|  |
| --- |
| Réflexion 7 – Combattre le Greenwashing |
| **Durée** : 15’ | *Homme avec un remplissage uni*ou *Deux hommes avec un remplissage uni* | **Source** |

**Travail à faire**

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes :

1. En quoi consiste le Greenwashing ?
2. Comment Total trompe le public ?
3. Pourquoi cette stratégie est dangereuse pour la planète
4. Quelle est la proposition de Greenpeace pour lutter contre le Greenwashing ?

**Doc. Greenwashing : une stratégie marketing dangereuse pour la planète**

*****Source : https://www.greenpeace.fr/*

Le greenwashing est une stratégie marketing utilisée par une entreprise ou toute autre organisation pour redorer, ou plutôt verdir, son image.

**Qu’est-ce que le greenwashing ?**

Les entreprises mettent en place de nombreuses stratégies marketing pour atteindre leurs objectifs. L’intérêt est d’inciter les consommateur.rices à privilégier leur marque plutôt qu’une autre, parce qu’elles auraient la meilleure réputation.

Le greenwashing est une stratégie marketing parmi d’autres. Elle consiste à tromper les consommateur·rices sur le véritable impact environnemental d’une entreprise, en affichant une image plus responsable, plus soucieuse de l’environnement. L’objectif du **greenwashing** est donc de donner à une entreprise une façade écologique qui ne ressemble en rien à la réalité, en mettant en avant des solutions qui en fait n’en sont pas et en instaurant une communication trompeuse.

**Total, experte en greenwashing**

Les entreprises les plus polluantes, comme les entreprises du secteur des énergies fossiles, se doivent de déployer des stratégies à la hauteur de leurs actions néfastes sur l’environnement. Total, l’un des plus grands pollueurs mondiaux, en est l’un des meilleurs exemples.

Afin de faire oublier l’impact climatique de ses activités industrielles, Total investit massivement dans une communication sur les énergies renouvelables ou sur de prétendues solutions comme la compensation carbone. Ainsi, si l’on se fie uniquement à sa communication publicitaire, la filiale Total Direct Energie peut apparaître comme un fournisseur d’électricité verte. Mais la réalité est tout autre, et cette manipulation de l’entreprise est aujourd’hui encore trop efficace.

**Comment différencier greenwashing et prise de responsabilité environnementale ?**

À moins d’effectuer des recherches très poussées sur les activités des entreprises, il est difficile de distinguer le greenwashing des avancées réelles pour l’environnement. Constat peu surprenant, puisque ces entreprises ont des moyens suffisants pour investir massivement dans cette **stratégie marketing** malhonnête. Mais nous pouvons agir pour leur compliquer la tâche.

En autorisant les entreprises du secteur des énergies fossiles à communiquer au travers de publicités, nous les autorisons à poursuivre leur stratégie de greenwashing. Les laisser faire, c’est les laisser tromper les consommateur·rices quant à leur véritable impact sur la planète. Pour y mettre un terme et interdire la publicité et les parrainages pour toutes les entreprises vendant des biens et services fossiles, rejoignez l’initiative citoyenne européenne (ICE).

**Réponses**

1. En quoi consiste le Greenwashing ?
2. Comment Total trompe le public ?
3. Pourquoi cette stratégie est dangereuse pour la planète ?
4. Quelle est la proposition de Greenpeace pour lutter contre le Greenwashing ?