

**Le digital
signera t'il la mort
du Greenwashing ?**



LA HAUTE SOCIÉTÉ



QUEL NUMÉRIQUE POUR LA PLANÈTE ?

DU 8 AU 15 OCTOBRE 2020

FESTIVAL TRANSFO

LE FESTIVAL QUI INTERROGE LE NUMÉRIQUE
GRENOBLE • VALENCE-ROMANS • CHAMBÉRY • ANNECY • GENEVOIS FRANÇAIS





Agenda

1. Le Greenwashing, c'est quoi au juste ?
2. Alors, Greenwashing ou pas Greenwashing ?
3. Finalement, le digital m'aide ou pas ?
4. Et dans ma boîte, je fais comment ?



Disclaimer

Je m'exprime ici à titre personnel, et le contenu de cette conférence n'a pas vocation à faire de prosélytisme ou de leçon de morale.



le Greenwashing, c'est quoi au juste ?

Une petite définition ?

Le *greenwashing*, (...) est un procédé de marketing ou de relations publiques utilisé par une organisation (...) dans le but de se donner une **image de responsabilité écologique trompeuse**.

La plupart du temps, **les dépenses consenties concernent davantage la publicité** que de réelles actions en faveur de l'environnement et du développement durable.



WIKIPÉDIA
L'encyclopédie libre

Les indices qui ne trompent pas

- le **mensonge** pur et simple ;
- la promesse **disproportionnée** ;
- l'usage de **termes vagues** ;
- le faux écolabel (autoproclamé) ;
- une mise en avant de **pratiques durables sans rapport** avec le produit ;
- des allégations **sans preuves** ;
- etc. (liste complète sur ademe.fr)

Un petit exemple (facile) ?



2009



2010

Greenwashing
ou
valorisation
légitime et sincère
d'initiative ?

“Pour lutter contre le réchauffement climatique, l’entreprise s’est équipée de camions moins polluants, utilise de l’électricité d’origine renouvelable, a changé ses packagings pour limiter l’utilisation des énergies fossiles, récupère l’eau de pluie, collecte puis traite ses huiles de friture... Ce nouveau logo incarne la position de McDonalds comme entreprise soucieuse de son environnement “

[source](#)

En 2020, c'est un peu plus subtil...



Greenwashing
ou
valorisation
légitime et sincère
d'initiative ?

Une question (subjective) de point de vue

“Ça va dans le bon sens ”

“ Scandaleux greenwashing ”



*Consommateur candide compulsif,
ceinture blanche en tri sélectif.*

*maxi Bobo-écolo ultra conscientisé,
tendance anarcho-zadiste.*

En quoi c'est dangereux (pour les marques)

Perte de confiance

A trop en parler et à ne pas agir en proportion, je prend mes clients pour des lapins de 6 semaines (qu'ils ne sont pas tous). Ils n'aiment pas ça.

Perte d'aspérité

A trop communiquer sur les prétendus bienfaits RSE de mon produit, je ne parle plus du reste qui fait sa singularité.

En quoi c'est dangereux (pour la planète)

Saturation

Je ne suis plus réceptif aux questions environnementales, c'est devenu un argument pour me vendre des trucs.

Endormissement des consciences

Si tout est vertueux, il n'y a plus de problème lié à ma consommation : je n'ai plus de raison d'évoluer.



2

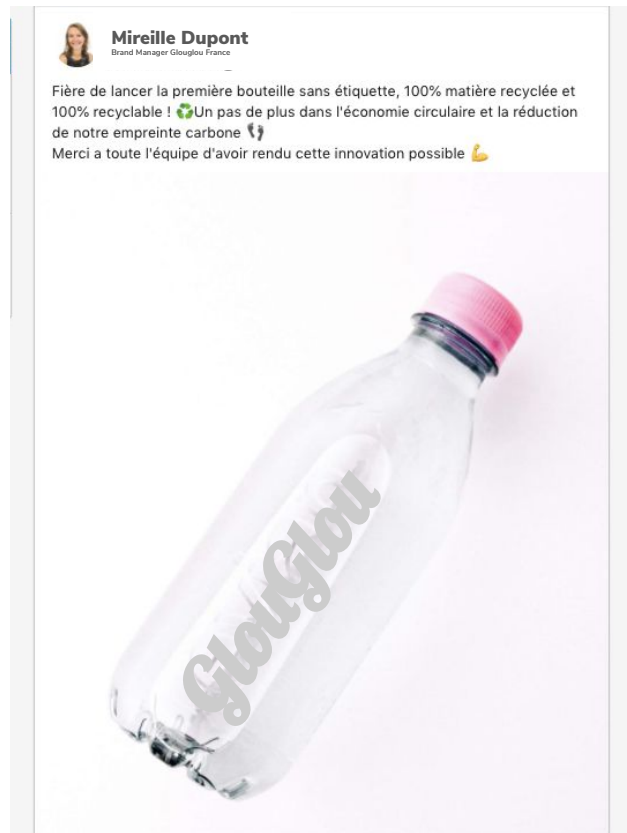
**Alors, Greenwashing,
ou pas greenwashing ?**

