

PLAINTÉ

POUR :

Réseau “Sortir du nucléaire”, Association agréée pour la protection de l’environnement et régie par la loi du 1^{er} juillet 1901 – Représentée par Marie Frachisse

CONTRE :

- 1 – La publicité diffusée par Orano SA sur Internet intitulée « *Idées reçues* »
- 2 – Les publicités diffusées par Orano SA dans la presse papier telles que celle parue dans Femina entre le 18 et le 24 novembre 2019 intitulée « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète* »

Orano est une société anonyme au capital de 132.076.389 euros, immatriculée au R.C.S. de Nanterre le 27 mai 2013 sous le numéro 330 956 871, dont le siège social est Tour AREVA – 1, place Jean Millier – 92400 Courbevoie.

1. CONTEXTE

1.1. A propos d'Orano SA

Orano (anciennement Areva) est une multinationale française du secteur de l'énergie, œuvrant principalement dans les métiers du nucléaire.

Orano SA se définit sur son site internet de la manière suivante :

« Orano valorise les matières nucléaires afin qu'elles contribuent au développement de la société dans le domaine de l'énergie mais aussi dans la recherche en médecine nucléaire. Le groupe propose des produits et services à forte valeur ajoutée sur l'ensemble du cycle du combustible nucléaire des matières premières au traitement des déchets. Ses activités, de la mine au démantèlement en passant par la conversion, l'enrichissement, le recyclage, la logistique et l'ingénierie, contribuent à la production d'une électricité bas carbone. Orano et ses 16 000 collaborateurs mettent leur expertise, leur recherche permanente d'innovation, leur maîtrise des technologies de pointe et leur exigence absolue en matière de sûreté et de sécurité au service de leurs clients en France et à l'international. »¹.

Orano SA intervient ainsi à plusieurs titres : extraction du minerai d'uranium naturel, conversion et enrichissement du minerai en vue de l'utiliser comme combustible dans les réacteurs nucléaires, retraitement du combustible usé, démantèlement d'installations nucléaires, accompagnement de l'exploitant, activités d'ingénierie, transport, entreposage et gestion de la matière nucléaire, ainsi que des interventions dans le domaine de la médecine nucléaire. Pour ce faire, la société anonyme Orano s'appuie sur ses filiales spécialisées.

2. PUBLICITÉS CONTESTÉES

Plusieurs publicités émanant d'Orano SA sont contestées ici par l'association requérante. La première est une publicité diffusée par Orano SA sur Internet, via une page de son site web officiel intitulée « *Idées reçues* » (2.1.). La seconde est une publicité diffusée par Orano SA dans la presse papier, telle que celle parue dans le supplément Femina du Télégramme entre le 18 et le 24 novembre 2019, intitulée « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète* » (2.2.).

2.1. Sur la page Internet « *Idées reçues* »

Sur le site Internet d'Orano SA², figure une page intitulée « *Idées reçues* » qui porte sur le nucléaire, le carbone et les gaz à effet de serre (GES)³.

Nous pouvons lire, en haut de page, en majuscules et en gras, « *Pour faire du CO2 avec du nucléaire, il va falloir charbonner* » et en plus petit, mais toujours en majuscules, « *Le nucléaire émet 40 fois moins de CO2 que le gaz et même 70 fois moins que le charbon* ».

¹ Passage extrait de la page internet suivante : <https://orano.group/fr/groupe/groupe-industriel-international>.

² <https://www.orano.group/fr/>.

³ <https://www.orano.group/ideesrecues/>.

Il est ensuite expliqué, en-dessous, que « *Pourtant, d'après une récente étude BVA pour Orano (2019), 69% des Français pensent que le nucléaire produit du CO₂ et contribue au dérèglement climatique. Cette idée est fautive : au contraire, l'énergie nucléaire fait partie des solutions pour diminuer nos émissions de gaz à effet de serre (GES).* »

Une image montre, ensuite, deux tours de refroidissement de centrale nucléaire dessinées, desquelles s'échappe un gros nuage blanc. Juste en-dessous de ce dessin, est indiqué « *C'est bien de la vapeur d'eau qui sort des tours de refroidissement de nos centrales !* ». A gauche, est inscrit le mot CO₂ dans la hauteur du dessin. A droite, un compteur qui tourne fait défiler plusieurs chiffres en boucle : « *40 fois moins de CO₂ que le gaz* » ; « *70 fois moins de CO₂ que le charbon* » ; « *4 fois moins de CO₂ que le solaire* ».

Lorsque l'on descend encore sur cette même page, sur un bandeau jaune, est indiqué en gros et gras : « ***L'énergie nucléaire émet très peu de gaz à effet de serre*** » puis, en plus petit « *Le GIEC classe au niveau mondial le nucléaire parmi les énergies bas carbone, avec des émissions comparables à celles de l'éolien* ».

En dessous de ce bandeau jaune, sur fond blanc, un encadré avec un chiffre inscrit en gros et en jaune apparaît : « ***95 % d'électricité décarbonée en France*** ». A droite, il est indiqué en gras et gros : « ***Grâce au nucléaire, la France a déjà atteint les objectifs fixés par le protocole de Kyoto en termes d'émissions de CO₂.*** ». En dessous, en plus petit, est inscrit « *En comparaison, l'Allemagne émet 6 fois plus de CO₂ soit 53gr de CO₂ par kWh en France contre 338gr de CO₂ par kWh en Allemagne* ».

