

Directive européenne Green Claims

De la promesse à la preuve

La nouvelle législation
européenne sur les allégations
environnementales va
bousculer la communication
des entreprises. Un tournant
majeur qui transforme le
paysage de la communication
environnementale en Europe
et au-delà.



ESGeniusLab

Le constat une jungle d'allégations floues

Plus de 50 % des claims verts sont problématiques



Selon l'ADEME, plus de la moitié des allégations environnementales actuelles sont **vagues, trompeuses ou non documentées**. Cette situation crée une confusion généralisée chez les consommateurs et nuit à la crédibilité des entreprises réellement engagées.



Le projet de directive Green Claims

Déposé en mars 2023, ce projet ambitieux visait à transformer radicalement la manière dont les entreprises communiquent sur leurs engagements environnementaux.



Preuves scientifiques

Obligation de fournir des données mesurables et vérifiables pour chaque allégation environnementale. Les affirmations devront s'appuyer sur des méthodologies reconnues et des analyses de cycle de vie complètes.



Vérification tierce

Validation indépendante par des organismes accrédités avant toute communication publique. Cette étape garantit l'objectivité et la crédibilité des informations diffusées aux consommateurs.



Labels transparents

Harmonisation et clarification des labels environnementaux avec des critères stricts et compréhensibles. Fini les logos verts sans signification : chaque label devra répondre à des normes précises.

État des lieux novembre 2025

pause ou retrait ?

La Commission européenne a annoncé en juin 2025 son intention de **retirer ou mettre en pause** le projet de directive, faute de consensus politique et en raison des contraintes qu'elle imposait aux micro-entreprises. Toutefois, **aucun retrait formel n'a encore été acté** : la situation reste incertaine et évolutive.

Directive ECGT en parallèle

La directive Empowering Consumers for the Green Transition (ECGT) – qui vise également la protection des consommateurs face aux pratiques trompeuses – doit être transposée d'ici **mars 2026** et appliquée dès **septembre 2026**.

Et pour les entreprises suisses ?

Export, communication et vigilance restent essentiels

Même si les entreprises helvétiques ne sont pas soumises directement à cette directive, toute communication sur le marché européen (B2C) pourra être affectée — notamment pour les **exports, les partenaires ou les filiales dans l'UE**.

L'incertitude n'efface pas la vigilance

Une pause réglementaire ne remplace pas l'obligation de prudence. Agir dès maintenant permet d'anticiper le scénario « directive » ou de s'ajuster aux règles existantes (UCPD, pratiques de consommation, droit national).

La réputation se construit aujourd'hui

En matière de durabilité et de crédibilité, les sociétés qui disposent déjà d'un discours clair, documenté et vérifié resteront en position de force face à leurs concurrents et aux attentes croissantes des consommateurs.

Les marchés ne sont pas cloisonnés

Les standards européens influencent progressivement les pratiques commerciales mondiales. Adopter ces exigences dès maintenant constitue un investissement stratégique pour l'avenir de votre entreprise sur tous les marchés.

Ce que cela change concrètement



Crédibilité renforcée

Les entreprises qui anticipent ces changements et adoptent dès maintenant des pratiques rigoureuses gagnent la confiance des consommateurs, des investisseurs et des partenaires commerciaux. La transparence devient un avantage concurrentiel majeur.



Investissements nécessaires

La mise en conformité implique des ressources : audit des communications actuelles, collecte de données scientifiques, processus de vérification, formation des équipes. Ces investissements se traduisent par une communication plus solide et défendable.



Réputation protégée

Dans un contexte où le greenwashing est de plus en plus sanctionné (juridiquement et par l'opinion), disposer d'allégations vérifiées protège votre marque des risques réputationnels, des litiges et des sanctions potentielles.

Le signal est lancé : **les allégations environnementales artisanales ne seront plus tolérées**. Pour les entreprises suisses, c'est l'occasion de passer du « on va faire » au « on démontre » — et de se positionner comme leaders de la transparence environnementale.

Et vous ?



Préparez-vous ou attendez-vous ?

L'heure est venue de transformer vos engagements en preuves tangibles. Les entreprises qui anticipent cette évolution réglementaire construisent aujourd'hui leur avantage compétitif de demain.

La durabilité ne se décrète pas, elle se démontre!

Contactez-nous pour auditer vos démarches environnementales et construire une communication verte crédible, vérifiable et différenciante!