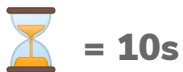


Mireille Dupont Brand Manager *GlouGlou* France

“ Fière de lancer la première bouteille sans étiquette, 100% matière recyclée et 100% recyclable ! ♻️ Un pas de plus dans l'économie circulaire et la réduction de notre empreinte carbone 🦶 ”

[source](#)





Mireille Dupont Brand Manager GlouGlou France

“ Fière de lancer la première bouteille sans étiquette, 100% matière recyclée et **100% recyclable !** ♻️ Un pas de plus dans **l'économie circulaire** et la réduction de notre **empreinte carbone** 🐾 ”

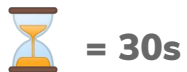
[source](#)



Mireille Dupont
Brand Manager GlouGlou France

Fièvre de lancer la première bouteille sans étiquette, 100% matière recyclée et 100% recyclable ! ♻️ Un pas de plus dans l'économie circulaire et la réduction de notre empreinte carbone 🐾
Merci à toute l'équipe d'avoir rendu cette innovation possible 🙌





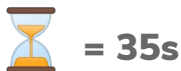
GlouGlou Bouteille sans étiquette



110 201 387

Nombre d'arbres déjà plantés par les utilisateurs d'Ecosia





GlouGlou Bouteille sans étiquette



Web

Images

Actus

Vidéos

Maps

Plus

Filtres

Paramètres

GlouGlou crée une bouteille 100 % recyclée, recyclable et ...

<https://lareclame.█-bouteille-recyclee-recyclable-sansetiquette-236495>

█ crée une bouteille 100 % recyclée, recyclable et sans étiquette Le tout dans un pack en carton. La marque française █ dévoile aujourd'hui sa nouvelle bouteille, fruit de 2 ans de recherches.

GlouGlou dévoile la première bouteille sans étiquette, 100% ...

<https://www.agro-media.fr/actualite/█-evoile-la-premiere-bouteille-sans-etiquette...>

Fruit de plus de 2 ans de recherche et innovation, █ vient de dévoiler la première en France sans étiquette, 100 % matière recyclée¹ (rPET), 100% recyclable, un nouveau design alliant esthétique et circularité.

GlouGlou dévoile une nouvelle bouteille sans étiquette et 100 ...

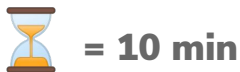
<https://www.aquae-officiel.fr/2020/09/09/█-evoile-une-nouvelle-bouteille-sans...>

█ Eaux a présenté, mercredi 8 juillet, la nouvelle bouteille de la marque █ sans étiquette, en matière recyclée et 100 % recyclable. Ce nouveau design reflète la volonté du groupe de limiter son impact sur l'environnement et son souhait de devenir 100 % circulaire à l'horizon 2025.

Images



[Plus de résultats dans images](#)



“GlouGlou crée une bouteille 100% recyclée, recyclable et sans étiquette”

- Format 40cl
- Suremballage carton
- Évite les étiquettes plastiques
- Bouchon non recyclable
- Volume de gamme négligeable

[source](#)



crée une bouteille 100 % recyclée, recyclable et sans étiquette

Le tout dans un pack en carton.

Par Elliot D.
le 10/07/2020
Temps de lecture
1 min

La marque française [redacted] dévoile aujourd'hui sa nouvelle bouteille, fruit de 2 ans de recherches.

En effet, cette nouvelle dernière a une particularité, elle ne possède pas d'étiquette – ce qui épargne à l'environnement du plastique et de la colle – et elle est composée d'un PET recyclé à partir d'autres bouteilles. Elle s'avère également 100 % recyclable selon Danone. Les informations habituelles comme la composition et le nom de la marque sont gravées directement sur le récipient, le code barre est quant à lui imprimé sur le bouchon (seule partie du produit qui n'est pas encore recyclable).

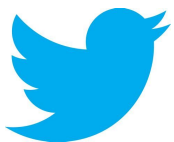
Après avoir reçu la mention "zéro carbone" en avril, c'est une nouvelle étape vers l'objectif de [redacted] devenir une marque circulaire" comme s'en félicite [redacted] grand manager sur LinkedIn.

