

# Écoconception des progrès à faire



Face à la montée  
du « zéro emballage »,  
doit-on encore optimiser  
l'écoconception  
des emballages ?

**À** l'heure de la Cop 21, alors même que la pénalisation de l'obsolescence programmée vient de voir le jour dans la dernière loi de transition énergétique<sup>1</sup>, où en est-on avec l'écoconception ? Cette question peut se poser concernant les emballages. La récente loi sur l'interdiction des sacs plastiques en France à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2016 et le phénomène sociétal actuel tendant à limiter nos déchets et consistant, entre autres, en l'apparition de nombreux magasins de vente en vrac proclamant le « zéro emballage » laissent penser que l'emballage n'a pas vraiment le vent en poupe, même en étant « écoconçu ».

## L'écoconception des emballages, un secteur déjà bien réglementé

Le terme « éco », signifiant la « maison » et par interprétation l'environnement, est depuis quelques années utilisé à la moindre occasion. Et pour cause, qu'elle constitue une démarche sincère ou du *greenwashing*, l'étiquette « éco » est devenue un réel argument marketing. Pourtant, en y regardant de plus près, ces allégations écologiques dites « allégations environnementales » sont parfois un peu approximatives, quand elles ne sont pas délibérément frauduleuses, comme nous l'avons vu très récemment avec certaines marques de voitures. C'est en 1994 qu'une première directive européenne<sup>2</sup> a vu le jour, précisément en matière d'emballage. Transposée en droit français

\* Cabinet Édith Bon

# des emballages

dans le code de l'environnement et complétée par la suite par de nombreuses réglementations et normes nationales, cette préoccupation est loin d'être récente. Par la suite, l'Union européenne a réglementé l'écoconception par secteur et par produit (électriques et électroniques, bâtiments, transports, énergie...) surtout en ce qui concerne la consommation d'énergie et de matières premières. Depuis, et nous pouvons nous en réjouir, les réglementations allant en ce sens continuent de foisonner. Principes d'économie circulaire, combat contre l'obsolescence programmée, la prise de conscience est générale : l'heure est bel et bien à l'utilisation optimisée des ressources de la planète et à la diminution, voire la disparition des déchets.

L'écoconception est définie dans la législation européenne comme étant : « *l'intégration des caractéristiques environnementales dans la conception du produit en vue d'en améliorer la performance environnementale tout au long de son cycle de*

*vie* ». La législation prévoit, pour déterminer comment écoconcevoir, des critères relativement objectifs, tels que la limitation du poids et du volume de l'emballage, la réduction au minimum de la teneur en substances et matières dangereuses du matériau et de ses éléments et enfin la conception d'emballages « réutilisables » ou « valorisables ». Si les possibilités sont par conséquent diverses et variées, le fait de savoir si un produit – et plus particulièrement un emballage – a été conçu de manière à optimiser son impact environnemental, reste techniquement difficile à appréhender. Il est vrai que de nombreux efforts ont été faits ces dernières années, surtout sur les produits de grande consommation, en réponse à des obligations législatives mais également aux demandes des consommateurs, plus soucieux de protéger la planète. Cependant, il y a parfois des différences entre ce qui est revendiqué et la réalité. Pourtant, certains n'hésitent pas à mettre en avant des propriétés

écologiques qui seraient propres à leurs emballages et iraient soi-disant plus loin que le simple respect de la réglementation.

## Va-t-on vers un contentieux de l'écoconception ?

A priori, pas dans l'immédiat. En effet, l'opérateur responsable d'un emballage qui n'est pas conforme pourrait théoriquement être sanctionné à deux niveaux. D'abord s'il ne respecte pas les normes en matière d'écoconception, qui sont, comme nous l'avons vu, de mieux en mieux définies. Ensuite, s'il affiche de fausses allégations concernant les propriétés de son emballage, celles-ci peuvent être punies par le droit commun des articles L121-1 et suivants du code de la consommation, principes également inscrits dans la législation européenne. En effet, les allégations environnementales infondées peuvent être considérées comme une tromperie pour le consommateur et une pratique déloyale pour un concurrent.

Dans le premier cas, il est techniquement difficile de démontrer le non respect de la législation de l'écoconception elle-même. Si la présence de substances dangereuses peut être un critère objectif, on imagine assez mal les agents de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, (DGCCRF) et encore moins

un consommateur, comparer le poids des emballages pour savoir s'ils auraient pu être optimisés en matière d'impact environnemental. En outre et de manière plus générale, comment déterminer si une bouteille en verre est plus « écologique » qu'une bouteille en plastique ? Trop de facteurs sont à prendre en considération. Dans le second cas, c'est-à-dire dans le cas d'allégations environnementales, comment un agent ou même un consommateur peuvent-ils repérer que le terme allégué de « biodégradable » ou « fait à base de matières recyclées » n'est pas en rapport avec la réalité ? Que cela

L'heure est bel et bien à l'utilisation optimisée des ressources de la planète et à la diminution, voire la disparition des déchets.

soit volontaire ou pas, certaines allégations contribuent inéluctablement à créer la confusion dans l'esprit du consommateur. Doit-on ou peut-on pour autant sanctionner les opérateurs ? Pour le moment, en tout cas, la confusion subsiste et les allégations douteuses semblent passer à travers les mailles du filet.

