

Title/Titre : La communication environnementale

**Speakers/
Intervenants :** Laure Vidal, ECO-CONCEVOIR



Sommaire

La communication environnementale

- 1) Issues
- 2) The sins of greenwashing
- 3) Good practices

Issues

- Des attentes croissantes sur les emballages
 - Marchés
 - Consommateurs
- Réponse : opportunité marketing
- Problématique : se différencier au milieu des allégations et labels verts





Issues

- Complexité de l'information environnementale

ÉCOLO PASS
LE GUIDE DU TRI SÉLECTIF

ÉTUI CARTON

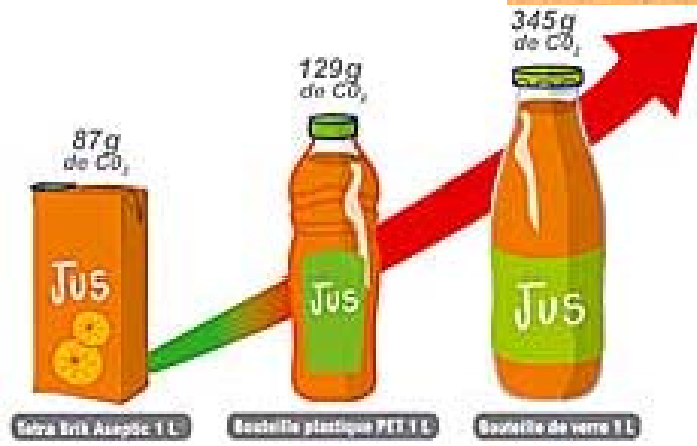
22 (recyclable) / 1 (non-recyclable)

BARQUETTE PLASTIQUE / **SACHET PLASTIQUE**

INFORMATIONS EMBALLAGE TOTAL

20,6 g (recyclable) / 6,4 g (non-recyclable) / 27,0 g (total)

● POIDS RECYCLABLE ● POIDS NON-RECYCLABLE



ET AVEC NOIX DE PÉCAN

Pepi

LE GUIDE DU TRI SÉLECTIF

INFORMATIONS EMBALLAGE TOTAL

20,6 g (recyclable) / 6,4 g (non-recyclable) / 27,0 g (total)

● POIDS RECYCLABLE ● POIDS NON-RECYCLABLE



Issues

- Le risque : le greenwashing... et ses conséquences :
 - Démobilisation des consommateurs
 - Dégradation de l'image de la marque et de l'entreprise

*Emballage
écologique*

Biodégradable

Naturel



cniid

A R P P

autorité de
régulation professionnelle
de la publicité



The sins of greenwashing

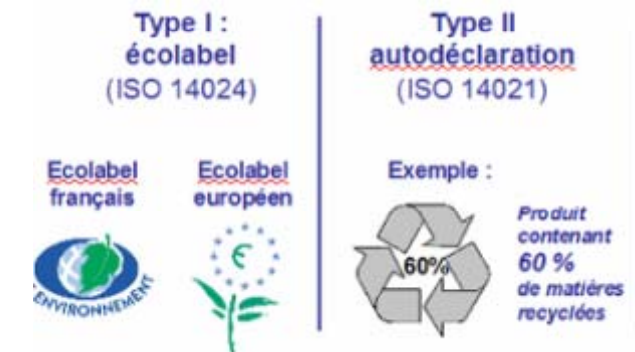
(Terra Choice)

1. Sin of hidden trade-off
2. Sin of no proof
3. Sin of vagueness
4. Sin of irrelevance
5. Sin of lesser of two evils
6. Sin of fibbing
7. Sin of worshipping false labels



Good practices

- Le choix des axes de communication
- L'uniformisation des méthodes de calcul
- Règles ISO : promouvoir les écolabels, BP d'autodéclarations
- Les recommandations de l'ARPP
- CCI : code ICC consolidé sur les pratiques de publicité et de communication de marketing



ARPP / Recommandations Développement durable

Véracité des actions /
Proportionnalité des messages /
Clarté du message / Loyauté / Signes,
labels, logos, symboles,
autodéclarations / Vocabulaire /
Présentation visuelle ou sonore /
Dispositifs complexes / Impact éco-
citoyens