Mireille Dupont

Fière de lancer la première bouteille sans étiquette, 100% matière recyclée et 100% recyclable ! 🌱 Un pas de plus dans l'économie circulaire et la réduction de notre empreinte carbone !
Merci à toute l'équipe d'avoir rendu cette innovation possible 🙌



 = 15 min



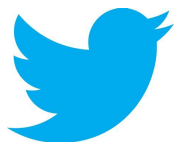
@GlouGlou_France

- **Certifiée Neutre** en carbone
- #GlouGlouLabelFree

[source](#)



 = 20 min



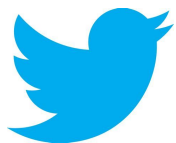
#GlouGlouLabelFree

- @SingleUseReuse
- @PlasticMakers
- @StanWawrinka (1,7M)

[source](#)



 = 25 min



@GlouGlou_France

- (...) **Notre impact** sur la nature et la fragilité de notre planète...
- **Neutre** en carbone

[source](#)





= 35 min

GlouGlou

glouglou.com/planete

- -25% d'énergie depuis 2008
- + de PET Recyclé
- départ en train depuis usine
- **130 Millions d'arbres plantés**
- **Certifié neutre par Carbon Trust**

[source](#)

ORIGINEPRODUITSPLANÈTEHYDRATATIONEVIAN BÉBÉFAQACTIVATE MOVEMENT

Planète

Notre engagement : du discours aux actions concrètes

L'eau minérale naturelle est le fruit de 15 ans de filtration à travers un écosystème naturel au cœur des Alpes. Parce que nous devons tout à la nature, nous préservons ce territoire depuis plus de 25 ans afin de garantir la même pureté originelle et qualité aux générations futures.

Convaincus que l'eau minérale naturelle est la solution d'hydratation la plus saine et naturelle, nous sommes engagés à la proposer de la manière la plus durable en limitant notre impact sur l'environnement.

LE CLIMAT

Au-delà de l'emballage, nous sommes engagés à avoir un impact environnemental le plus limité possible, en jouant notre rôle en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

CERTIFIÉE NEUTRE EN CARBONE AUJOURD'HUI,
ENGAGÉE POUR UN MONDE PLUS DURABLE DEMAIN.

En avril 2020, la marque a été certifiée neutre en carbone au niveau mondial par Carbon Trust. Nous sommes la première marque internationale de à obtenir cette certification.

Des étapes clés ont été franchies dès 2017 avec la certification de notre site d'embouteillage d'Evian-Bains et de nos activités en Amérique du Nord (Etats-Unis et Canada), suivies en 2019 de celles de l'Allemagne et de la Suisse.



Carbon neutral certification and labelling for *GlouGlou*

- **Achat Crédits Carbone**

source



English

Who we are What we do Our projects Resources News & events Contact

Our projects

carbon neutral certification and labelling for

In advance of the signing of the Paris Agreement on climate change at the COP 21 talks in Paris, the French multinational Danone made a commitment to become carbon neutral across its full value chain by 2050.



Share



Taking its first steps towards meeting this goal, the business – owner of a wide portfolio of consumer brands across over 140 global markets – decided to use its flagship natural water brand, evian-, to prove what could be possible. This involved making a commitment that the brand would become carbon neutral on a worldwide basis by 2020.

In order to make credible claims about what the company has achieved in delivering on this, Danone chose to work with the Carbon Trust to secure independent, third party assurance that carbon neutrality had been achieved at its transformed bottling site in Évian-les-Bains in France, and for all evian- products sold in North America and Canada. This was the first business unit to achieve carbon neutral status, which was awarded in September 2017.

Danone currently displays the Carbon Trust's footprint label on bottles of evian- sold across the USA and Canada to demonstrate its carbon neutral status to customers.

a pilot for carbon neutrality

Using evian- as a pilot for other parts of Danone's business, the company introduced a range of low carbon

On fait le bilan ?



= 45 min



= 6 sources

x1 Moteur



x1 Média



x2 Réseaux



x2 Sites



On fait le bilan ?

un peu de ça 👎



Carl-Erik Emschwiller • + que 3e
Enseignant, Formateur, Happyculteur

2 mois ...

Bonjour, cette bouteille va-t-elle servir à envoyer de l'eau au Japon en avion...?



Hélène Enginger @henginger · 9 juil.

