

## **Les lois applicables au contrôle des publicités Utilisant l'argument écologique**

L 121-1 du code de la consommation : *"Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après ; existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires".*

L'article 4 du décret 92-280 du 27 mars 1992, pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986<sup>1</sup>: *"La publicité doit être exempte de toute discrimination en raison de la race, du sexe ou de la nationalité, de toute scène de violence et de toute incitation à des comportements préjudiciables à la santé, à la sécurité des personnes et des biens ou à la protection de l'environnement."*

L'article L362-4 du code de l'environnement : *"Est interdite toute forme de publicité directe ou indirecte présentant un véhicule en situation d'infraction aux dispositions du présent chapitre".* (Notamment : article L 362-1 : *"En vue d'assurer la protection des espaces naturels, la circulation des véhicules à moteur est interdite en dehors"* des voies autorisées).

Article 541-34 du code de l'environnement : *"Lorsque l'absence de matériaux récupérés ou la faible teneur en matériaux de cette sorte n'est pas de nature à modifier les qualités substantielles d'un produit, toute publicité fondée sur cette caractéristique est interdite".*

Article 224-1 II al. 3° du code de l'environnement : *"Les décrets mentionnés au I peuvent aussi (...) prescrire aux entreprises qui vendent de l'énergie ou des services énergétiques l'obligation de promotion d'une utilisation rationnelle de l'énergie et d'incitation à des économies d'énergie dans le cadre de leurs messages publicitaires".*

Un décret en conseil des Ministres doit être pris prochainement en application de ce texte.

---

<sup>1</sup> Loi fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat. Modifié par Décret 2001-1331 2001-12-28 art. 2 JORF 29 décembre 2001.