En scrollant une nouvelle fois vers le bas de la page, sur fond jaune, défilent des dessins de véhicules sur des voies de circulation à double sens avec un encadré indiquant « *Chaque année le nucléaire permet d'éviter les rejets de 2 milliards de tonnes de CO₂, soit l'équivalent des rejets de 400 millions de voitures* ».

La page se termine sur une vidéo du forum nucléaire belge intitulée « *L'énergie nucléaire et la lutte contre le réchauffement de la Terre* », ainsi que sur une carte du monde d'Electricity map intitulée « *Electricity map : impact sur le climat par zone* ».

Il est donc très net que le groupe Orano souhaite renvoyer ici au public l'image d'une entreprise éco-responsable, agissant en faveur de l'environnement en promouvant le recours à l'énergie nucléaire comme solution au changement climatique car peu, voire pas, émettrice de CO₂/gaz à effet de serre.

2.2. Sur la publicité parue dans la presse papier « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète* »

Le supplément Femina du magazine hebdomadaire français Télégramme, distribué du 18 au 24 novembre 2019, comprenait plusieurs pages publicitaires entièrement dédiées à Orano SA.

Parmi ces pages, l'une était intitulée « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète* ». Sur fond jaune, en dessous du titre écrit en gros et gras, cette page présente un dessin représentant deux tours de refroidissement de centrale nucléaire desquelles s'échappe un nuage blanc. Sous ce dessin, il est indiqué « ***La preuve : selon les chiffres du GIEC*, le nucléaire émet 40 fois moins de CO₂ que le gaz*** ».

En bas, apparaît le logo d'Orano avec l'inscription « *Donnons toute sa valeur au nucléaire* » ainsi qu'un renvoi vers le site Internet « <https://www.orano.group/ideesrecues/> » précédé de la mention « *Et si on voyait le nucléaire autrement ?* ». Sont également affichés les différents logos des réseaux sociaux ainsi qu'un QR Code.

A droite et dans la hauteur de la page, des mentions en très petits caractères indiquent « *L'énergie est notre avenir, économisons-la* » et expliquent le terme GIEC : « *Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat* ».

Là encore, cette publicité a pour but de faire la promotion de l'énergie nucléaire comme solution au réchauffement climatique car peu, voire pas, émettrice de CO₂/gaz à effet de serre.

Ces publicités contreviennent à plusieurs points de la Recommandation développement durable définie par l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ci-après, « ARPP ») et aux principes contenus dans le Code ICC, règles dont le respect est contrôlé par le Jury de Déontologie Publicitaire (ci-après, « JDP »).

C'est dans ces circonstances qu'est introduite la présente plainte devant le JDP.

3. DISCUSSION JURIDIQUE

L'association requérante démontrera que sa plainte est recevable (3.1.), qu'elle a qualité à agir (3.2.), rappellera les principes et avis antérieurs (3.3.) et que les publicités susvisées violent plusieurs des règles déontologiques publicitaires (3.4.).

3.1. Sur la recevabilité de la plainte

Le délai (3.1.1.) et le caractère publicitaire des publications contestées (3.1.2.) seront discutés.

3.1.1. Sur le délai

L'article 3, alinéa 1^{er} du Règlement intérieur du JDP dispose : « *Le JDP intervient à la suite de plaintes portant sur des publicités effectivement diffusées, au cours des deux mois précédant la réception de la plainte, sur le territoire français [...]* ».

L'article 3, alinéa 2 du même texte précise : « *Le délai de deux mois court à compter de la date de la première diffusion de la publicité et en cas de nouvelle diffusion par ou pour le compte de l'annonceur* ».

Par ailleurs, il est de jurisprudence constante que ce délai de deux mois n'est pas forclos tant que la publicité continue d'être diffusée sur le site internet de l'annonceur (v. par exemple JDP, « EDF Alsace », Avis 373/15, 3 juillet 2015).

En l'espèce, la page Internet « *Idées reçues* » est, à l'heure actuelle, toujours affichée sur le site officiel d'Orano SA.

Concernant les publicités diffusées dans Femina, elles sont parues dans l'hebdomadaire du 18 au 24 novembre 2019.

En conséquence, la plainte est déposée dans les délais requis.

3.1.2. *Sur le caractère publicitaire des publications contestées*

La définition de publicité ou de « communication commerciale » donnée par le Code Consolidé de la Chambre de Commerce et d'Industrie est la suivante :

« toute forme de communication produite directement par un professionnel de la communication ou en son nom et destinée principalement à promouvoir un produit ou à influencer le comportement des consommateurs ».

La jurisprudence retient aujourd'hui une définition très large de la publicité qu'elle entend comme tout message à destination du public, quelle que soit sa finalité, et quel que soit son auteur.

L'article 3, alinéa 1^{er} du Règlement intérieur du JDP ne définit pas la notion de publicité mais précise qu'il est compétent que les publicités « *présentent ou non un caractère commercial* ».

Selon le Code consolidé de la chambre de commerce et d'industrie internationale (ci-après, « Code ICC »)⁴, la publicité se définit comme « *toute forme de communication commerciale pratiquée par les médias, habituellement en échange d'un paiement ou d'une autre contrepartie de valeur* ». Il ajoute que la notion de communication commerciale s'entend de « *toute forme de communication produite directement par un professionnel de la communication ou en son nom et destinée principalement à promouvoir un produit ou à influencer le comportement des consommateurs* ».

