guide des allégations environnementales à destination des consommateurs et des entreprises a été élaboré par le ministère de l'Économie (ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, 2019). Les termes ont une définition précise, ce qui permet de savoir ce qu'ils recouvrent exactement et de les utiliser de manière adéquate. À compter du 1er janvier 2022, « il est interdit de faire figurer sur un produit ou un emballage les mentions "biodégradable", "respectueux de l'environnement" ou toute autre mention équivalente[5] ».

Les entreprises peuvent préférer aller au-delà des allégations environnementales et s'inscrire dans une démarche leur permettant d'obtenir un label, public[6] ou privé[7], ou une certification pour leur produit. Il est possible de citer, pour les produits non alimentaires, au niveau français la certification NF environnement, au niveau européen, le label écolabel ou encore au niveau international le label FSC et, pour les produits alimentaires, le label AB (Agriculture biologique) au niveau national, et le label Bio européen au niveau de l'Union européenne.

Dans ces deux cas, la démarche de l'entreprise est volontaire. L'entreprise prend l'initiative d'avoir une image, une réputation écologique sur le marché. Cela fait partie de sa stratégie économique, commerciale. Même si l'entreprise n'était aucunement contrainte d'adopter une telle posture, elle se trouve, dès lors qu'elle fait ce choix, obligée de respecter certains critères. Sa démarche est donc encadrée pour garantir une information fiable au consommateur.

Les entreprises sont également parfois contraintes d'apposer des informations environnementales sur leurs produits. Le législateur français ou européen l'impose pour la mise en œuvre d'une politique écologique. Le consommateur est alors informé et peut choisir un achat écoresponsable grâce aux pouvoirs publics. Il en est ainsi, à partir du 1er janvier 2022, pour l'information des qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets[8] ou encore pour l'impact énergétique des produits liés à l'énergie[9] (lave-linge, lave-vaisselle, téléviseur, etc.). Par cette approche contraignante, le législateur éduque, sensibilise le consommateur aux enjeux environnementaux (Fonbaustier, 2020).

1.1.2. Incitation du producteur, de l'entreprise à une production durable

L'information environnementale va inciter l'entreprise à produire de manière durable et à réduire les effets négatifs de sa production sur l'environnement (Dutruc, 2019). En effet, par l'information environnementale délivrée, l'entreprise voit son produit comparé à d'autres produits similaires pouvant être plus écologiques. Ces derniers peuvent donc attirer davantage le consommateur. Pour éviter une perte de marché, voire conquérir de nouvelles parts de marché,

5. Article L. 541-9-1 du Code de l'environnement.
6. Un label public est élaboré par des pouvoirs publics.
7. Un label privé est élaboré par des organisations non gouvernementales, associées ou non à des professionnels des produits concernés.
8. Article L. 541-9-1 du Code de l'environnement.
9. Règlement européen no 2017/1369/UE du 4 juillet 2017.

et pour se démarquer de ses concurrents, l'entreprise n'aura pas d'autres choix que de réguler les effets de sa production sur l'environnement. C'est une véritable « environnementalisation des pratiques commerciales » (Trébulle, 2020) qui s'opère, procédant plus de la demande que de la contrainte. Il s'ensuit une responsabilisation de l'entreprise à l'égard des impacts environnementaux de sa production.

Cette incitation a lieu quand l'information environnementale résulte d'une obligation légale ou d'une initiative volontaire de l'entreprise. De manière générale, le législateur invite les entreprises à prendre en compte les effets de leur production sur l'environnement par les différents textes adoptés, ce qui peut expliquer le développement de démarches volontaires. L'information environnementale communiquée au consommateur complète la déclaration de performance extra-financière imposée à certaines entreprises[10]. Qu'on le regrette ou non, la préservation de l'environnement passe par le biais du marché et des impacts économiques de la réputation de l'entreprise. L'entreprise a bien compris que le marché est désormais sensible à une consommation de produits préservant l'environnement.

1.2. Le contrôle du contenu des informations environnementales

Pour effectivement aboutir à une telle responsabilisation des acteurs, il est impératif que l'information environnementale délivrée soit fiable. Le consommateur souhaitant faire un achat écoresponsable ne doit pas être leurré. L'entreprise désirant avoir une image « verte » sur le marché doit pouvoir justifier l'information environnementale communiquée. C'est pourquoi le contenu des informations environnementales est contrôlé. Un tel contrôle se traduit par un encadrement des informations environnementales, qu'elles soient issues d'une démarche volontaire ou imposée (1.2.1), et par de véritables sanctions en cas de manquement (1.2.2).