En réponse à @France

L'eau du robinet : même qualité 💧 200 fois moins chère et surtout #zerodechetplastique

Ce qui est encore en trop @France : c'est la bouteille 🐟🐟🐟
#zerowaste cc @noplasticfrance @SurfriderParis

1

3

12



Se positionner comme eco responsable et promouvoir la bouteille d'eau en plastique c est pas coherent aujourd'hui. Ça ne l ai plus du moins.

Des solutions existent pourtant !!!

...voir plus



trolol
@trolol

Le greenwashing @France.

1/ça reste du plastique

2/l opé marketing sur UN seul produit...

Virez vos dir comm. Je vous donne l idée gratos : vous repassez au verre, vous mettez en place un système de consigne (sans facturer le client, on vous connaît).

On fait le bilan ?

beaucoup,
beaucoup de ça



Réactions

Tous 7 959



6 800



905



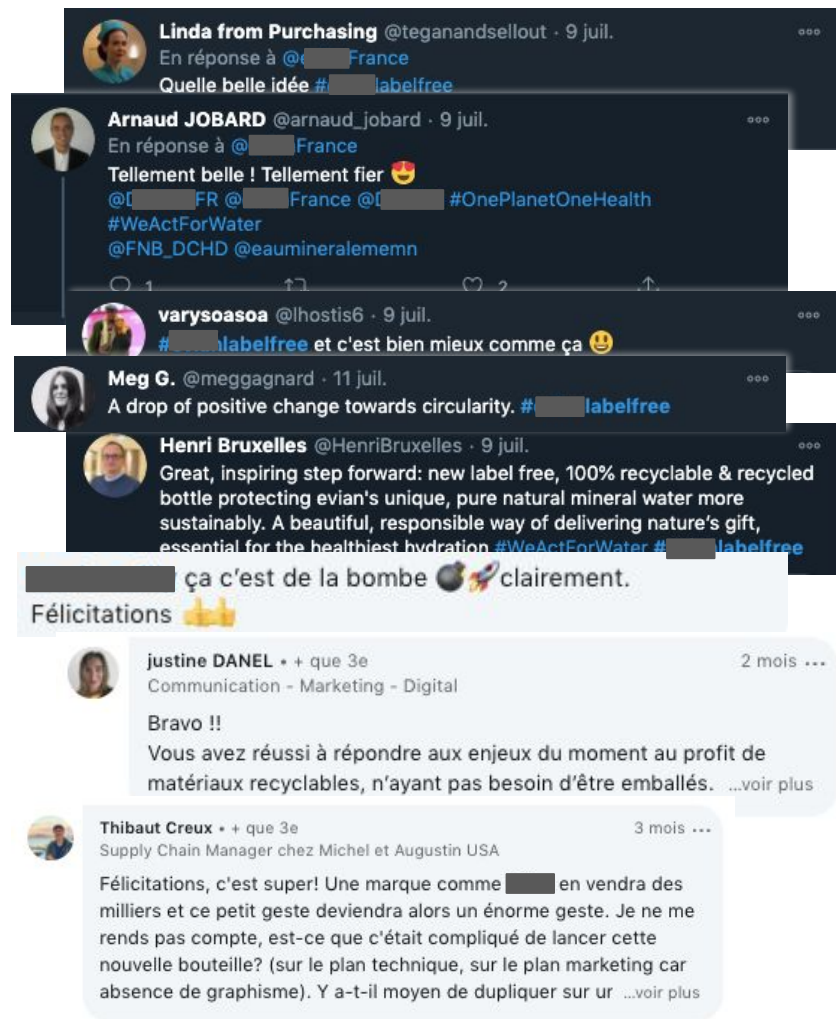
202



25



17



On fait le bilan ?

mais surtout
ÇA...



- Mireille Dupont “aime ceci”
- “effet d’un Micro Lancement”
- +5,9pts de perception qualité

[source](#)

Mireille Dupont aime ceci



Marketing PGC

1 562 abonnés

3 sem. •

+ Suivre

Très intéressant de voir l'effet qu'une annonce peut avoir sur l'opinion des [#consommateurs](#), même sur un "micro-lancement" (dispo uniquement en CHD, la Grande Épicerie et [COJEAN](#))

[#marques](#) [#communication](#) <#> <#>



YouGov France

2 863 abonnés

3 sem. •

+ Suivre

<#>, marque d'eau du groupe <#> Waters, a lancé le 8 juillet 2020 une nouvelle [#bouteille](#) sans étiquette 100% en matière [#recyclée](#) et 100% [#recyclable](#).

Le lancement de ce nouveau [#produit](#) a-t-il impacté les indicateurs du funnel [#marketing](#) d'<#> ?