Dans son avis n° 373/15 publié le 22 juillet 2015 "EDF Alsace", le JDP indique, à propos d'un visuel d'EDF mettant en exergue la mention « *100 % d'électricité produite sans émission de CO2 en Alsace* » que celui-ci « *ne se borne pas à présenter objectivement des informations relatives aux activités d'EDF* » et que, par sa présentation, « *il a pour but de mettre en valeur l'action de la société et, le cas échéant, d'influencer le comportement des consommateurs de plus en plus sensibles aux problématiques environnementales. Il ne revêt donc pas un caractère purement informatif, mais promotionnel, et constitue ainsi une publicité pouvant faire l'objet d'une plainte devant le Jury* »⁵.

Enfin, dans son avis n° 365/15 publié le 11 mars 2015 "Samu'z 31", le JDP a par ailleurs indiqué que « *l'ampleur de la diffusion d'une publicité est par elle-même sans incidence sur le respect des règles déontologiques qui s'impose à tout annonceur* ».

S'agissant de la page Internet « *Idées reçues* », elle ne se borne pas à présenter objectivement des informations relatives aux activités d'Orano SA. Par la présentation générale qui y est faite et, en particulier, la mise en exergue de la mention « *95 % d'électricité décarbonée en France* » accompagnée d'une illustration représentant des tours de refroidissement émettant un beau nuage blanc, cette page a pour but de mettre en valeur l'action de la société et, le cas échéant, d'influencer le comportement des consommateurs de plus en plus sensibles aux problématiques environnementales. Dès lors, la page Internet contestée revêt un caractère promotionnel.

⁴ Le Code ICC est une norme de référence pour l'ARPP (Article 1 des Statuts de l'ARPP) et, par voie de conséquence, pour le JDP (Article 3, alinéa 7 du Règlement intérieur du JDP).

⁵ <https://www.jdp-pub.org/avis/edf-alsace-internet/>

Concernant la publicité contenue dans Femina, il est évident que cette publicité a été diffusée pour influencer l'opinion des lecteur-trice-s de ce magazine sur l'énergie nucléaire en la présentant comme une énergie écologique.

En conséquence, les publications contestées entrent dans le champ de compétence du JDP.

3.2. Sur la qualité à agir de l'association requérante

L'article 11 du Règlement intérieur du JDP dispose que celui-ci « *peut être saisi d'une plainte par toute personne physique ou morale* ».

L'association Réseau "Sortir du nucléaire" est une association de protection de l'environnement exerçant son activité sur l'ensemble du territoire national, agréée au titre de l'article L 141-1 du Code de l'environnement par arrêté ministériel du 14 septembre 2005 (JORF du 1^{er} janvier 2006, p. 39), agrément renouvelé par arrêté du 28 janvier 2014 (JORF du 5 février 2014, p. 2092) et par arrêté du 12 décembre 2018 (JORF n° 0294 du 20 décembre 2018 texte n° 13).

Elle a notamment pour objet de :

*«• lutter contre les pollutions et les risques pour l'environnement et la santé que représentent l'industrie nucléaire et les activités et projets d'aménagement qui y sont liés (création ou extension d'installations nucléaires de base, construction de lignes à haute tension, programmes de recherche et de développement, etc.)
• informer le public et susciter la participation des citoyens à cette lutte
• promouvoir et veiller à la diffusion et au développement d'une information environnementale et sanitaire vraie et loyale
• agir pour que les règles relatives à la sûreté et à la sécurité nucléaires ainsi qu'au transport des substances radioactives soient appliquées conformément au principe de prévention inscrit à l'article 3 de la Charte de l'environnement
• faire œuvre d'éducation populaire, et notamment contribuer à la gestion équilibrée et durable des ressources énergétiques par une éducation à l'environnement (utilisation rationnelle de l'énergie, information sur les énergies renouvelables...)».*

Cette association a donc toute légitimité pour dénoncer les messages à caractère publicitaire créant la confusion et le doute dans l'esprit du public, et contrevenant ainsi aux efforts d'information et d'éducation populaire qu'elle fournit.

En conséquence, l'association Réseau "Sortir du nucléaire" est recevable à agir en qualité de personne morale.

3.3. Rappel des principes et avis antérieurs

Toute publicité doit, sous quelque forme que ce soit, respecter :

- les dispositions législatives et réglementaires spécifiques françaises en vigueur ;
- les règles déontologiques édictées par l'ARPP.

L'article 3, alinéa 7 du Règlement intérieur du JDP indique que celui-ci se prononce sur la conformité des messages publicitaires contestés avec les règles professionnelles publiées par l'ARPP, les principes généraux contenus dans le Code ICC et les engagements publiés, pris par

l'interprofession, à l'égard des pouvoirs publics en ce qui concerne le contenu de la publicité et dont l'ARPP est signataire.

L'ARPP a édicté une Recommandation développement durable (ci-après, « Recommandation DD ») qui énonce neuf points.