1.2.1. Encadrement des informations environnementales

L'encadrement des informations environnementales est évident lorsque les informations environnementales sont imposées. Le législateur précise alors exactement les données environnementales devant figurer sur les produits et les critères environnementaux retenus. Ainsi, à compter du 1er janvier 2022, les producteurs et importateurs de produits générant des déchets devront préciser sur ces produits l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables, la durabilité, la compostabilité, la réparabilité, les possibilités de réemploi, la recyclabilité et la présence de substances dangereuses, de métaux précieux ou de terres rares, en cohérence avec le droit de l'Union européenne[11].

L'encadrement des informations environnementales est également évident lorsque l'entreprise a obtenu un label ou une certification. Dans ces cas, l'entreprise a dû respecter plusieurs

10. Article L. 225-102-1 du Code de commerce.

11. Article L. 541-9-1 du Code de l'environnement.

critères, vérifiés par des organismes indépendants, pour bénéficier de ce gage de qualité environnementale. Ainsi, la certification NF environnement ou encore la certification ISO 14001 sont délivrées par l'Association française de normalisation (Afnor) grâce à un audit qui détermine si l'entreprise satisfait aux critères d'obtention de ces certificats. L'apposition d'un label implique une démarche plus contraignante dans le sens où l'entreprise doit suivre un cahier des charges. Tel est le cas, par exemple, pour le label Écolabel européen, institué par le règlement n° 66/2010/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009.

Lorsque l'entreprise décide d'apposer des allégations environnementales sur son produit, elle se doit de se conformer à un certain nombre d'exigences. Sa démarche volontaire ne signifie pas une totale liberté d'action. Ainsi, outre l'élaboration du guide des allégations environnementales permettant de déterminer le sens des termes utilisés, l'entreprise peut être dans l'obligation d'établir une déclaration environnementale, c'est-à-dire une déclaration fixant une méthode pour évaluer les impacts environnementaux d'un produit. Selon l'article L. 412-1, 10° du Code de la consommation, des décrets en Conseil d'État, définissant les règles auxquelles doivent satisfaire les marchandises, déterminent notamment :

> « les exigences de précision, de vérification et de prise en compte des éléments significatifs du cycle de vie des produits dans l'élaboration des allégations à caractère environnemental ou utilisant les termes de développement durable ou ses synonymes, lorsque ces allégations sont présentées sur les produits et denrées destinés à la vente aux consommateurs ou accompagnent leur commercialisation sous forme de mentions sur les emballages, les publications, la publicité, la télémercatique ou d'insertions sur supports numériques ou électroniques ».

En application de ce texte et pour tenir compte du règlement n° 305/2011/UE du Parlement européen et du Conseil du 9 mars 2011, une déclaration environnementale est demandée pour les produits de construction et de décoration et des équipements électriques, électroniques et de génie climatique destinés à la vente aux consommateurs. Plusieurs aspects environnementaux imputables à ces produits doivent être pris en compte (réchauffement climatique, appauvrissement de la couche d'ozone, eutrophisation, pollution de l'eau ou de l'air, etc.). Cette déclaration environnementale est soumise à une vérification par une tierce personne indépendante afin de garantir la fiabilité des informations environnementales transmises.

Une démarche similaire, concernant tout produit, est également appliquée pour les allégations environnementales depuis la loi n° 2015-992 du 17 août 2015, relative à la transition énergétique pour la croissance verte. L'article 90 de cette loi suppose en effet que l'entreprise mette à disposition du consommateur des informations environnementales plus complètes et multicritères en cas d'allégations environnementales figurant sur le produit.

1.2.2. Véritables sanctions en cas de manquement

Pour garantir la véracité de l'information environnementale, volontaire ou imposée, une sanction est impérative en cas de manquement. Une fausse information, qu'elle résulte ou non d'une tromperie, donne lieu en effet à une sanction de l'entreprise. L'information environnementale

constitue une qualité essentielle du produit, elle est déterminante du consentement du consommateur. Diverses sanctions peuvent s'appliquer. Elles peuvent être civiles, administratives ou pénales.

