

Lausanne, le 5 juillet 2022

Communiqué de presse

Greenwashing

Il est grand temps d'encadrer les allégations environnementales

Neutre en carbone, écologique ou biodégradable: pour la grande majorité des consommateurs, ces allégations doivent être encadrées par la loi, ce qui n'est pas le cas actuellement ou seulement partiellement. C'est ce qui ressort d'un sondage mené auprès de 3500 personnes dans toute la Suisse par l'Alliance des organisations de consommateurs (Konsumentenschutz, FRC, ACSI). Bien que non-représentative, cette démarche a permis de démontrer l'influence incontestable des arguments verts sur la perception des produits, en particulier sous la pression du temps.

Lorsqu'ils sont pressés, les consommateurs n'analysent pas rationnellement les informations figurant sur les produits. Dans ce contexte, ajouter une prairie sur un emballage de poulet, du vert et des fleurs sur un tube de crème de soin ou encore une pomme de pin sur un nettoyeur W.-C. influence leur perception et leur font considérer les articles comme plus écologiques qu'ils ne le sont en réalité. Mis en lumière par le sondage de l'Alliance, ces éléments illustrent parfaitement le décalage entre la manière dont est considéré le client moyen lors du traitement des plaintes pour communication déloyale et les situations d'achat réelles où le manque de temps influence les décisions. Des faits pourtant reconnus par les sciences comportementales. Aux yeux de l'Alliance, la représentation du consommateur moyen telle qu'elle est utilisée doit donc être corrigée.

Ce sondage a aussi permis une meilleure compréhension des attentes entourant certaines allégations environnementales. Comme le terme «naturel», qui, pour 39% des répondants, implique qu'un aliment n'est pas ultratransformé. Un quart pense également qu'il ne contient pas de résidus de pesticides ou même qu'il est sain. Or rien ne le garantit puisque cette notion n'est pas encadrée légalement. Même constat dans les domaines cosmétique et ménager, où 24 à 34% des sondés pensent que les produits dits «naturels» ne contiennent pas de substances nocives pour l'humain ou l'environnement. Ceci démontre la force de certaines allégations, susceptibles de mener à des erreurs d'appréciation importantes.

Les résultats révèlent encore que les labels environnementaux sont méconnus et souvent confondus avec de simples logos, sans respect d'exigences précises ni de contrôles par un organe indépendant. Une fois confrontés à la réalité qui se cache derrière des emblèmes ou autres allégations sans fondement, la plupart des sondés réproouvent ces pratiques d'écoblanchiment. Ils expriment également leur volonté que l'utilisation de termes largement répandus comme «neutre en carbone», «écologique» ou «biodégradable» soit encadrée pour ne pas tromper les consommateurs.

«Cette demande, parfaitement légitime, nous comptons bien la défendre à Berne. Il n'y a aucune raison que les consommateurs suisses soient moins bien protégés que les européens, souligne Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale de la FRC. Chez nos voisins, la mise en œuvre de la Directive sur les pratiques commerciales déloyales met particulièrement l'accent sur la lutte contre l'écoblanchiment. Laquelle est de plus en voie d'être renforcée. Sans parler des États comme la France ou l'Italie qui ont adopté leurs propres lignes directrices afin de compléter ces dispositions. La Suisse ferait bien de s'en inspirer!»

Renseignements complémentaires

FRC: Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale, Tél. 021 331 00 90
et Laurianne Altwegg, resp. Environnement, Tél. 021 331 00 90

SKS: Sara Stalder, Geschäftsleiterin, Tél. 078 710 27 13 et Josianne Walpen, Leiterin Ernährung, Tél. 079 731 41 24

ACSI: Laura Regazzoni, Segretaria generale, Tél. 079 725 14 18

Konsumentenschutz
Nordring 4
Postfach
CH-3001 Bern
konsumentenschutz.ch

FRC
Rue de Genève 17
CP 6151
CH-1002 Lausanne
frc.ch

ACSI
Strada di
Pregassona 33
CH-6963 Pregassona
acsi.ch