Par cinq fois entre 2015 et 2018, des communications publicitaires relatives à l'énergie nucléaire ont été déclarées par le JDP non conformes à des dispositions de la Recommandation DD de l'ARPP :

- EDF ALSACE – Internet / Avis n° 373/15 publié le 22 juillet 2015, plainte des associations Réseau "Sortir du nucléaire", Stop Fessenheim, Stop Transports - Halte au nucléaire, CSFR et Alsace Nature⁶ ;
- EDF - Internet & Presse / Avis n° 379/15 publié le 14 octobre 2015, plainte de l'association France Nature Environnement⁷ ;
- EDF – Internet / Avis n° 386/15 publié le 5 janvier 2016, plainte de l'association Réseau "Sortir du nucléaire"⁸ ;
- EDF CENTRALE – Presse / Avis n° 420/16 publié le 18 octobre 2016, plainte des associations France Nature Environnement et Réseau "Sortir du nucléaire"⁹ ;
- EDF / HAVAS – Presse / Télévision / Avis n° 490/18 publié le 5 février 2018, plainte de l'association Réseau "Sortir du nucléaire"¹⁰

Nous aurions espéré que ces différents avis aient sensibilisé les industriels du nucléaire à une communication plus responsable autour de leurs activités. Pourtant, cette dernière campagne publicitaire, émanant d'Orano, fait une nouvelle fois fi des règles déontologiques publicitaires.

En effet, on observe un manquement à cinq points de la Recommandation DD par les publicités susvisées d'Orano SA : défaut de véracité des actions (Point 1), défaut de proportionnalité du message (Point 2), défaut d'explicitation (Point 3), défaut de vocabulaire approprié (Point 6), défaut de responsabilité sociale (Point 9).

De plus, le Code ICC contient un Article 22 rédigé comme suit :

« La communication commerciale ne doit pas sembler cautionner ou encourager un acte qui enfreint la législation, les codes d'autorégulation ou les normes généralement admises quant à un comportement responsable au niveau environnemental. Elle doit respecter les principes énoncés au chapitre E, Allégations environnementales dans la communication commerciale. ».

Le chapitre dédié aux allégations environnementales dans la communication commerciale précise ce que doit être un comportement environnemental en publicité. Or, les publicités contestées d'Orano SA méconnaissent un de ces caractères : leur présentation n'est pas honnête et véridique notamment en ce qu'elles induisent le consommateur en erreur en n'étant pas précises sur la qualité environnementale du service (Article E1).

3.4. Sur la violation des règles déontologiques publicitaires par les publicités Orano

⁶<https://www.jdp-pub.org/avis/edf-alsace-internet/>

⁷<https://www.jdp-pub.org/avis/edf-internet-presse/>

⁸<https://www.jdp-pub.org/avis/edf-internet/>

⁹<https://www.jdp-pub.org/avis/edf-centrale-presse/>

¹⁰<https://www.jdp-pub.org/avis/edf-presse-television/>

L'association requérante démontrera, de façon circonstanciée, les manquements aux règles déontologiques concernant la publicité parue sur le site Internet d'Orano SA intitulée « *Idées reçues* », ainsi que des publications parues dans la presse papier (et notamment Femina) intitulées « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète* » (3.4.1. à 3.4.4.).

3.4.1. ***Sur la véracité des actions (Point 1 de la Recommandation DD), la présentation honnête et véridique (Article E1 du Code ICC) et la minimisation des conséquences pour l'environnement (Point 9 de la Recommandation DD)***

Le Point 1 de la Recommandation DD dispose :

« 1.1 La publicité ne doit pas induire le public en erreur sur la réalité des actions de l'annonceur ni sur les propriétés de ses produits en matière de développement durable. ».

L'Article E1 du Code ICC indique pour sa part :

« La communication commerciale doit être conçue de manière à ne pas profiter abusivement de l'intérêt des consommateurs pour l'environnement ou exploiter leur éventuel manque de connaissance sur l'environnement. La communication commerciale ne doit contenir aucune affirmation ou aucun traitement visuel de nature à induire en erreur les consommateurs de quelque manière que ce soit quant aux aspects ou aux avantages environnementaux de produits ou quant à des actions entreprises par le professionnel de la communication en faveur de l'environnement. Parmi ces pratiques figurent en particulier l'exagération d'attributs environnementaux, en présentant une amélioration marginale comme un gain majeur, par exemple, ou l'utilisation trompeuse de statistiques [...]. La communication commerciale faisant référence à des produits ou à des activités spécifiques, elle ne doit pas conduire, sans justification appropriée, à ce qu'elle s'étende à la performance globale d'une société, d'un groupe ou d'un secteur. [...]

Une allégation floue ou non spécifique sur une qualité environnementale, qui peut donner lieu à plusieurs significations pour les consommateurs, doit uniquement être formulée si elle est applicable, sans explicitation, à toutes les circonstances raisonnablement prévisibles. Dans le cas contraire, une allégation environnementale générale doit être soit qualifiée, soit évitée. [...] Aussi longtemps qu'il n'existe aucune méthode définitive généralement acceptée pour mesurer la durabilité ou confirmer son accomplissement, aucune allégation ne doit être formulée sur sa réalisation. ».