La sanction venant à l'esprit le plus spontanément est celle réprimant la pratique commerciale trompeuse, prévue aux articles L. 121-2 et suivants du Code de la consommation. Il s'agit d'une pratique commerciale déloyale, c'est-à-dire une pratique contraire aux exigences de la diligence professionnelle et altérant ou étant susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service[12]. Plusieurs circonstances peuvent caractériser une pratique commerciale trompeuse[13]. Concernant l'information environnementale, une telle pratique se rencontre particulièrement lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur les caractéristiques essentielles du bien, parmi lesquelles figurent entre autres ses qualités substantielles, sa composition, son mode et sa date de fabrication, ses propriétés et les résultats attendus de son utilisation. Ces éléments permettent de sanctionner une fausse information environnementale. Ainsi, un produit qualifié de rapidement biodégradable et ne contribuant pas à l'effet de serre peut laisser croire qu'il est sans danger pour l'environnement alors qu'il est composé d'une substance très toxique pour les organismes aquatiques[14]. Ou encore, l'emploi de mentions telles que « respect de l'environnement », « biodégradable », « propre », « efficace et sécurisé pour l'environnement » a pour effet d'éluder le danger potentiel du produit[15]. Selon l'article L. 121-3 du Code de la consommation, « une pratique commerciale est également trompeuse si, compte tenu des limites propres au moyen de communication utilisé et des circonstances qui l'entourent, elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle », qui peut être une information environnementale. Enfin est réputée trompeuse la pratique commerciale ayant pour objet d'afficher un certificat, un label de qualité ou un équivalent sans avoir obtenu l'autorisation nécessaire[16].

La pratique commerciale trompeuse est un délit pénal non intentionnel sévèrement puni, ayant ainsi un effet dissuasif : un emprisonnement de deux ans et une amende de 300 000 euros. Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits, ou à 50 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique constituant ce délit. Des peines complémentaires peuvent être prononcées[17].

En cas de mauvaise foi du producteur caractérisant son intention de tromper le consommateur, une fausse information environnementale constitue alors le délit pénal intentionnel de

12. Article L. 121-1 du Code de la consommation.
13. Article L. 121-2 du Code de la consommation.
14. CA Angers, 1er avril 2004, *CCC*, 2005, no 19, obs. Raymond.
15. CA Lyon, 29 octobre 2008, *JCP*, 2008, actu 705.
16. Article L. 121-4 du Code de la consommation.
17. Article L. 132-3 du Code de la consommation.

tromperie, prévu à l'article L. 441-1 du Code de la consommation. Ce dernier est sanctionné également sévèrement par une peine d'emprisonnement et d'amende variable selon les circonstances de commission du délit[18].

L'entreprise communiquant une fausse information environnementale s'expose également à des sanctions civiles. Un tel comportement correspond à un manquement à l'obligation précontractuelle d'information. Ainsi, le consommateur peut invoquer un vice du consentement (dol ou erreur) conduisant à la nullité du contrat. La responsabilité civile extracontractuelle pour faute du professionnel peut également être engagée en cas de préjudice causé au consommateur. Une sanction administrative est aussi prévue en cas de manquement à l'obligation précontractuelle d'information. L'article L. 131-1 du Code de la consommation fixe à 3 000 euros pour une personne physique et à 15 000 euros pour une personne morale le montant de l'amende administrative due par le professionnel.

À ces sanctions fondées sur des textes généraux peuvent s'ajouter des sanctions fondées sur des textes spécifiques. Ainsi, à partir du 1er janvier 2022, tout manquement à l'information des qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets est sanctionné sur le fondement de l'article L. 541-9-4 du Code de l'environnement, créant une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3 000 euros pour une personne physique et 15 000 euros pour une personne morale[19].

Aux sanctions juridiques présentées s'ajoute inévitablement une sanction économique pour l'entreprise. Une fausse information environnementale est nécessairement négative pour la réputation de l'entreprise. Son image « verte » n'est plus crédible. Les consommateurs peuvent donc se détourner du produit, ce qui entraîne une perte de marché pour l'entreprise.

Tout est apparemment réuni pour permettre une efficacité de l'information environnementale liée à un produit et donc une efficacité de la reddition de compte de l'entreprise. La fiabilité du contenu informationnel étant garantie par divers contrôles, le consommateur et l'entreprise sont ainsi pleinement responsabilisés et incités à modifier consommation et production.

