

The new practical guide on environmental claims of the French National Consumer Council

Part 2/4: Labels

In this new expected edition of the Practical Guide on Environmental Claims[1], The French National Consumer Council (NCC) reminds the requirements governing environmental claims used by professionals.

While advertising is possible, and sometimes specifically regulated, its purpose or effect cannot be to mislead the consumer as to the environmental qualities and characteristics of a product. Consequently, the use of labels is highly regulated.

1. WHAT IS A CERTIFICATION LABEL?

A certification label is "*a reference for the consumer to identify products (goods or services) that respect the environment more, but also a promotion and eco-design tool for manufacturers and distributors*"[1]. The certification label is both a **certification** and a **commercial promotion tool** aiming at indicating to consumers that the product meets environmental characteristics, or that its manufacturing process takes environment protection issues into account.

A certification label can hence be compared to an environmental claim given that its use constitutes a sales argument, a specific sign enabling to obtain the consumer's approval and convince them to purchase a product.

Conversely, the certification label must be distinguished from the mandatory indication of environmental characteristics inherent in the product, such as the energy consumption of household appliances[2], or the repairability index for different categories of products[3].

2. ECOLABELS: THE COMMERCIAL PROMOTION OF PRODUCTS

Ecolabels represent a strong communication tool. They enable to distinguish products, services or companies whose impact on the environment is positive, or at least respectful. Such a communication is complex because the label is issued on the basis of a self-certification procedure, a certification issued by an independent body, or pursuant to a recognised harmonised standard. The strength and legitimacy of the ecolabel is hence different depending on the situations.

- **Self-claim logos**
  Here, the label will be a logo affixed by manufacturers to their products, packaging, or advertising material for the products or the company. The purpose is to prove the action in terms of environment protection and the low environmental impact of the product. These logos are environmental claims made by a producer, under its own responsibility.

  As such, the professional who uses such logos may be punished on the ground of misleading commercial practices if the purpose or effect of the logo is to deceive the consumer and mislead them on the environmental qualities of the product[4]. Indeed, communication based on false information, or misleading in its presentation, will expose the professional to a fine of no more than €300,000 (€1,500,000 for a legal entity). These amounts may be increased to 10% of the annual average turnover calculated over the last three years, or 80% of the amount of the expenses incurred for the advertising of the product given that it is an environmental claim[5].

- **Labels issued by third parties on the basis of unregulated specifications**
  These labels are obtained following the examination of the product by an independent body on the basis of specifications that it determines. If the specifications relating to the label are freely defined by the independent bodies, only those that have been approved can offer to certify products or a company[6]. In France, this approval is issued by the French Certification

1 Guide on Environmental Claims, National Consumer Council, edition 2023, page 19
2 *Regulation (EU) 2017/1369 of 4 July 2017 setting a framework for energy labelling*
3 *Law no. 2020-105 of 10 February 2020 on the fight against waste and the circular economy (AGEC)*
4 *Article L. 121-2 of the French Consumer Code*
5 *Article L. 132-2 of the French Consumer Code*
6 *Article L. 433-2 of the French Consumer Code*





LONDON PARIS GIBRALTAR

Committee (COFRAC). The certification procedure is governed by the French Consumer Code[7] and by the French Rural and Maritime Fishing Code for agricultural goods and foodstuffs[8].

Issuing a label when the product does not meet the defined specifications, using a label without having started the procedures to obtain it, or claiming to have one[9] exposes the perpetrator to a prison sentence of 3 years and a fine of €300,000[10]. The amount of the fine can be increased to €1,500,000 for a legal entity.

- **Labels compliant with the ISO 14024 or "Ecolabel" standards**

  The NCC reminds that these labels "*notably guarantee that the environmental criteria relate to the entire lifecycle of the product, that they relate to the most important different environmental impacts (climate change, eutrophication, non-renewable natural resources, etc.)*".

Unlike the previous ones, these labels comply with a harmonised standard that takes many factors into account to guarantee a global approach to environmental impact.

On the basis of this standard, the European Union created, in 1992[11], an official "EU Ecolabel". It is the only official label adopted by the European Union. The EU Ecolabel is a global one as it measures the environmental impact of the product and its packaging; the measurement of the environmental impact occurs over the entire lifecycle of the product.

3. CLAIMING AN ENVIRONMENTAL LABEL: SOMETIMES QUESTIONABLE RELIABILITY

Labels do not all have the same value.

While labels subjected to standard ISO 14024 guarantee a recognised reliability, the labels issued by certification bodies often only focus on one element of the product or service. A label could hence be attributed on the sole basis that one of the elements of the product meets the certification body's specifications, whereas should the entire product be taken into account, an ecolabel would be excluded.