En l'espèce, les formulations « *L'énergie nucléaire émet très peu de gaz à effet de serre. Le GIEC classe au niveau mondial le nucléaire parmi les énergies bas carbone, avec des émissions comparables à celles de l'éolien* » et « *Grâce au nucléaire, la France a déjà atteint les objectifs fixés par le protocole de Kyoto en termes d'émissions de CO₂* » sont trompeuses et Orano joue habilement ici sur les mots carbone et gaz à effet de serre qui, pour le grand public, renvoie à la même chose. Pourtant, lorsqu'elle met en avant l'énergie nucléaire comme peu émettrice de gaz à effet de serre, elle induit le public en erreur sur les propriétés de celle-ci et exploite son manque de connaissance en la matière. En effet, dans un avis du 21 mai 2019¹¹ qui analyse trois années de

¹¹ <http://logi103.xiti.com/go.click?xts=410711&s2=3&p=Avis-IRSN-2019-00108&clie=T&type=click&url=http://www.irsn.fr/FR/expertise/avis/2019/Documents/mai/Avis-IRSN-2019-00108.pdf>

déclarations d'évènements significatifs dans le nucléaire (2015, 2016, 2017), l'Institut de Radioprotection et de Sûreté Nucléaire (IRSN) indique que les évènements liés aux gaz à effet de serre sont l'une des deux principales causes de déclaration d'évènement significatif pour l'environnement (ESE) en matière nucléaire. Les émissions de fluides frigorigènes contenus dans les groupes frigorifiques constituent la source principale des déclarations d'ESE. Par ailleurs, les émissions de SF6 (l'hexafluorure de soufre), dont l'impact est environ dix fois plus important que celui des autres gaz à effet de serre présents sur les centrales nucléaires, sont seulement depuis 2018 soumises aux déclarations d'ESE. Elles ne sont donc pas prises en compte dans les déclarations analysées par l'IRSN dans cet avis. Le SF6 est pourtant l'un des six types de gaz à effet de serre visés par le protocole de Kyoto. Son potentiel de réchauffement global est 22 800 fois supérieur à celui du CO2, ce qui en fait potentiellement le plus puissant gaz à effet de serre sur Terre.

Par ailleurs, la formulation « *Grâce au nucléaire, la France a déjà atteint les objectifs fixés par le protocole de Kyoto en termes d'émissions de CO2* » est trompeuse dans la mesure où elle sous-entend que l'atteinte de ces objectifs, par ailleurs très bas, (pour la France, il ne s'agissait que de stabiliser au niveau de 1990 ses émissions de gaz à effet de serre) est à mettre sur le compte du seul nucléaire, occultant toutes les actions entreprises dans d'autres domaines. Or la réduction des émissions survenue en France depuis 1990 résulte de différents facteurs : fermeture de centrales thermiques certes, mais surtout mise en place de normes de performance énergétique plus exigeantes, amélioration des processus dans différentes industries... mais surtout, désindustrialisation et délocalisation hors de France d'industries polluantes ! Selon les données CITEPA, les émissions du secteur manufacturier français sont ainsi passées de 144 à 80,9 millions de tonnes équivalent CO2 entre 1990 et 2017, une baisse bien plus importante que celle liée au secteur électrique.

En outre, la référence au protocole de Kyoto est trompeuse dans la mesure où elle pourrait laisser entendre que le nucléaire fait partie des mécanismes de réduction des émissions reconnus au titre de cet accord, lui conférant ainsi une légitimité supplémentaire sur le plan environnemental. Or, le nucléaire a été explicitement exclu des mécanismes de Kyoto¹².

On notera qu'Orano fait ici habilement référence aux « *objectifs fixés par le protocole de Kyoto* » en jouant sur l'effet que cette référence emblématique mais au contenu peu connu peut induire chez le grand public. En effet, celui-ci, qui n'est pas forcément averti que la deuxième période d'engagement de ce protocole touche à sa fin, pourrait imaginer qu'il s'agit ici des objectifs climatiques de la France en général. Cela peut entraîner une confusion alors que la France s'est depuis dotée de nouveaux objectifs plus ambitieux en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre, sous la forme d'un « budget carbone » découlant de ses engagements à échéance 2030 et de l'objectif d'atteindre la neutralité carbone en 2050. Or si la France est en bonne voie de remplir les objectifs très bas fixés par le protocole de Kyoto, elle ne respecte pas ses budgets carbones¹³, et ce même avec un mix électrique extrêmement nucléarisé et présenté comme « bas-carbone ». Il apparaît d'ailleurs que ce mix électrique, volontiers mis en avant par la France pour se présenter comme la bonne élève de l'action climatique, constitue plutôt un alibi pour ne pas agir dans les autres domaines.

De plus, en représentant uniquement des tours de refroidissement de centrale nucléaire, Orano focalise l'attention sur la seule étape de la réaction nucléaire, omettant les opérations nécessaires en amont pour la production de combustible nucléaire. À ce titre, il convient de rappeler que l'usine

¹² « Les Accords disposent en outre que les Parties visées à l'annexe I doivent s'abstenir d'utiliser des unités de réduction des émissions générées par des installations nucléaires au titre de l'application conjointe ou du mécanisme pour un développement propre. » <https://unfccc.int/cop7/fr/issues/mechanisms.html>

¹³ voir les chiffres de l'observatoire climat énergie <https://www.observatoire-climat-energie.fr/climat/global/>

Orano Malvési, où le concentré de minerai d'uranium subit ses premières transformations, émet des quantités importantes¹⁴ de protoxyde d'azote (N²O), gaz à effet de serre au pouvoir de réchauffement global 265 fois supérieur à celui du CO₂. Le nouveau procédé TDN de traitement des nitrates, censé être mis en œuvre sur le site, émettrait 29 tonnes par an de N²O, soit plus de 7500 tonnes équivalent CO₂¹⁵. Quant aux installations de transformation et enrichissement de l'uranium d'Orano situées sur le site du Tricastin, elles émettent, selon les documents mêmes de l'entreprise¹⁶, 2928 tonnes équivalent CO₂/an, sans compter 1558 tonnes équivalent CO₂ d'émissions indirectes (ces quantités comprennent le CO₂ et les autres gaz à effet de serre).

