

Feuille de réponses

Groupe 1 : Qu'est-ce que le greenwashing ?

- Donnez 2 définitions différentes de greenwashing.
 - *Une stratégie qui donne une image écologique à des entreprises et à des produits qui ne le sont pas.*
 - *C'est le fait pour une entreprise d'induire le consommateur en erreur en utilisant l'argument écologique alors qu'en réalité, son engagement pour l'environnement est inexistant ou presque.*
- Donnez 3 façons dont les entreprises peuvent faire du greenwashing et donnez un exemple concret pour chacune d'entre elles.
 - *Promotion du bio et du végétal, alors qu'en pratique, la composition de certains de leurs produits comporte des éléments industriels et/ou chimiques.*
 - *Dans le secteur de l'énergie, il s'agit plutôt du fait que de nombreux fournisseurs proposent des offres de biogaz et d'électricité verte, mais investissent en parallèle bien davantage dans les énergies fossiles ou nucléaires.*
 - *L'utilisation d'un emballage plastique ou d'un packaging non recyclable pour un produit qui se veut 'green'.*
- Donnez 1 exemple de raisons pour lesquelles les entreprises pratiquent le greenwashing.
 - *Marketing et argent : les entreprises constatent une demande 'verte' croissante. Ils aiment capitaliser sur cela avec leur marketing, afin de ne pas perdre d'argent ou de gagner plus d'argent.*
- Donnez 2 exemples de raisons pour lesquelles greenwashing est nocif.
 - *Le greenwashing réduit le sentiment d'urgence écologique.*
 - *Le greenwashing porte préjudice aux vrais engagements écologiques.*

Groupe 2 : Quelles sont les mesures mises en place contre le greenwashing ?

- Donnez 3 mesures prises par l'UE pour mieux protéger les consommateurs contre le greenwashing.
 - *Que toutes les allégations environnementales soient prouvées, et ce sur la base des mêmes normes internationales.*
 - *Que toutes ces allégations soient régulièrement contrôlées par les autorités nationales et que ces informations soient également rendues publiques.*
 - *Que les entreprises qui induisent les consommateurs en erreur doivent s'attendre à des amendes.*
- Expliquez ce qu'est le 'social washing'.
 - *Pratique par laquelle une entreprise trompe les consommateurs en se donnant une fausse image de responsabilité sociale. Par exemple, en affirmant qu'un produit ou un service particulier est 'exempt d'esclavage', alors qu'en réalité, ce n'est pas tout à fait vrai.*
- Donnez 2 exemples de raisons pour lesquelles les consommateurs ont plus de mal à consommer consciemment.
 - *53 % des allégations vertes donnent des informations vagues, trompeuses ou infondées.*
 - *40 % des demandes n'ont pas d'éléments de preuve à l'appui.*
 - *La moitié des labels verts offrent une vérification faible ou inexistante.*

- *Il existe 230 labels de durabilité et 100 labels d'énergie verte dans l'UE, avec des niveaux de transparence très différents.*
- Quels sont les 5 critères de détermination de l'indice de réparabilité ?
 - *la durée de disponibilité de la documentation technique*
 - *la facilité de démontage et les outils nécessaires pour y parvenir*
 - *la durée de disponibilité des pièces détachées*
 - *le prix des pièces détachées rapporté au prix du produit neuf*
 - *les critères spécifiques tels que le score déterminé par des sous-critères propres à la catégorie de produits concernée. Par exemple la possibilité de réinitialisation logicielle pour des smartphones et ordinateurs portables.*

Groupe 3 : Comment essayer de reconnaître le greenwashing ?

- Donnez 2 exemples de raisons pour lesquelles le greenwashing est un problème.
 - *De nombreux citoyens souhaitent contribuer à une économie plus durable, mais ne reçoivent pas toujours des informations fiables.*
 - *De nombreuses organisations préfèrent maintenant s'abstenir de communiquer au sujet de leur action environnementale, de peur de mal s'y prendre. C'est ce que l'on appelle le 'greenhushing'.*
- Donnez 5 exemples de la façon dont nous pouvons reconnaître le greenwashing.
 - *Une substance réputée naturelle est mise en avant, alors que le produit n'en contient qu'une portion minime.*
 - *Des mots ou termes vagues, imprécis ou ambigus, qui ne sont pas définis clairement dans le message.*
 - *Un visuel trompeur comme des images, couleurs, signes, logos et symboles qui donnent une fausse impression.*
 - *Un label environnemental est apposé sur le produit. Il semble officiel et certifié par une instance indépendante alors qu'il a été créé par le fabricant.*
 - *Une mise en avant hors sujet : l'accent est mis sur une action responsable que l'entreprise a menée mais qui est sans rapport avec le produit en question.*
 - *L'information n'est pas crédible : l'utilisation d'un argument écologique pour mettre en avant un produit nocif pour la santé.*
 - *Les informations pertinentes sur l'avantage écologique sont insuffisantes ou manquantes.*
- Donnez 2 exemples des raisons pour lesquelles le greenwashing est difficile à détecter.
 - *Vous avez besoin de faits et de preuves détaillés.*
 - *Toutes les entreprises ne sont pas transparentes.*
 - *Toutes les entreprises ne pratiquent pas consciemment le greenwashing.*
 - ...

Groupe 4 : Quelle est la relation entre le greenwashing et le papier ?

- Le papier semble régulièrement victime de greenwashing. De quelle manière ?
 - *Les organisations tentent de convaincre les consommateurs de passer au zéro papier sur la base d'arguments écologiques. Par exemple, le papier est dit être mauvais pour l'environnement (en particulier pour les forêts) afin de mettre davantage en avant les*

alternatives numériques. Aucune attention n'est accordée à la pollution causée par la numérisation.

- Qu'est-ce que la campagne anti-greenwashing de Two-Sides ?
 - *Sensibiliser le public aux faits grâce à des informations fondées sur le papier et la numérisation.*
 - *Communiquer les intentions de greenwashing. De cette façon, les gens peuvent comprendre les motifs qui le sous-tendent et aussi comprendre les dommages qu'il cause.*
 - *Ils examinent les assertions soi-disant écologiques. Ils contactent les entreprises en vue de fournir les bonnes informations tout en soulignant les conséquences juridiques de leur 'greenwashing'*
- Papier.be milite également contre le greenwashing. Comment s'y prennent-ils ?
 - *Ils détectent les organisations et des entreprises qui se livrent à du greenwashing sur le papier.*
 - *À travers une brochure intitulée « Papier et durabilité : les faits » et via leur site web, ils montrent que le papier est durable à bien des égards.*
 - *Ils demandent aux consommateurs de signaler les allégations environnementales trompeuses et les fausses allégations.*
- Donnez 2 exemples de la façon dont le papier et la forêt entretiennent une relation durable l'un avec l'autre.
 - *L'industrie papetière en Europe fonctionne de manière durable pour les forêts, elle n'est pas responsable de la disparition des forêts tropicales. Environ la moitié de la production est réalisée avec du bois d'éclaircie, le reste provient de forêts gérées durablement. De plus, ces arbres ne sont pas seulement abattus pour produire du papier, mais chaque partie de l'arbre est utilisée comme elle l'est pour les meubles.*
 - *En Europe, 73 % du papier est du papier recyclé. Ils veulent faire encore mieux dans ce domaine et donner l'exemple en matière d'économie circulaire.*