

Objet	Les allégations environnementales sont dorénavant définies par une directive UE (2024/825) dite «ECGT » pour «Empowering Consumer for the Green Transition ». Cette note a pour objet de donner une vision globale du contenu et des impacts de cette directive, qui entre en vigueur le 27/09/2026.
Version	
24/04/2026	Version temporaire en attente de transposition de la directive
Mots clés	
	Ecoblanchiment – communication responsable – allégations environnementales – certification – label de développement durable

1 Textes de références

NUMERO (lien Web)	Classification	Emetteur	TYPE	Numero de texte	DATE de PUBLICATION	OBJET
298.00	Publicité	UE	Directive	2005/29	11/05/2005	relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) no 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil («directive sur les pratiques commerciales déloyales»)
298.01	Publicité	UE	Directive	2024/825	28/02/2024	modifiant les directives 2005/29/CE et 2011/83/UE pour donner aux consommateurs les moyens d’agir en faveur de la transition verte grâce à une meilleure protection contre les pratiques déloyales et grâce à une meilleure information (ECGT)
298.02	Publicité	UE	FAQ		27/11/2025	FAQ sur la directive ECGT 2024/825

1.1 Documents complémentaires

- [L’arsenal juridique de la lutte contre l’écoblanchiment bientôt complété : impacts de la directive européenne 2024/825 - DGCCRF](#)
- [Guide pratique des allégations environnementales du CNC de 2023 , CNC](#)
- [Guide Anti-greenwashing, 2025, ADEME](#)



2 Objet

La directive UE n° 2024/825, dite « Empowering Consumers for the Green Transition », modifie la directive CE n° 2005/29 sur les pratiques commerciales déloyales et introduit une extension de la « liste noire » des pratiques interdites *per se*, c'est-à-dire interdites en toutes circonstances, sans qu'il soit nécessaire de démontrer une altération du comportement économique du consommateur. Ces nouvelles pratiques visent particulièrement le secteur alimentaire, où la communication environnementale est très présente.

Elle s'applique à tous les professionnels du secteur alimentaire qui communiquent sur les caractéristiques environnementales de leurs produits, imposant des exigences accrues de transparence, de justification et de certification pour les allégations et labels environnementaux. Hors alimentaire, d'autres exigences relatives à l'information renforcée sur la durabilité à destination des consommateurs sont également ajoutées.

3 Définitions et notions

La directive introduit plusieurs définitions ou notions importantes pour la compréhension du texte.

3.1 Allégation environnementale

Tout message ou toute déclaration non obligatoire en vertu du droit de l'Union ou du droit national, sous quelque forme que ce soit, notamment du texte, une image, une représentation graphique ou un symbole tels que un label, une marque, une dénomination sociale ou une dénomination de produit, dans le cadre d'une communication commerciale, et qui affirme ou suggère qu'un produit, une catégorie de produits, une marque ou un professionnel a une incidence positive ou nulle sur l'environnement, est moins préjudiciable pour l'environnement que d'autres produits, catégories de produits, marques ou professionnels, ou a amélioré son incidence environnementale au fil du temps.

3.2 Allégation environnementale générique

Toute allégation environnementale formulée sous forme écrite ou orale, y compris dans les médias audiovisuels, qui ne fait pas partie d'un label de développement durable, et lorsque la spécification de l'allégation n'est pas fournie en des termes clairs et bien visibles sur le même support.

3.3 Label de développement durable

Tout label de confiance volontaire, label de qualité ou équivalent, public ou privé, qui vise à distinguer et à promouvoir un produit, un procédé ou une entreprise pour ses caractéristiques environnementales ou sociales, ou les deux, et qui exclut tout label obligatoire requis en vertu du droit de l'Union ou du droit national.

4 Champ d'application

La directive s'applique à l'ensemble des communications commerciales adressées aux consommateurs dans l'Union européenne, y compris dans le secteur alimentaire. Son champ d'application couvre toutes les pratiques commerciales, qu'elles soient explicites (texte, logo, label) ou implicites (visuels, couleurs, symboles), qui visent à promouvoir la vente de produits ou services, et ce, quel que soit le support utilisé.

Dans le secteur alimentaire, la directive s'applique à toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution des denrées alimentaires, en interaction avec le règlement UE n° 1169/2011 (INCO) sur l'information des consommateurs et le règlement CE n° 1924/2006 sur les allégations nutritionnelles et de santé.

Elle ne concerne pas en revanche la communication entre professionnels.



5 Pratiques visées par la directive

Parmi les pratiques visées par la directive, pour les produits alimentaires, 5 pratiques sont ajoutées à la liste des pratiques déloyales (5.1 à 5.5 ci-dessous) auxquels il est important de rajouter des pratiques interdites du fait des définitions nouvelles (5.6 et suivants).

5.1 Affichage d'un label de développement durable qui n'est pas fondé sur un système de certification ou mis en place par les autorités

La définition même du label de développement durable au sens de la directive sous-entend qu'il est soit issu d'un système de certification par tiers partie, soit mis en place par les autorités.

5.2 Allégations environnementales génériques sans performance reconnue

Il est interdit de présenter une allégation environnementale générique (ex. : « écologique », « durable », « responsable ») si le professionnel ne peut démontrer une « performance environnementale excellente reconnue » en rapport avec l'allégation. Cette performance doit être conforme au règlement CE n° 66/2010 (écolabel européen), aux systèmes EN ISO 14024, ou aux meilleures performances prévues par d'autres actes législatifs de l'UE.