En outre, la formulation « 95 % d'électricité décarbonée en France » peut être interprétée par le grand public comme signifiant que la quasi totalité de l'électricité produite en France n'implique aucune émission de dioxyde de carbone. Il en est de même, concernant la publicité parue dans la presse papier, et notamment Femina, qui met en avant l'affirmation « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète* ». Or, il est constant que la production d'énergie, quelle qu'elle soit, implique nécessairement de tels dégagements gazeux. Le contenu en CO₂ du nucléaire a d'ailleurs fait l'objet d'une méta-étude¹⁷, qui débouche sur un chiffre médian de 66g de CO₂ par KWh. Compte tenu de la sensibilité de la problématique, le JDP avait d'ailleurs estimé, dans son avis n° 373/15 "EDF Alsace" que « *la publicité en faveur de l'énergie nucléaire doit veiller à lever toute ambiguïté quant à ses incidences environnementales. Si elle peut mettre en valeur qu'une centrale nucléaire n'émet pas directement de CO₂ ou que, sur la totalité du cycle de production, ces émissions sont inférieures pour l'énergie nucléaire, comparée aux centrales thermiques, en l'état des études disponibles, elle ne saurait suggérer que ces émissions seraient nulles* ».

En présentant de nombreux chiffres dont la plupart ne sont pas sourcés, en entretenant une confusion entre carbone et GES, en employant les termes « décarboné » et « bas carbone », Orano pose le nucléaire en champion de la lutte contre le changement climatique. Pourtant, comme l'a démontré une étude du cabinet WISE Paris¹⁸, ce dernier n'apporte qu'une contribution médiocre à la réduction des émissions de gaz à effet de serre ; surtout, en raison des importants investissements qu'il requiert, il bloque le développement des vraies solutions, à savoir les économies d'énergie et les énergies renouvelables. Comme le montre le dernier *World Nuclear Industry Status Report*, le nucléaire est trop lent et trop cher pour faire face à l'urgence climatique. Pour un euro investi, les réductions d'émissions sont bien plus importantes et plus rapides dans le secteur des économies d'énergies et des énergies renouvelables que dans le nucléaire. Le rapport montre ainsi que si la Chine avait consacré aux énergies renouvelables ce qu'elle a investi dans le nucléaire, ses émissions auraient déjà baissé de 3 à 6%¹⁹.

Enfin, les enjeux environnementaux ne sauraient se résumer aux seules émissions de gaz à effet de serre. Il convient de rappeler que le nucléaire génère d'importantes nuisances environnementales, que le GIEC lui-même considère comme des impacts négatifs au regard des Objectifs de Développement Durable (ODD) : mise en circulation de substances radioactives pouvant être détournées à des fins militaires, production de milliers de tonnes de déchets radioactifs chaque année, pollution des mines d'uranium, risque persistant d'accident de type Tchernobyl ou

¹⁴ Lorsque cette usine fonctionne à pleine puissance (ce qui n'est pas le cas depuis 2 ans, la production étant réduite à 10%), ces émissions peuvent représenter plusieurs centaines de tonnes de N²O par an,

¹⁵ Voir l'étude d'impact : http://www.sdn11.fr/wp-content/uploads/2017/11/DDAE_TDN_-_Vol_2_-_Chapitre_4_-_Effets_Vf_AREVA_Complements_DREAL_cle2ad845.pdf

¹⁶ https://www.orano.group/docs/default-source/orano-doc/groupe/publications-reference/suppl%C3%A9mentrapportinformation2018_orano-tricastin.pdf

¹⁷ https://www.nirs.org/wp-content/uploads/climate/background/sovacool_nuclear_ghg.pdf

¹⁸ <http://www.sortirdunucleaire.org/IMG/pdf/151027rapport-nucleaire-climat-2.pdf>

¹⁹ <https://www.worldnuclearreport.org/IMG/pdf/wnisr2019-v2-hr.pdf>, p. 253

Fukushima, dont les conséquences sanitaires et environnementales seraient dramatiques (voir notamment, p. 461 du rapport sur les moyens pour limiter le changement climatique à 1,5°C : « *Nuclear power [...] can increase the risks of proliferation, have negative environmental effects* »²⁰)

Dans ces conditions, les publicités en cause sont susceptibles d'induire le public en erreur sur les propriétés de l'énergie nucléaire, en méconnaissance du Point 1 de la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP et de l'article E1 du Code ICC, et elle n'est également, par voie de conséquence, pas conforme au Point 9 de la même Recommandation, selon lequel « *la publicité doit éviter, dans son discours, de minimiser les conséquences de la consommation de certains produits ou services susceptibles d'affecter l'environnement* ».

3.4.2. *Sur la proportionnalité du message (Point 2 de la Recommandation DD)*

Le Point 2 de la Recommandation DD dispose :

« 2.2 *Le message publicitaire doit être **proportionné** à l'ampleur des actions menées par l'annonceur en matière de développement durable ainsi qu'aux propriétés du produit dont il fait la promotion.*

2.3 *En particulier :*

[...]