All products and services have an impact on the environment, at different stages (design, manufacture, use, elimination). It is hence necessary to consider and look at labels according to the category of the product at stake.

To help with the identification of some labels recognised as being reliable, the French Environment and Energy Management Agency (ADEME) publishes on its website a list of 100 labels recognised as relevant in light of the criteria taken into account to issue them[12]. These labels are listed according to the different categories of products.

7 *Article L. 433-1 and following of the French Consumer Code*
8 *Articles L. 641-20 and following of the French Rural and Maritime Fishing Code*
9 *Article L. 433-2 of the French Consumer Code*
10 *Article L. 453-7 of the French Consumer Code*
11 *Regulation (EC) no. 66/2010 of 25 November 2009*
12 List of environmental labels promoted by ADEME, available via the following link: *https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/labels-environnementaux*



Sylvie Gallage-Alwis
Partner
sylvie.gallage-alwis@signaturelitigation.com



Gaëtan de Robillard
Associate
gaetan.derobillard@signaturelitigation.com



Jordan Leblanc
Trainee Lawyer
jordan.leblanc@signaturelitigation.com



SIGNATURE

Le nouveau guide pratique des allégations environnementales du Conseil national de la consommation

Partie 2/4: Les labels

Dans cette nouvelle édition attendue du Guide pratique des allégations environnementales[1], le Conseil national de la consommation (CNC) rappelle les exigences qui encadrent les allégations environnementales qui peuvent être effectuées par les professionnels.

Si une communication publicitaire est admise, parfois spécialement encadrée, elle ne peut avoir pour objet ou effet de tromper le consommateur sur les qualités et caractéristiques environnementales d'un produit. L'apposition de labels est dès lors encadrée.

1. QU'EST-CE QU'UN LABEL ?

Un label est un « *un repère pour le consommateur afin d'identifier des produits (biens ou services) plus respectueux de l'environnement, mais également un outil de promotion et d'écoconception pour les fabricants et distributeurs* »[1].

Le label est à la fois une **certification** et un **outil de promotion commerciale** destiné à indiquer aux consommateurs que le produit répond à certaines caractéristiques environnementales, ou que son processus de fabrication prend en compte les enjeux de préservation de l'environnement.

Un label est donc assimilable à une allégation environnementale puisque son utilisation constitue un argument de vente, un signe distinctif permettant d'emporter l'approbation du consommateur et de susciter l'acte d'achat.

Inversement, le label ne se confond pas avec l'affichage obligatoire de certaines caractéristiques environnementales inhérentes à un produit, comme par exemple la consommation d'énergie de certains appareils électroménagers[2], ou encore l'indice de réparabilité pour certaines catégories de produits[3].

2. LES LABELS ENVIRONNEMENTAUX : UNE PROMOTION COMMERCIALE DES PRODUITS

Les labels environnementaux constituent un puissant outil de communication. Ils permettent de distinguer les produits, services ou entreprises dont l'impact est bon pour l'environnement, ou à tout le moins respectueux. Une telle communication s'avère complexe car le label est délivré sur la base d'une auto-certification, d'une certification par un organisme tiers, ou en application d'une norme harmonisée reconnue. La force et la légitimité du label environnemental est donc différente selon les situations.

- **Les logos d'auto-revendication**
  Le label sera ici un logo apposé par les fabricants sur leurs produits, emballages, ou encore les supports publicitaires des produits ou de l'entreprise. L'objectif est de démontrer l'action en faveur de la préservation de l'environnement et le faible impact environnemental du produit. Ces logos constituent des allégations environnementales avancées par un producteur, sous sa seule responsabilité.

  A ce titre, le professionnel qui userait de tels logos pourrait être sanctionné sur la base des pratiques commerciales trompeuses si le logo a pour objet ou effet de tromper le consommateur et de l'induire en erreur sur les qualités environnementales du produit[4]. Ainsi, une communication fondée sur de fausses informations, ou trompeuses par sa présentation, exposera le professionnel à une amende maximale de 300.000 € (1.500.000 € pour une personne morale). Ces montants pouvant être augmentés à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel calculé sur les trois dernières années, ou 80 % du montant des dépenses engagées pour la publicité du produit puisqu'il s'agit d'une allégation environnementale[5].

