



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

35/08/01  
CH  
AH

MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE, DE L'ÉNERGIE,  
DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

Direction Générale de la Prévention des Risques

Paris, le 25 AOUT 2009

Service de la prévention des nuisances et de la qualité de  
l'environnement

Département produits chimiques, pollutions diffuses et agriculture

Bureau des substances et préparations chimiques

Référence : SPC-08-393 Rud ER Bretagne.doc

DPPR SDPD BSPC/DP n° 5

Affaire suivie par :

Dominique POUJEAUX

Tel. : 01 42 19 13 97 – Fax : 01 42 19 14 68

Mél : dominique.poujeaux@developpement-durable.gouv.fr

**Objet :** Campagne publicitaire pour le Roundup

Monsieur le Président,

Vous avez appelé mon attention sur la dernière campagne de publicité conduite par la firme Monsanto pour promouvoir plusieurs de ses préparations « Roundup » à base de la substance active glyphosate.

Cette campagne, lancée en mai 2008 à destination des jardiniers amateurs, a suscité de nombreuses réactions défavorables, de la part notamment des élus locaux de la région Bretagne. Il s'agissait pour la société Monsanto, au travers de la presse écrite et d'Internet, de promouvoir l'utilisation de six produits à base de glyphosate, commercialisés auprès des jardiniers amateurs, par l'intermédiaire d'un quizz (question/réponse).

Présent  
pour  
l'avenir

[www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr)

**Monsieur C. RIGAUD**

Président de l'association « Eaux et Rivières de Bretagne »

Venelle de la Caserne

22200 GUIGAMP

20, avenue de Ségur – 75007 Paris - Tél. : 01.42.19.20.21

Ce quizz pouvait inciter par certains aspects à utiliser plus souvent du Roundup et cet objectif, bien qu'en soi non répréhensible, n'est plus soutenable dans le contexte actuel.

Votre association "Eau & Rivières de Bretagne" a porté plainte contre X concernant cette publicité. Selon vous, la tromperie est caractérisée à la fois par une indication fausse (les racines coupées donneraient systématiquement naissance à de nouvelles plantes) et par la confusion entretenue entre les 12 spécialités commerciales de Roundup dont certaines sont classées dangereuses pour l'environnement, et l'omission d'indications concernant les caractéristiques essentielles de ces pesticides.

Le Bureau de Vérification de la Publicité, saisi de cette question, a estimé que certaines présentations incitaient à un mode de consommation excessive des herbicides. Aussi, a-t'il été conduit à demander le 6 juin 2008 à la société Monsanto de ne plus diffuser cette publicité en l'état.

Pour ma part, je déplore que le risque environnemental du glyphosate n'ait pas été mentionné dans la campagne de la société Monsanto. En effet, certaines préparations concernées par la publicité ont fait l'objet d'une révision en 2007 de leur dossier d'autorisation de mise sur le marché par l'AFSSA, suite à l'inscription de la substance glyphosate sur la liste communautaire des substances autorisées pour les traitements phytosanitaires. L'agence a alors conclu à la nécessité de respecter des distances entre les zones traitées et les points d'eau, les plantes ou les arthropodes non cibles.

De surcroît, l'AFSSA a demandé par son avis du 14 avril 2007 le retrait du marché du Roundup Allées Parcs et Jardins parce que le risque pour les organismes aquatiques n'était jugé acceptable que sous réserve du respect d'une zone non traitée de 100 mètres vis-à-vis des points d'eau temporaires ou permanents, ce qui est très difficile à respecter en zone non agricole et dans les jardins.

Aussi mes services ont demandé à la Direction Générale de l'alimentation du ministère de l'agriculture et de la pêche de procéder au retrait du marché de la préparation Roundup Allée, Parcs et Jardins et de notifier pour les cinq autres préparations « Roundup » destinées aux amateurs, l'interdiction de traiter à moins de 5 mètres des points d'eaux temporaires ou permanents, et des zones végétalisées adjacentes pour protéger la flore, et les arthropodes le cas échéant.

Le ministère du Développement Durable a toujours soutenu une application stricte des règles d'encadrement de la publicité s'appliquant aux produits phytosanitaires. Cet objectif est plus que jamais pertinent, au moment même de l'élaboration du plan Ecophyto, issu des discussions du Grenelle de l'environnement.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, à l'assurance de mes respectueux hommages.

**Le Directeur Général de la Prévention  
des Risques**



Laurent MICHEL