*b/ Le message publicitaire ne saurait suggérer indûment **une absence totale d'impact négatif**.* »

Dans sa publicité parue dans la presse papier « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas le climat* » et en indiquant sur son site Internet « *Idées reçues* » que « *Pour faire du CO2 avec du nucléaire, il va falloir charbonner* » et que « *Pourtant, d'après une récente étude BVA pour Orano (2019), 69% des Français pensent que le nucléaire produit du CO2 et contribue au dérèglement climatique. Cette idée est fautive : au contraire, l'énergie nucléaire fait partie des solutions pour diminuer nos émissions de gaz à effet de serre (GES).* », Orano laisse entendre que le nucléaire n'aurait pas d'impact négatif sur le climat, voire aurait un impact favorable sur celui-ci.

Or, il est constant que la production d'énergie, quelle qu'elle soit, implique nécessairement des dégagements de CO2 et de gaz à effet de serre qui ont un impact sur le climat, y compris concernant le nucléaire²¹. En outre, si la production électrique en tant que telle peut être qualifiée de moins émettrice de CO2 que d'autres formes de production d'énergie, on peut s'interroger sur ce qu'il en est concernant l'ensemble de la chaîne nucléaire (de l'extraction du minerai à la gestion des déchets). De plus, le nucléaire génère d'autres formes de pollution dont il est totalement fait fi dans ces publicités : des pollutions quotidiennes (rejets chimiques et radioactifs, gazeux et liquides, dans l'environnement) ainsi que des milliers de tonnes de déchets radioactifs produits chaque année, en France, dont on ne sait que faire. Et les conséquences sanitaires et environnementales d'un accident nucléaire de type Fukushima ou Tchernobyl seraient dramatiques.

Enfin, l'usine de retraitement des combustibles usés exploitée aujourd'hui par Orano à La Hague (France) est l'une des installations les plus polluantes sur le plan radiologique. Elle rejette en particulier dans l'atmosphère de très grandes quantités d'un gaz radioactif, le krypton 85 conduisant

²⁰ https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2019/05/SR15_Chapter5_Low_Res.pdf

²¹ https://www.nirs.org/wp-content/uploads/climate/background/sovacool_nuclear_ghg.pdf

à multiplier par 60 la radioactivité moyenne annuelle de l'air dans les villages voisins. Compte tenu de sa longue période (10 ans), la concentration de ce gaz ne cesse d'augmenter dans l'ensemble de l'hémisphère nord. Certains chercheurs ont soulevé la question de l'impact de cette ionisation artificielle de l'atmosphère sur le climat. Et l'usine de La Hague, assujettie au Plan National d'Allocation des Quotas, est l'un des principaux producteurs de gaz à effet de serre de la région Nord Cotentin. Elle a rejeté 80 551 tonnes de CO₂ en 2007²². De manière générale, les émissions totales du groupe Orano s'élevaient en 2018 à plus de 260 000 tonnes équivalent CO₂²³.

Dans ces conditions, les publicités en cause ne sont pas proportionnées à l'ampleur des actions menées par l'annonceur en matière de développement durable ainsi qu'aux propriétés du produit dont il fait la promotion et ne saurait suggérer une absence totale d'impact négatif. Elle méconnaît ainsi le Point 2 de la Recommandation « Développement durable » de l'ARPP.

3.4.3. *Sur la clarté du message (Point 3 de la Recommandation DD)*

Le Point 3 de la Recommandation DD dispose :

« 3.3 Lorsqu'une explicitation est nécessaire, celle-ci doit être claire, lisible ou audible et, donc, répondre aux exigences de la Recommandation Mentions et renvois de l'ARPP »

En l'espèce, les nombreux chiffres et affirmations présentées par Orano dans ces publicités litigieuses ne sont pour la plupart pas sourcés, ni explicités. Par exemple, sur l'affirmation « *le nucléaire émet 40 fois moins de CO₂ que le gaz et même 70 fois moins que le charbon* », il n'est pas précisé si ces chiffres portent sur l'ensemble du cycle de vie du nucléaire ou seulement sur la phase production. Il en est de même pour l'ensemble des chiffres avancés en la matière sur la page Internet « *Idées reçues* » et sur la publication « *nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète* ».

Dans son avis n° 385/15 "EDF", le JDP observait « *que le pourcentage de 98 % est totalement dépourvu d'explication ou de renvoi qui permettrait au public auquel ce slogan s'adresse de comprendre à quoi se réfère cette donnée et ce qu'elle contient. (...) Dans ces conditions, le Jury estime que le slogan en cause peut être de nature à induire le public en erreur sur la réalité des actions mise en œuvre par la société EDF et revendiquées par elle et qu'il n'est pas conforme aux dispositions 1.1 et 3.3 de la Recommandation Développement durable de l'ARPP* ».

Ainsi, l'absence d'explicitation des chiffres et données mis en avant par Orano dans ses publicités est contraire au Point 3 de la Recommandation « Développement durable ».