- **Les labels délivrés par des tiers sur la base d'un cahier des charges libre**
  Ces labels sont obtenus à la suite de l'examen du produit par un organisme tiers qui applique un cahier des charges qu'il détermine. Si le cahier des charges relatif au label est librement déterminé par les organismes tiers, seuls ceux ayant fait l'objet d'une accréditation peuvent proposer de certifier des produits

1 Guide des allégations environnementales, Conseil National de la Consommation, édition 2023, page 19
2 *Règlement (UE) 2017/1369 du 4 juillet 2017 établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique*
3 *Loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et pour une économie circulaire (AGEC)*
4 *Article L. 121-2 du Code de la Consommation*
5 *Article L. 132-2 du Code de la Consommation*





LONDON PARIS GIBRALTAR

ou une entreprise[6]. Cette accréditation est délivrée en France par le Comité français d'accréditation (COFRAC). La procédure de certification est encadrée par le Code de la Consommation[7] ainsi que par le Code Rural et de la Pêche Maritime pour les produits agricoles et des denrées alimentaires[8].

Le fait de délivrer un label alors que le produit ne répond pas au cahier des charges défini, de se prévaloir d'un label sans avoir initié les démarches pour son obtention, ou encore de se prétendre détenteur d'un label[9] expose l'auteur de l'acte à une peine d'emprisonnement de 3 ans et 300.000 € d'amende[10]. Le montant de cette amende peut être portée à 1.500.000 € pour une personne morale.

- **Les labels conformes aux normes ISO 14024 ou « Ecolabel »**
  Le CNC rappelle que ces labels « *garantissent notamment que les critères environnementaux portent sur l'ensemble du cycle de vie du produit, qu'ils portent sur différents impacts environnementaux les plus significatifs (changement climatique, eutrophisation, ressources naturelles non renouvelables, etc.)* ».

Contrairement aux précédents, ces labels suivent une norme harmonisée qui prend en considération de multiples facteurs pour une approche globale de l'impact environnemental.

Sur la base de cette norme, l'Union européenne a institué en 1992[11] un label officiel « Ecolabel européen ». Il s'agit du seul label officiel adopté par l'Union européenne. L'Ecolabel européen est global car il mesure l'impact environnemental du produit et de son emballage ; la mesure de l'impact environnemental se fait sur l'ensemble du cycle de vie du produit.

3. LA REVENDICATION D'UN LABEL ENVIRONNEMENTAL : UNE FIABILITÉ PARFOIS DISCUTABLE

Tous les labels ne se valent donc pas.

Si les labels soumis à la norme ISO 14024 garantissent une fiabilité reconnue, les labels délivrés par des organismes certificateurs portent souvent sur un seul élément du produit ou du service. Un label pourrait alors être attribué au seul motif que l'un des éléments du produit satisfait au cahier des charges de l'organisme certificateur, alors que la prise en compte de l'intégralité du produit conduirait à exclure l'attribution d'un label environnemental.

Tous les produits et services ont un impact sur l'environnement, à des stades différents (conception, fabrication, utilisation, élimination). Il est donc nécessaire de considérer et apprécier les labels en fonction de la catégorie à laquelle appartient un produit.

Pour faciliter l'identification de certains label reconnus comme fiables, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) publie sur son site internet une liste de 100 labels reconnus comme pertinents au regard des critères pris en compte pour être délivrés[12]. Ces labels sont répartis selon les différentes catégories des produits.

6 *Article L. 433-2 du Code de la Consommation*
7 *Article L. 433-1 et suivants du Code de la Consommation*
8 *Articles L. 641-20 et suivants du Code Rural et de la Pêche Maritime*
9 *Article L. 433-2 du Code de la Consommation*
10 *Article L. 453-7 du Code de la Consommation*
11 *Règlement (CE) n° 66/2010 du 25 novembre 2009*
12 Liste des labels environnementaux encouragés par l'ADEME disponible à l'adresse URL suivante : *https://agirpourlatransition.ademe.fr/particuliers/labels-environnementaux*



Sylvie Gallage-Alwis
Associée / Avocat
sylvie.gallage-alwis@signaturelitigation.com



Gaëtan de Robillard
Collaborateur / Avocat
gaetan.derobillard@signaturelitigation.com



Jordan Leblanc
Stagiaire EFB
jordan.leblanc@signaturelitigation.com

LONDON
Signature Litigation LLP
138 Fetter Lane
London EC4A 1BT
+44 (0)20 3818 3500

PARIS
Signature Litigation AARPI
49/51 avenue George V
75008 Paris
+33 (0)1 70 75 58 00

GIBRALTAR
Signature Litigation (Gibraltar) Ltd
7 Governor's Street
Gibraltar GX11 1AA
+350 200 10 900