Cependant, des écueils perdurent, rendant difficile l'appréhension de l'information environnementale.

2. Difficile appréhension de l'information environnementale

Malgré la présence d'une information environnementale, le consommateur peut ne pas être en mesure de l'appréhender. Il peut être dans une situation de confusion et d'incompréhension. Dans ce cas, son comportement a très peu de chance de se modifier. L'effet souhaité par l'information environnementale, à savoir le changement de choix de consommation

18. Articles L. 454-1 et suiv. du Code de la consommation.

19. L'article L. 541-9-1 du Code de l'environnement renvoie au chapitre II du titre II du livre V du Code de la consommation quant aux conditions du prononcé de l'amende.

au profit d'un achat écoresponsable, semble difficilement atteint. La diversité des informations environnementales (2.1), d'une part, et un manque de lisibilité des informations environnementales (2.2), d'autre part, peuvent conduire à un tel résultat. La reddition de compte est alors défaillante du point de vue du consommateur.

2.1. La diversité des informations environnementales

La diversité des informations environnementales est double. Elle peut renvoyer à une pluralité des contenus informationnels (2.1.1) ou encore elle peut traduire une pluralité de formes de l'information environnementale (2.1.2).

2.1.1. Pluralité des contenus informationnels

Le consommateur peut se trouver face à des produits similaires sur lesquels des informations environnementales différentes sont apposées. Il peut alors « se perdre » entre les allégations des uns et les labels ou certifications des autres. Lorsque l'entreprise décide effectivement de communiquer volontairement des caractéristiques environnementales, elle le fait uniquement en fonction de la démarche qu'elle a adoptée (recherche d'une labellisation ou certification ou non). Elle cherche à se démarquer de ses concurrents. C'est alors au consommateur de faire son choix. Or, un risque de confusion n'est pas à exclure.

De même, lorsque l'information environnementale est imposée, le consommateur peut faire face à une pluralité de données et avoir l'impression d'être « noyé » sous un flot de critères. Ainsi, à compter du 1er janvier 2022, pour les produits générant des déchets, devront être précisés l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables, la durabilité, la compostabilité, la réparabilité, les possibilités de réemploi, la recyclabilité et la présence de substances dangereuses, de métaux précieux ou de terres rares[20].

Bien que cette obligation soit prévue pour mieux informer le consommateur, l'objectif peut être manqué. L'entreprise est au contraire plus fortement incitée à réduire son impact environnemental au regard des différents critères retenus. Il peut donc exister un paradoxe par l'information environnementale : elle peut à la fois avoir un effet réel d'amélioration de la production au regard de la préservation de l'environnement pour l'entreprise et avoir un effet mitigé quant au choix de consommation pour le consommateur. La reddition de compte en matière environnementale de l'entreprise à l'égard du consommateur n'est alors pas pleinement satisfaite.

De plus, une combinaison est possible, selon les produits, entre des informations environnementales imposées et des informations environnementales volontairement communiquées. La distinction entre ce qui ressort du respect de la législation et ce qui relève d'une démarche propre à l'entreprise peut s'avérer délicate pour le consommateur, renforçant son possible sentiment de confusion entre toutes les données environnementales fournies.

20. Article L. 541-9-1 du Code de l'environnement.

2.1.2. Pluralité de formes de l'information environnementale

La diversité des informations environnementales peut également traduire une diversité quant à la forme que peut revêtir cette information. En effet, l'entreprise peut opter pour un affichage de l'information environnementale directement sur le produit ou sur son emballage. Le consommateur est alors passif puisqu'il reçoit l'information. À l'inverse, l'information environnementale peut être transmise par le biais de logos, de QR codes ou encore d'un renvoi sur un site Internet. Dans ce cas, le consommateur doit être actif puisqu'il doit rechercher l'information environnementale en allant sur le site, en scannant le QR code, en recherchant la signification du logo. Pour des produits similaires, la forme de l'information peut donc être différente. Cette diversité de la forme de l'information environnementale est encouragée par le législateur qui laisse toute latitude aux entreprises[21].

