



Greenwashing (Ecoblanchiment)

Commentaire d'arrêt publié le 15/04/2024, vu 569 fois, Auteur : [Pierre DECLERCQ Avocat](#)

Précisions sur la prescription de l'action d'une association de consommateurs en cessation d'allégations environnementales trompeuses (Cour d'appel de Paris, 20 mars 2024, n°22/10771).

A savoir : L'action d'une association de consommateurs en cessation d'allégations environnementales trompeuses se prescrit par cinq ans à compter du jour où elle a connu ou aurait dû connaître les pratiques dénoncées et en ce qu'elles sont mises en œuvre dans des circonstances lui permettant de les qualifier de trompeuses.

Deux associations considèrent que la communication commerciale de NESPRESSO sur les propriétés environnementales de son café commercialisé sous forme de capsule à usage unique est inexacte et susceptible d'induire les consommateurs en erreur sur son impact environnemental et humain réel.

Elles l'assignent alors sur le fondement des articles L.121-1 à L.121-3 du Code de la consommation, relatifs aux pratiques commerciales trompeuses, en suppression de ces allégations environnementales et réparation du préjudice causé à l'intérêt collectif des consommateurs.

En première instance, l'action est jugée irrecevable comme prescrite au motif que l'entreprise communique sur les propriétés environnementales de son café en capsule d'aluminium depuis 2016 et que les associations ont agi plus de cinq ans après en avoir eu connaissance.

Ce raisonnement est censuré par la Cour d'appel qui applique la prescription quinquennale de droit commun, prévue par l'article 2224 du Code civil, à l'action en cessation des pratiques commerciales trompeuses mais ne fixe pas le point de départ de la prescription au même moment que le Tribunal.

Elle juge en effet que la prescription de cette action débute le jour où l'association de consommateurs a connu ou aurait dû connaître les pratiques commerciales dénoncées et en ce qu'elles sont mises en œuvre dans des circonstances lui permettant de les qualifier de trompeuses au sens des dispositions des articles L.121-2 et L.121-3 du Code de la consommation.

La Cour relève que l'association s'appuie sur des visuels et messages diffusés sur différents moyens de communication, constatés par procès-verbaux d'huissier de mai 2021, résultant de la nouvelle campagne nationale de communication lancée par NESPRESSO en mai 2020.

Elle constate que la communication commerciale de NESPRESSO sur les caractéristiques environnementales et l'impact environnemental de son café en capsule aluminium est dénoncée

dans la forme et l'ampleur résultant de cette nouvelle campagne de 2020.

Elle observe également que l'association s'appuie sur différentes études réalisées entre 2018 et 2021 du Bureau d'Analyse Sociétale pour une Information Citoyenne (BASIC), du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), de l'Agence de la transition écologique (ADME), du Conseil National de l'Emballage (CNE).

La Cour juge en conséquence que c'est à compter de la nouvelle campagne nationale de communication NESPRESSO débutée le 18 mai 2020, que l'association a eu connaissance des faits lui permettant d'exercer de manière effective son droit à faire cesser les allégations environnementales telles que constatées par huissier en mai 2021 et dénoncées comme trompeuses au sens des articles L.121-2 et L.121-3 du code de la consommation ainsi que son droit à demander réparation du préjudice en découlant dans l'intérêt collectif des consommateurs.

Points-Clés :

- La prescription de cinq ans de droit commun prévue à l'article 2224 du Code civil s'applique à l'action d'une association de consommateurs en cessation de pratiques commerciales trompeuses ;
- Le délai de prescription commence à courir au jour où les allégations environnementales sont mises en œuvre dans des circonstances permettant à l'association de les qualifier de trompeuses.
- Il ne suffit donc pas que les allégations environnementales soient publiques, encore faut-il qu'elles soient mises en œuvre dans des circonstances permettant de les qualifier de trompeuses.
- Le débat sur la prescription va inévitablement se concentrer sur les circonstances à partir desquelles la mise en œuvre des allégations environnementales peut permettre de les qualifier de trompeuses.
- Les canaux de communication employés, le caractère plus ou moins prononcé du message communiqué, le nombre de personnes touchées, le renouvellement de la campagne de communication seront autant de circonstances permettant de déterminer le moment à partir duquel les allégations environnementales pouvaient être qualifiées de trompeuses au sens du Code de la consommation.
- La solution donnée par la Cour signifie-t-elle qu'il suffira pour l'association de produire les allégations environnementales diffusées au cours des cinq dernières années pour que son action soit jugée recevable ? Ou les juridictions mettront-elles à la charge de l'association de démontrer qu'elle ne pouvait pas avoir connaissance des allégations environnementales et des circonstances permettant de les qualifier de trompeuses plus de cinq ans avant

d'engager son action ? Les décisions à venir en matière de greenwashing devraient revenir sur la charge de la preuve du point de départ de la prescription.

- Le caractère trompeur des allégations environnementales se révélera également par leur comparaison avec les études réalisées par les organisations indépendantes, administratives ou intergouvernementales sur l'impact environnemental réel du produit.
- Celles-ci étant de plus en plus documentées et précises au fil des années, l'entreprise est exposée à un risque de voir le point de départ du délai de prescription repoussé en fonction de la date de publication des nouvelles études.