

CHECK LIST

Allégations environnementales

Cette checklist a pour but de vous aider à réduire le risque de greenwashing dans votre communication commerciale. Elle s'applique à tout support contenant une allégation environnementale (publicité, site web, emballages, réseaux sociaux, dossier de presse). Cochez chaque case si la réponse est oui. Si une seule case reste vide, l'allégation doit être révisée.

Pense-bête: les 7 pratiques interdites

1. Allégations génériques injustifiées.
2. Promesses de performances environnementales futures sans preuve.
3. Labels de développement durable sans certification ni base reconnue.
4. Allégations portant sur l'entièreté du produit alors que seule une partie du produit est concernée.
5. Neutralité de l'impact d'un produit fondée uniquement sur la compensation des émissions de gaz à effet de serre.
6. Comparaisons environnementales trompeuses ou non expliquées.
7. Caractéristiques écologiques déjà imposées par la loi.

Thème 1. Le contenu du message

- ☐ L'allégation porte sur une démarche volontaire allant au-delà d'une obligation déjà imposée par la loi.
- ☐ L'allégation est claire et compréhensible pour un consommateur.
- ☐ L'allégation précise sur quoi elle porte: le produit ou service, une partie de celui-ci, son emballage, son usage ou sa fin de vie.
- ☐ L'allégation met en avant un élément réel du produit ou de l'activité.
- ☐ L'allégation distingue clairement ce qui est déjà fait de ce qui est prévu pour l'avenir.
- ☐ Si l'allégation contient une comparaison, elle précise sa référence, sa méthode et la date des données utilisées.

Thème 2. Les preuves et la documentation

- ☐ L'affirmation est justifiée par une preuve écrite, précise et objective (étude, analyse, certification, rapport).
- ☐ Cette preuve est récente et toujours valable.
- ☐ La preuve est facilement accessible au consommateur (lien, mention, document public) ou, à défaut, fournie sur demande.

Thème 3. Les visuels, symboles et labels

- ☐ Les visuels utilisés (couleurs, images, graphismes) doivent refléter fidèlement le produit ou service et ne pas suggérer, à tort, qu'il est naturel, sans impact ou particulièrement écologique.
- ☐ Si un label de développement durable est affiché, alors il provient d'une autorité publique ou d'un organisme de certification indépendant et reconnu.
- ☐ Le nom de l'organisme certificateur et la portée de la certification sont identifiables.
- ☐ L'ensemble du message (texte + visuels) reste proportionné à l'impact réel du produit ou service.

Plus d'informations



info@mpc.etat.lu



247 73700



pro-pc.public.lu