Dans le cas où le consommateur est sollicité, même si l'information environnementale existe, rien ne garantit que le consommateur prendra la peine de se renseigner sur le produit. Il existe, une nouvelle fois, un paradoxe entre une reddition de compte effective de la part de l'entreprise et une incertitude quant à la portée de l'information pour le consommateur. L'information environnementale existe mais peut n'être pas réellement connue du consommateur. La situation est alors équivalente à une absence d'information environnementale. La présence de logos, de QR codes, de renvois à des sites Internet, s'ajoutant à d'éventuels autres signes de label ou de certification, peut avoir un effet de confusion, voire de répulsion, pour le consommateur.

2.2. Un manque de lisibilité des informations environnementales

Il existe également un manque de lisibilité des informations environnementales pour le consommateur. Celui-ci peut en effet éprouver une incompréhension de manière temporaire (2.2.1) ou de manière pérenne (2.2.2).

2.2.1. Incompréhension temporaire du consommateur

Une déstabilisation temporaire du consommateur dans la compréhension des informations environnementales résulte de la modification de l'information, c'est-à-dire d'une modification des critères retenus jusqu'alors et d'une nouvelle signification des éventuels logos, symboles informatifs. L'exemple topique est celui relatif à l'impact énergétique de certains produits de consommation. À compter du 1er mars 2021, de nouvelles étiquettes relatives à l'impact énergétique de certains produits de consommation (comme les lave-vaisselle, les lave-linge, les écrans…) ont fait leur apparition, traduisant des exigences plus importantes et intégrant de nouveaux critères tels que ceux de la réparabilité et de la recyclabilité. Ainsi, pour être mis sur le marché de l'Union européenne, les produits concernés doivent atteindre une performance énergétique et

21. Voir l'article L. 541-9-1 du Code de l'environnement, faisant référence à une communication de l'information « par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié » (à compter du 1er janvier 2022).

environnementale de haut niveau. Les étiquettes énergie, qui initialement devaient réaliser un classement des produits de A à G, ont conduit ces dernières années à un classement essentiellement limité à A+, A++, A+++, en raison des progrès effectués par les producteurs. Les nouvelles étiquettes énergie reprennent une échelle de A à G, ce qui peut temporairement rendre plus complexe la compréhension de l'information environnementale pour le consommateur. Même si cette modification a vocation à rendre plus lisible, plus transparente l'information environnementale, elle passe nécessairement par un temps d'adaptation du consommateur[22].

Une même conséquence peut se rencontrer également lorsqu'une expérimentation d'affichage environnemental s'est déroulée sur une période et qu'elle conduit à un changement de la forme de l'information et/ou des critères retenus, une fois l'expérimentation terminée.

2.2.2. Incompréhension pérenne du consommateur

Le consommateur peut être enfin confronté à un manque de lisibilité pérenne, ce qui constitue un véritable obstacle à la compréhension de l'information environnementale. Cette fois-ci, il n'est plus question d'un temps nécessaire d'adaptation du consommateur mais d'une réelle difficulté pour appréhender l'information environnementale. Le défi est alors de rendre accessible et compréhensible une information environnementale générale pour certains produits. Le législateur, tant français qu'européen (Dutruc, 2019), opte alors pour une période d'expérimentation afin de déterminer la méthodologie, la modalité d'affichage, le référentiel retenu pour permettre un comparatif au consommateur. Or, les expérimentations se sont succédé depuis plusieurs années pour déterminer l'impact environnemental de produits pendant tout leur cycle de vie en matière d'émissions de gaz à effet de serre, de biodiversité, d'épuisement des ressources naturelles non renouvelables, d'eutrophisation des eaux, de pollution photochimique, d'acidification, d'écotoxicité aquatique[23] (critères retenus par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie [ADEME]).

Une nouvelle période d'expérimentation s'est ouverte avec l'adoption de la loi nº 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets. En effet, ce texte prévoit une expérimentation d'une durée maximale de cinq ans à compter de la promulgation de la loi, pour chaque catégorie de biens et de services sélectionnés, afin d'évaluer différentes méthodologies de calcul des impacts environnementaux et modalités d'affichage. L'affichage environnemental expérimenté sera rendu obligatoire à l'issue de cette période d'évaluation, prioritairement pour le secteur du textile d'habillement. Selon le texte :

> « L'information apportée fait ressortir, de façon fiable et facilement compréhensible pour le consommateur, l'impact environnemental des biens et services considérés sur l'ensemble de leur cycle de vie. Elle tient compte des impacts environnementaux des biens et services

22. Règlement européen nº 2017/1369/UE du 4 juillet 2017.

23. Onze critères ont été retenus au niveau européen : le réchauffement climatique, l'empreinte carbone, l'épuisement des ressources, la destruction de la couche d'ozone, l'émission de radiation ionisante, l'eutrophisation des mers, des sols et des cours d'eau, la consommation d'eau, l'acidification des sols et des rivières.

