

# Le retour de bâton du greenwashing (ou écoblanchiment)

La durabilité des produits et des services est un argument de plus en plus souvent mis en avant pour s'attirer les faveurs des clients et des investisseurs. La tentation de faire des déclarations exagérées dans ce domaine afin d'obtenir un avantage concurrentiel peut donc être forte. Mais si les allégations écologiques sont fausses, trompeuses ou invérifiables et qu'il est donc question d'écoblanchiment, l'effet positif escompté peut se transformer en véritable désastre. Ou comment une présentation trop idyllique peut virer au drame.

L'environnement, l'écologie et la durabilité occupent plus que jamais une position centrale. Les entreprises sont trop heureuses de mettre en avant des allégations environnementales positives diverses et variées. Trop souvent, le message n'est (en partie) que de la poudre aux yeux. Un « balayage » par la Commission européenne d'un grand nombre de sites web d'entreprises de différents secteurs a révélé que dans plus de 42 % des cas, il y avait lieu de considérer que les allégations écologiques n'étaient rien d'autre que de l'écoblanchiment<sup>[1]</sup>.

En Belgique, l'écoblanchiment peut être réprimé sur la base d'une législation ou de normes sectorielles spécifiques et sur la base de l'interdiction générale des pratiques commerciales déloyales et trompeuses prévue par le Code de droit économique. L'Inspection économique est chargée de faire appliquer la législation. Les infractions peuvent donner lieu à une amende pénale de 80.000,00 euros (ou 4 % du chiffre d'affaires annuel, si ce montant est plus élevé). Inutile de dire que les répercussions peuvent être bien plus lourdes pour l'image de marque.

L'heure est par conséquent à la plus grande circonspection. D'autant que différents acteurs économiques, tels que les concurrents, les autorités de la concurrence et autres parties prenantes peuvent également engager la responsabilité de l'entreprise en cas d'écoblanchiment.

C'est ainsi que fin 2021, une entreprise italienne a été condamnée à retirer ses « allégations écologiques vagues, fausses et invérifiables » de tout support, et ce, à la suite d'une action diligentée par un concurrent. La décision du tribunal devait par ailleurs être publiée sur le site web de l'entreprise pendant 60 jours. Le tribunal italien s'est appuyé sur les orientations de la Commission européenne concernant l'application de la directive relative aux pratiques commerciales déloyales, qui précisent que les professionnels sont tenus de présenter leurs allégations écologiques de manière claire, spécifique, exacte et dénuée d'ambiguïté et de disposer de preuves à l'appui de leurs allégations. Il est inutile de déployer des trésors d'imagination pour transposer dans le contexte belge cette décision qui a malgré tout eu un certain retentissement (mitigé ?)[2].

Mais qu'est-ce qui rend une allégation environnementale fausse ou trompeuse ? Les [Guidelines du SPF Économie](#) précisent qu'un large éventail de pratiques commerciales peuvent relever de la notion d'écoblanchiment : « Toutes les formes de pratiques commerciales dans lesquelles une entreprise se prétend (plus) écologique qu'elle l'est en réalité afin de pouvoir vendre un produit ou un service. Les allégations écologiques ou environnementales — qu'elles soient implicites ou explicites — concernant un produit (ou un service) ou une de ses phases (de production, de conditionnement ou de distribution par exemple), ou même concernant une action visant un développement durable peuvent être considérées comme de l'écoblanchiment, et ce, tant dans les relations B2C que dans les relations B2B. »

Le message est clair : les entreprises doivent prendre conscience de l'étendue du champ d'application de la notion d'écoblanchiment et ont tout intérêt à examiner leurs allégations environnementales d'un œil critique. Les Guidelines susmentionnées fournissent des orientations utiles à cet égard, avec des conseils concrets sur la manière de reconnaître et d'éviter l'écoblanchiment.

Dans une prochaine Newsletter, nous reviendrons plus en détail sur les initiatives qui sont prises au niveau des rapports non-financiers afin d'encourager les entreprises à fournir des informations transparentes sur le caractère écologique et durable de leurs produits et services[3].

Pour davantage d'informations concernant cette thématique, n'hésitez pas à contacter [Geert De Buyzer](#) et [Celine De Buck](#).

---

[1] [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_269)

[2] Voir notamment : <https://www.forbes.com/sites/edgarsten/2021/12/08/alcantara-wins-major-court-battle-against-greenwashing/?sh=65dd25c21cb3>

[3] Voir notamment la proposition de la [Corporate Sustainability Reporting Directive](#) (« CSRD ») : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021PC0189&from=EN>

---

Mechelsesteenweg 127A, b1 - 2018 Anvers

t. +32 3 260 98 60 | +32 2 790 44 44

Rue de la Régence 58 boîte 8 - 1000 Bruxelles

info@schoups.be

www.schoups.com