

## ***Monsanto condamné pour publicité mensongère du Round Up***

### **Extraits du jugement n° 0077476 du 26 janvier 2007**

Attendu que l'utilisation combinée sur les étiquettes et emballages des produits herbicides pour jardins d'amateurs de marque « *Roundup* » visés à la prévention, des termes et expressions « biodégradable », « laisse le sol propre », « respect de l'environnement », « efficacité et sécurité pour l'environnement », avec parfois l'adjonction d'un logo représentant un oiseau, peut laisser faussement croire au consommateur à l'innocuité totale et immédiate desdits produits par suite d'une dégradation biologique rapide après usage, alors que le glyphosate en constituant la substance chimique active, auquel il est ajouté un surfactant, l'amine polyoxyéthylène, présente une écotoxicité manifeste et ne se dégrade pas rapidement dans la nature, puisque selon les études effectuées par le groupe Monsanto lui-même, un niveau de dégradation biologique de 2 % seulement peut être obtenu après 28 jours.

Que de même l'affirmation dans deux films TV diffusés au 20 mars au 28 mai 2000 selon laquelle le *RoundUp* est biodégradable et « laisse le sol propre » après son utilisation, laquelle est effectuée par un chien procédant seul à la pulvérisation du produit sur une plante à détruire, est également de nature à induire en erreur le consommateur sur l'innocuité totale et immédiate du dit produit.

Attendu en effet que le glyphosate et son adjuvant n'étant pas dégradables dans l'environnement, ceux-ci ne sauraient laisser le sol propre après usage, spécialement dans l'hypothèse d'une utilisation pluriannuelle ; qu'en conséquence la réception du message écrit figurant sur les emballages, ainsi que de celui, visuel et sonore, résultat des films télévisuels, est de nature à faire faussement croire au consommateur que les produits de marque Roundup visés à la prévention disparaissent totalement et immédiatement après usage, alors qu'ils peuvent au contraire demeurer durablement dans le sol, sous la forme de glyphosate et de son adjuvant, voire se répandre dans les eaux souterraines, dans les zones vulnérables à cet égard.

Attendu qu'il s'en suit que le délit de publicité mensongère ou de nature à induire en erreur le consommateur est constitué en son élément moral.

Attendu qu'il apparaît que les préposés du groupe Monsanto n'ignoraient pas, préalablement à la diffusion des messages publicitaires litigieux, que les produits herbicides pour jardins d'amateurs visés à la prévention présentaient un caractère écotoxique ;

Attendu que c'est donc en connaissance de cause, que X et X ont fait procéder courant 2000 à la diffusion de messages publicitaires trompeurs contenant des arguments écologiques erronés dans le but de faire faussement croire à l'existence d'une innocuité totale et immédiate pour l'environnement des produits visés à la prévention.

**Venelle de la caserne 22200 GUINGAMP**

Tél : 02 96 21 38 77 – [deleque-regional@eau-et-rivieres.asso.fr](mailto:deleque-regional@eau-et-rivieres.asso.fr)

Association agréée de protection de l'environnement et de consommateurs  
Membre de France Nature Environnement et du Bureau Européen de l'Environnement

<http://www.eau-et-rivieres.asso.fr>