3.4.4. *Sur le vocabulaire du message (Point 6 de la Recommandation DD)*

Le Point 6 de la Recommandation DD dispose :

*« 6.1 Les termes et expressions utilisés ne doivent pas induire le public en erreur sur la nature et la portée des propriétés du produit ou des actions de l'annonceur en matière de développement durable.
(...) »*

²² http://www.criirad.org/actualites/dossier_09/areva/denonciation.html

²³ <https://fr.statista.com/statistiques/989561/diffusion-gaz-effet-serre-orano/>



Réseau Sortir du nucléaire

6.3 Dans le cas où il serait impossible de justifier des formulations globales (ex. : écologique, vert, éthique, responsable, préserver, équitable, durable, ...), la publicité doit les relativiser en utilisant des formulations telles que “contribue à”

6.4 Les termes, expressions ou préfixes utilisés ne doivent pas traduire indûment une absence d'impact négatif du produit ou de l'activité de l'annonceur. »

En l'espèce, les affirmations telles que « nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète » et « 95% d'électricité décarbonnée en France » induisent le public en erreur sur l'impact du recours à l'énergie nucléaire comme source de production électrique sur le climat et la planète. Or, comme dit précédemment, il est constant que la production d'énergie, quelle qu'elle soit, implique nécessairement des dégagements de CO₂ et de gaz à effet de serre qui ont un impact sur le climat, y compris concernant le nucléaire²⁴. En outre, si la production électrique en tant que telle peut être qualifiée de moins émettrice de CO₂ que d'autres formes de production d'énergie, on peut s'interroger sur ce qu'il en est concernant l'ensemble de la chaîne nucléaire (de l'extraction du minerai d'uranium à la gestion des déchets). De plus, le nucléaire génère d'autres formes de pollution dont il est totalement fait fi dans ces publicités : des pollutions quotidiennes (rejets chimiques et radioactifs, gazeux et liquides, dans l'environnement) ainsi que des milliers de tonnes de déchets radioactifs chaque année, en France, dont on ne sait que faire. Et les conséquences sanitaires et environnementales d'un accident nucléaire de type Fukushima ou Tchernobyl seraient dramatiques.

Enfin, l'usine de retraitement des combustibles usés exploitée aujourd'hui par Orano à La Hague (France) est l'une des installations les plus polluantes sur le plan radiologique. Et l'usine de La Hague, assujettie au Plan National d'Allocation des Quotas, est l'un des principaux producteurs de gaz à effet de serre de la région Nord Cotentin. Elle a rejeté 80 551 tonnes de CO₂ en 2007²⁵. De manière générale, les émissions totales du groupe Orano s'élevaient en 2018 à plus de 260 000 tonnes équivalent CO₂²⁶.

En outre, au vu du point 6.3, les formulations « nucléaire : eh non, on ne réchauffe pas la planète » et « 95% d'électricité décarbonnée » devraient être relativisées.

Enfin, les expressions « décarbonnée » et « on ne réchauffe pas la planète » traduisent indument une absence d'impact négatif en ce qui concerne les activités nucléaires, contrairement à ce que recommande le point 6.4.

Dans ces conditions, la publicité en cause méconnaît le Point 6 de la Recommandation DD de l'ARPP.

Ces formulations visant à parer le nucléaire de vertus ne sont pas innocentes, d'autant qu'Orano n'a dans l'absolu rien à vendre au grand public. Cette campagne publicitaire a été lancée alors même que l'industrie nucléaire, avec le soutien du gouvernement, pousse activement pour le renouvellement du parc nucléaire français. Les projets de six nouveaux réacteurs portés par EDF²⁷ constituent, pour l'ensemble de la filière, Orano comprise, l'assurance de pouvoir continuer à trouver un débouché pour leurs activités dans les décennies à venir. Ces projets de nouveaux réacteurs soulèvent cependant des interrogations légitimes, au regard du fiasco du chantier de l'EPR de Flamanville, qui cumule retards et

²⁴ https://www.nirs.org/wp-content/uploads/climate/background/sovacool_nuclear_ghg.pdf

²⁵ http://www.criirad.org/actualites/dossier_09/areva/denonciation.html

²⁶ <https://fr.statista.com/statistiques/989561/diffusion-gaz-effet-serre-orano/>

²⁷ https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/10/14/nucleaire-comment-le-gouvernement-travaille-en-catinini-a-la-construction-de-six-nouveaux-epr_6015478_3234.html



Réseau Sortir du nucléaire

surcoûts et a révélé une perte de compétence flagrante. Face à une opinion publique majoritairement hostile à la construction de nouveaux réacteurs²⁸, la diffusion large de ces publicités apparaît comme une tentative d'améliorer l'acceptabilité sociale du nucléaire afin de limiter les oppositions à ces projets.

Par ces motifs, l'association requérante a l'honneur de solliciter de la part du JDP :

- [De déclarer la présente plainte fondée ;
- [De déclarer l'ensemble des publicités susvisées comme contraires aux règles déontologiques publicitaires.

Marie Frachisse
Coordinatrice des questions juridiques
Réseau "Sortir du nucléaire"

Contact :

Réseau "Sortir du nucléaire" / Marie Frachisse
9 rue Dumenge, 69317 Lyon Cedex 04, France
Tél. +33 (0)7 62 58 01 23
marie.frachisse@sortirdunucleaire.fr

²⁸Ainsi, les 400 citoyens tirés au sort lors du débat public sur la Programmation Pluriannuelle de l'Energie, en 2018, se sont exprimés à 67% contre la construction de nouveaux réacteurs EPR en France (voir p. 118 du compte-rendu du débat : http://cpdp.debatpublic.fr/cdpd-ppe/file/2484/ppe-compte.rendu_web_light3.pdf)