

**Dispositions relatives à la publicité<sup>1</sup> modifiées ou ajoutées suite à  
l'adoption et la publication de la  
[loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national  
pour l'environnement](#)  
dite loi Grenelle 2.**

- **Argument écologique**

**Article L214-1 du Code de la consommation**

Il sera statué par des décrets en Conseil d'Etat sur les mesures à prendre pour assurer l'exécution des chapitres II à VI du présent titre, notamment en ce qui concerne :

...

10° Les exigences de précision, de vérification et de prise en compte des éléments significatifs du cycle de vie des produits dans l'élaboration des allégations à caractère environnemental ou utilisant les termes de développement durable ou ses synonymes, lorsque ces allégations sont présentées sur les produits destinés à la vente aux consommateurs ou accompagnent leur commercialisation sous forme de mentions sur les emballages, les publications, la publicité, la télémercatique ou d'insertions sur supports numériques ou électroniques.

**Article L142-2 du Code de l'environnement**

Les associations agréées mentionnées à l'article [L. 141-2](#) peuvent exercer les droits reconnus à la partie civile en ce qui concerne les faits portant un préjudice direct ou indirect aux intérêts collectifs qu'elles ont pour objet de défendre et constituant une infraction aux dispositions législatives relatives à la protection de la nature et de l'environnement, à l'amélioration du cadre de vie, à la protection de l'eau, de l'air, des sols, des sites et paysages, à l'urbanisme, ou ayant pour objet la lutte contre les pollutions et les nuisances, la sûreté nucléaire et la radioprotection, les pratiques commerciales et les publicités trompeuses ou de nature à induire en erreur quand ces pratiques et publicités comportent des indications environnementales ainsi qu'aux textes pris pour leur application.

- **Produits phytopharmaceutiques**

**Article L253-7 du Code rural et de la pêche maritime**

Toute publicité commerciale et toute recommandation pour les produits définis à l'article L. 253-1 ne peuvent porter que sur des produits bénéficiant d'une autorisation de mise sur le marché et sur les conditions d'emploi fixées dans ces autorisations.

Elles ne doivent comporter aucune mention pouvant donner une image exagérément sécurisante ou de nature à banaliser leur utilisation et ne peuvent en aucun cas porter les mentions : " non dangereux ", " non toxique ", " biodégradable ", " respectueux de l'environnement ", " produit à faible risque ", " ne nuit pas à la santé ".

---

<sup>1</sup> Hors dispositions relatives à l'implantation de la publicité extérieure des enseignes et préenseignes ainsi qu'aux règlements locaux de publicité.

Elles ne doivent pas contribuer à promouvoir l'usage de ces produits sans en présenter les bonnes pratiques d'utilisation qui permettent de prévenir leurs éventuels impacts sanitaires ou environnementaux.

La publicité commerciale télévisée grand public, radiodiffusée et par voie d'affichage extérieur en dehors des points de distribution est interdite pour les produits définis à l'article L. 253-1.

Elles ne doivent comporter aucune mention faisant valoir des propriétés ou fonctions du produit autres que celles qui font l'objet de l'autorisation de mise sur le marché mentionnée à l'article L. 253-1.

Un arrêté des ministres chargés de l'environnement, de l'agriculture et de la consommation fixe les conditions de présentation des bonnes pratiques d'utilisation et d'application de ces produits dans les insertions publicitaires, en tenant compte des différences entre produits destinés aux professionnels et produits destinés aux particuliers. Ces insertions publicitaires mettent en avant les principes de la lutte intégrée et de bonnes pratiques dans l'usage et l'application des produits.

### **Article L253-17 du Code rural et de la pêche maritime**

I bis. — Est puni d'un an d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende :

1° Le fait de faire la publicité ou de recommander l'utilisation d'un produit défini à l'article L. 253-1 en donnant une image exagérément sécurisante ou de nature à banaliser l'utilisation du produit;

2° Le fait de faire la publicité ou de recommander l'utilisation d'un produit défini à l'article L. 253-1 portant les mentions visées au deuxième alinéa de l'article L. 253-7 ou comportant des mentions faisant valoir des propriétés ou fonctions du produit autres que celles qui font l'objet de l'autorisation de mise sur le marché mentionnée à l'article L. 253-1;

3° Le fait de faire la publicité ou de recommander l'utilisation d'un produit défini à l'article L. 253-1 sans en présenter les bonnes pratiques d'utilisation qui permettent de prévenir leurs éventuels impacts sanitaires ou environnementaux;

4° Le fait de faire la publicité d'un produit défini à l'article L. 253-1 sans respecter l'interdiction prévue au quatrième alinéa de l'article L. 253-7.

- **Téléphone mobile**

### **Article L5231-3 du Code de la santé publique**

Toute publicité, quel qu'en soit le moyen ou le support, ayant pour but direct de promouvoir la vente, la mise à disposition, l'utilisation ou l'usage d'un téléphone mobile par des enfants de moins de quatorze ans est interdite.

- **Produits soumis à étiquetage énergétique**

### **Article L121-15-4 du Code de la consommation**

Lorsque des publicités, quel que soit leur support, présentent des produits soumis à l'étiquetage énergétique communautaire en indiquant leur prix de vente, elles comportent la mention de la classe énergétique de ces produits de façon aussi visible, lisible et intelligible que l'indication de leur prix de vente.

- **Primes**

**Article L121-35 du Code de la consommation**

Est interdite toute vente ou offre de vente de produits ou de biens ou toute prestation ou offre de prestation de services faite aux consommateurs et donnant droit, à titre gratuit, immédiatement ou à terme, à une prime consistant en produits, biens ou services sauf s'ils sont identiques à ceux qui font l'objet de la vente ou de la prestation.

Cette disposition ne s'applique pas aux menus objets ou services de faible valeur ni aux échantillons. Dans le cas où ces menus objets sont distribués dans le but de satisfaire à des exigences environnementales, ils doivent être entièrement recyclables qu'il s'agisse de carton recyclable ignifugé ou d'encre alimentaire et d'une valeur inférieure à 7 % du prix de vente net, toutes taxes comprises, du produit faisant l'objet de la vente. Si celui-ci appartient à la catégorie de produits et ingrédients tels que définis à l'article L. 3511-1 du code de la santé publique, les menus objets ne doivent comporter aucune référence, graphisme, présentation ou tout autre signe distinctif qui rappelle un produit ou un ingrédient tel que défini au même article L. 3511-1. Dans ce cas, les avertissements sanitaires relatifs aux dangers du tabac doivent être mentionnés. Les références de la personne intéressée à l'opération de publicité, la dénomination de la marque, du sigle ou logo, peuvent être apposées sur les menus objets pour autant qu'elles respectent les dispositions restreignant ou encadrant la publicité concernant l'alcool, le tabac et les jeux ou paris en ligne, notamment prévues aux articles L. 3511-3, L. 3511-4 et L. 3323-2 à L. 3323-5 du code de la santé publique. Les modalités d'apposition des références sont définies par décret.

Cette disposition s'applique à toutes les activités visées au dernier alinéa de l'article [L. 113-2](#).

Les règles relatives aux ventes avec primes applicables aux produits et services proposés pour la gestion d'un compte de dépôt sont fixées par le 2 du I de l'article L. 312-1-2 du code monétaire et financier.