> considérés, pris en compte selon leur pertinence pour une catégorie donnée, notamment en termes d'émissions de gaz à effet de serre, d'atteintes à la biodiversité et de consommation d'eau et d'autres ressources naturelles. Elle tient également compte des externalités environnementales des systèmes de production des biens et services considérés, évaluées scientifiquement, en particulier pour les produits agricoles, sylvicoles et alimentaires. Cet affichage fait également ressortir, de façon fiable et facilement compréhensible pour les consommateurs, l'impact spécifique en termes d'émissions de gaz à effet de serre des biens et services sur l'ensemble de leur cycle de vie. »

Il est à noter qu'en matière alimentaire le législateur semble s'inspirer d'une initiative privée, l'écoscore, mesurant l'impact environnemental des produits alimentaires, élaborés par certains acteurs privés, avant la loi (Fabrégeat, 2021).

Il faut espérer qu'une réelle solution résulte de cette nouvelle expérimentation afin que le consommateur se voie fournir une information environnementale générale réelle, lisible et fiable. À l'heure actuelle, la solution à adopter n'apparaît pas de manière prégnante. Des discussions sont toujours en cours (Dutruc, 2019). Le consommateur reste donc pour le moment face à des informations environnementales variées, sans disposer d'une information claire et compréhensible.

L'information environnementale est devenue sans conteste un élément essentiel recherché par le consommateur lorsqu'il achète un produit. La reddition de compte de l'entreprise en matière environnementale à l'égard du consommateur est réelle et manifeste. Son encadrement participe à une responsabilisation de l'entreprise quant à sa production. Cependant, et de manière paradoxale, il n'est pas certain que cette reddition atteigne toujours son objectif, à savoir informer le consommateur, dans le sens d'une information claire, lisible, et soit donc efficace. Un changement de choix de consommation n'est pas nécessairement favorisé par des informations multiples, par leur forme et/ou leur contenu. Pour améliorer l'information du consommateur, de nouveaux labels font leur apparition régulièrement, comme en témoigne la volonté, restée pour l'heure sans effet, d'apposer un « toxiscore » pour les produits ménagers, label expérimental annoncé par le ministère de la Transition écologique en 2021 et devant permettre l'information des consommateurs quant aux risques sanitaires et environnementaux des produits ménagers. Toujours plus d'information, mais pour quelle efficacité ? Le défi est de pouvoir donner une information générale environnementale pour chaque catégorie de produit au consommateur, afin que celui-ci ne risque pas de se perdre sous les informations environnementales variées. Cela passe par une obligation d'affichage environnemental et par une méthodologie adaptée. La nouvelle loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets va en ce sens, ce dont on peut se réjouir, mais, si l'on se fonde sur les expérimentations passées, on peut craindre que l'objectif d'une information générale environnementale ne soit toujours pas, à ce jour, garanti.

Bibliographie

DUTRUC P., 2019, « L'affichage environnemental, levier pour la mise en œuvre de l'économie circulaire », *Les avis du Conseil économique, social et environnemental (CESE)*

FABRÉGEAT S., 2021, « Lancement d'un éco-score, pour mesurer l'impact environnemental des produits alimentaires », *Actu-environnement.com*, [https://www.actu-environnement.com/ae/news/affichage-environnemental-impacts-consommation-produits-agricoles-agoalimentaire-36840.php4], consulté le 26 août 2022

FONBAUSTIER L., 2020, « Une transition juridique entre lenteur et marche forcée vers un nouveau modèle de société. À propos de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire du 10 février 2020 », *La semaine juridique. Édition générale*, n° 28, com. 848

MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES, 2019, « Les allégations environnementales », [https://www.ecologie.gouv.fr/allegations-environnementales], consulté le 26 août 2022

PELLIER J.-D., 2021, *Droit de la consommation*, 3e éd., Paris, Dalloz

TRÉBULLE F.-G., 2020, « Produire et consommer autrement, la mise en place d'une approche holistique », *Énergie, environnement et infrastructures*, n° 8-9, dossier 25