5.3 Allégations « globales » alors qu'elles ne concernent qu'un aspect du produit ou de l'entreprise (« effet halo »)

Il est interdit de présenter une allégation comme portant sur l'ensemble d'un produit ou de l'entreprise alors qu'elle ne concerne en réalité qu'un aspect (par exemple, mettre en avant un emballage recyclable alors que seul un composant est concerné).

5.4 Allégations de neutralité carbone fondées sur la compensation

Il est désormais interdit d'affirmer qu'un produit présente un impact neutre, réduit ou positif sur l'environnement au regard de ses émissions de gaz à effet de serre lorsque cette affirmation repose sur un mécanisme de compensation carbone (ex. : « neutre en carbone », « 100 % compensé »). Seules les réductions réelles d'émissions peuvent être revendiquées.

5.5 Allégation sur des exigences d'ordre réglementaires

Un produit ou une entreprise ne peut se prévaloir d'une allégation faisant état d'une caractéristique qui est prévue par la loi pour tous les produits de la catégorie.

5.6 Allégations environnementales relatives à des performances futures non étayées

Sont interdites les allégations relatives à des performances environnementales futures (ex. : « neutralité carbone en 2030 ») qui ne sont pas étayées par des engagements et des objectifs clairs, accessibles au public, vérifiables, et présentés dans un plan de mise en œuvre détaillé et réaliste, régulièrement vérifié par un tiers indépendant.

5.7 Publicités d'avantages non pertinents ou non directement liés à une caractéristique du produit ou de l'entreprise

Sont interdites les publicités mettant en avant des avantages pour le consommateur qui ne sont pas pertinents ou pas directement liés à une caractéristique du produit ou de l'entreprise. C'est le cas notamment des caractéristiques imposées par la réglementation en vigueur (5.5).



5.8 Omission d'informations sur les comparaisons environnementales

L'article 7 de la directive CE n° 2005/29 est modifié pour exiger que les professionnels fournissent des informations sur la méthode de comparaison, les produits concernés, les fournisseurs, et les mesures de mise à jour, afin que les comparaisons soient objectives.

6 Encadrement des labels environnements

Il est interdit d'afficher un « label de développement durable » qui n'est pas fondé sur un système de certification (impliquant une vérification par un organisme tiers indépendant) ou qui n'a pas été mis en place par une autorité publique. Les labels internes ou auto-déclaratifs sont donc prohibés. Les caractéristiques d'un système de certification sont par ailleurs rappelées ; celui-ci doit :

- Être ouvert
- Se baser sur des exigences élaborées avec les parties prenantes
- S'appuyer sur des procédures (notamment en cas de non-conformité)
- Être géré par un organisme tiers dans le cadre de procédures objectives

7 Sanctions

Les manquements aux obligations encadrant les allégations environnementales peuvent être qualifiés de pratiques commerciales trompeuses, sanctionnées par l'article L. 132-2 du Code de la consommation (jusqu'à deux ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende, voire 80 % du chiffre d'affaires annuel pour les personnes morales).

8 Transposition et échéance d'application

La directive devait être transposée dans les droits nationaux d'ici le 27 mars 2026 et appliquée à partir du 27 septembre 2026.

Cette transposition est intégrée au projet de la loi DDADUE (Projet de loi portant Diverses Dispositions d'Adaptation du Droit de l'UE). L'un des points de vigilance de cette loi est le risque d'extension aux activités B²B, en plus du périmètre B²C qui est l'objet même de la directive. A la date de la présente note, ce projet de loi n'est pas adopté.

Il n'est pas prévu de période de transition, dès le 27 septembre 2026, tout support, étiquetage, document de communication devra être conforme à ces nouvelles dispositions.

Il convient donc dès à présent d'effectuer une revue des supports de communication faisant d'allégation environnementale en vue de mettre en place un plan de mise en conformité.

9 Recommandations pour la mise en conformité

Pour mettre en conformité ou constituer les messages pertinents et recevables du point de vue de cette nouvelle directive, il est important de mener une revue détailler des messages, allégations, informations, documentations qui sont délivrés aux consommateurs, sous les formes prévues par la directive. Même si la directive ne s'applique pas directement aux relations B²B, il est fortement recommandé d'intégrer dans cette vérification les supports de ce type, la frontière étant les deux domaines (B²B et B²C) étant parfois poreuse.



- Inventorier les messages à caractère durable, environnemental ou social qui sont utilisés dans l'entreprise
- Intégrer dans le recensement des messages les éléments visuels (graphisme, image, photos ...)
- Classer ces allégations en fonction de leur typologie (cf point 5)
- Identifier celles qui ne sont plus acceptables (neutralité carbone)
- Documenter celles qui sont recevables, en fonction des exigences :
 - o Enoncé clair
 - o Indicateurs et éléments justificatifs
 - o Périmètre couvert (entreprise, gamme, produits)
- Mettre en place le système de vérification
 - o Pour les engagements futurs : nécessité de passer par un tiers
 - o Pour les engagements en place : il est recommandé de mettre en œuvre au moins une revue annuelle interne, et souhaitable d'avoir recours à un tiers au même titre que les

Et concernant l'usage des **labels de développement durable** :

- Lister les labels de développement durable : label faisant état d'une promesse relative à un élément de développement durable (sociétal et/ou environnemental).
- Ceux qui sont délivrés par un organisme certificateur accrédité ou par l'administration sont réputés satisfaire aux exigences de la directive : agriculture biologique, certificat de conformité produit, Ecolabel.
- Ceux qui sont délivrés en dehors de ce cadre doivent faire l'objet d'un examen méthodique au regard des 4 exigences posées par le règlement et rappelées au point 6 de cette note (ou article 1^{er} de la directive).
- En cas de doute, s'adresser directement à l'organisme le délivrant pour lui demander son positionnement regard de ces exigences.

*