Comme nous l'avons vu, la DGCCRF pourrait tout à fait sanctionner de telles pratiques sur la base du code de la consommation<sup>3</sup>, qui définit les « *pratiques commerciales trompeuses* »<sup>4</sup>, dont les fausses allégations environnementales font incontestablement partie. Théoriquement, le consommateur lui-même pourrait déposer une plainte auprès de l'autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) ou de la DGCCRF. Mais là encore, il va falloir a priori un peu plus de précisions à l'avenir sur ce que l'on est ou pas autorisé à dire. Par ailleurs, ceci ne constituant pas non plus un danger pour le consommateur, la DGCCRF et ce dernier, n'ont pas vraiment d'intérêt à agir sur ce terrain, qui reste

tout de même assez technique, la réalité d'une allégation n'étant tout de même pas facile à vérifier. En revanche, un contentieux pourrait naître par le biais d'un opérateur qui pourrait avoir un véritable intérêt à mettre en œuvre une action sur la base de la concurrence déloyale.

Là aussi, il semblerait plus hasardeux de se placer sur le terrain de l'écoconception elle-même puisque, comme nous l'avons vu, déterminer, lequel, entre deux concurrents, a le mieux écoconçu son emballage, semble à tout le moins compliqué. Mais le terrain de la concurrence déloyale sur la base de fausses allégations, autrement dit de la publicité mensongère, semble pouvoir plus facilement passer l'épreuve de la réalité. Bien entendu, l'opérateur qui souhaite agir sur ce terrain devra démontrer un comportement déloyal de la part d'un concurrent, un préjudice à son encontre et un lien de causalité entre les deux. En effet, même si ce n'est pas encore le cas, les allégations environnementales infondées peuvent tout à fait être qualifiées de publicité mensongère, bien que celle-ci porte en principe sur les caractéristiques essentielles d'un produit (prix, durée, propriétés...). Mais plus les allégations environnementales prennent de l'ampleur sur le plan marketing en tant que critère d'achat pour le consommateur, plus l'on peine à imaginer que le critère de la protection de l'environnement pour un emballage ne devienne pas également une caractéristique essentielle d'un produit.

Les allégations  
environnementales  
infondées peuvent tout  
à fait être qualifiées de  
publicité mensongère.

## L'écoconception ne doit pas faire oublier l'« éco-consommation ».

Pour conclure, il est évident que la réglementation de l'écoconception est désormais acquise, du moins dans son principe, pour la plupart des opérateurs, dans la grande distribution en tout cas. En revanche, le fait de s'en servir comme un outil marketing est un phénomène relativement nouveau, pour l'instant régi par des normes qui, même si théoriquement contraignantes, ne sont pas toujours évidentes à mettre en œuvre. Par conséquent, la réglementation ne peut qu'évoluer vers une utilisation plus en adéquation avec la réalité des allégations environnementales. Être trompé sur le caractère recyclable, biodégradable ou pas d'un produit peut paraître anodin à certains, mais il peut également être déterminant pour d'autres. Pour autant, passer d'emballages écoconçus au « zéro emballage » semble encore très hypothétique, notamment en raison du besoin grandissant d'informations relatives aux produits, l'emballage jouant un rôle essentiel et exclusif en la matière à

l'heure actuelle. Même si l'écoconception des emballages a évolué dans le bon sens, des questions et des disparités subsistent si l'on prend en considération l'ensemble des emballages dans les différents secteurs. Il y a donc encore certains progrès à faire ; progrès qui doivent s'accompagner de plus de clarté pour le consommateur, vue l'importance que prend la protection de l'environnement dans les choix de ce dernier. L'utilisation – à

bon ou mauvais escient – de ces allégations signifie aussi que les opérateurs ont intégré les nouvelles aspirations du consommateur. Il est donc probable que la législation continue à évoluer dans ce sens. Au demeurant, cette tendance s'inscrit dans la prise de conscience générale sur la nécessité de changer drastiquement nos modes de consommation. Si les emballages ont une fonction certaine et qu'il n'est pas question de s'en passer totalement pour des raisons tout à fait audibles, le combat contre la surconsommation, l'obsolescence programmée et pour la réduction des déchets doit impérativement continuer. Même lorsqu'elle est optimisée, l'écoconception est encore loin d'être suffisante à elle seule. ■

1 - Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation

2 - Directive 94/62/CE du 20 décembre 1994 du Parlement européen et du Conseil relative aux emballages et aux déchets d'emballages

3 - Articles L121-1 et suivants

4 - Une pratique commerciale est trompeuse si elle crée une confusion avec un concurrent ou lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur un certain nombre d'éléments énumérés à l'article L121-1