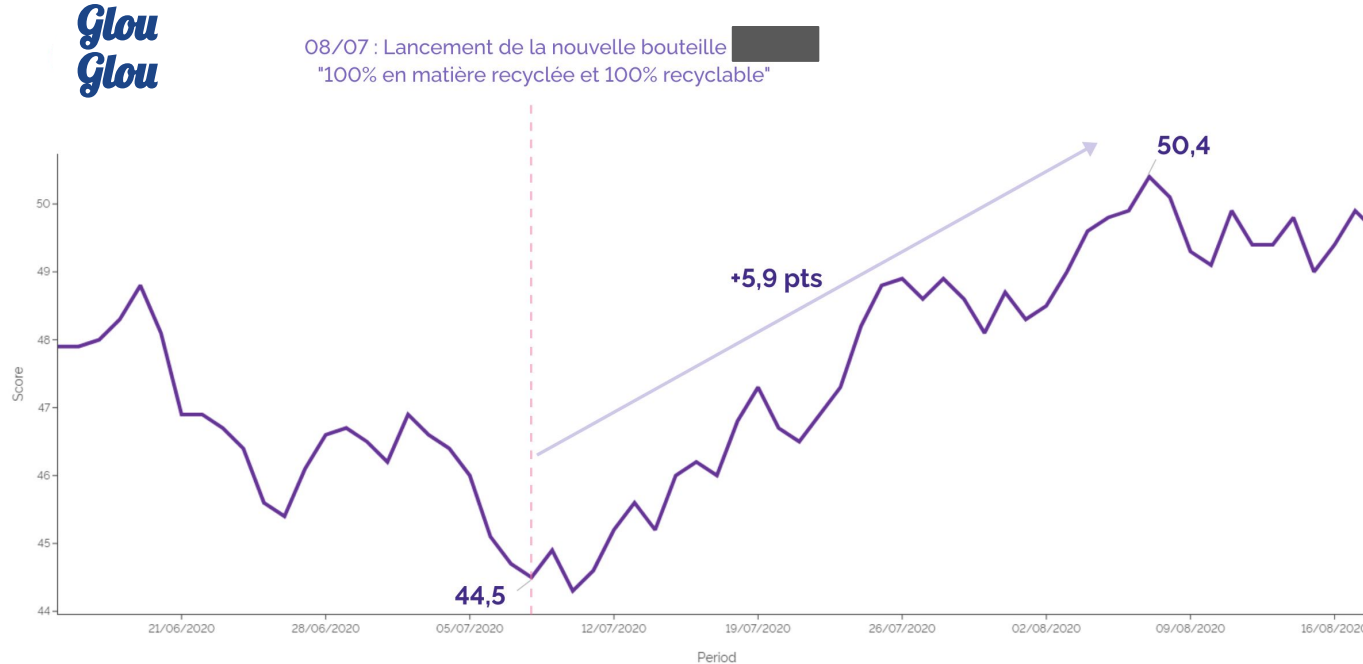
Ce nouveau [#packaging](#) – fruit de plus de 2 ans de [#recherche](#) et [#innovation](#) – semble agir sur la perception de la Qualité de la [#marque](#) : on note une augmentation de 5,9 points de cet indicateur après le lancement de la nouvelle bouteille.

Découvrez l'étude dans son intégralité ici :

<https://bit.ly/3gtk35i>

[#BrandIndex](#) [#data](#) [#sondage](#) [#étude](#) [#consommation](#) [#eau](#) <#>
[#design](#)

- alors Mireille, ce plan de com ?



Qualité

Période : 15.06.2020 au 18.08.2020

Base : adultes français

N~730

[source](#)

YouGov®



3

**Finalement,
le digital m'aide ou pas ?**

La plupart du temps, non.

“jusqu’à 2200 publicités par jour”

étude réalisée en 2007: temps moyen d’usage du web de 2h/jour.

franceinfo:

“Facebook permet aux publicités trompeuses sur le climat de prospérer”

Sur 51 publicités trompeuses identifiées, une seule a été retirée.

STRATÉGIES

“25% des américains s’informent sur YouTube”

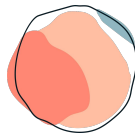
« Au royaume des faits alternatifs et de la désinformation »

L'ADN
TENDANCES

Mais des fois, oui.

Apparition progressive de nouveaux “tiers de confiance face aux marques”

Les nouveaux outils digitaux : à un clic d’une information “vérifiée”





“Faites les bons choix
pour votre santé”

94%

Ont arrêté d'acheter certains produits

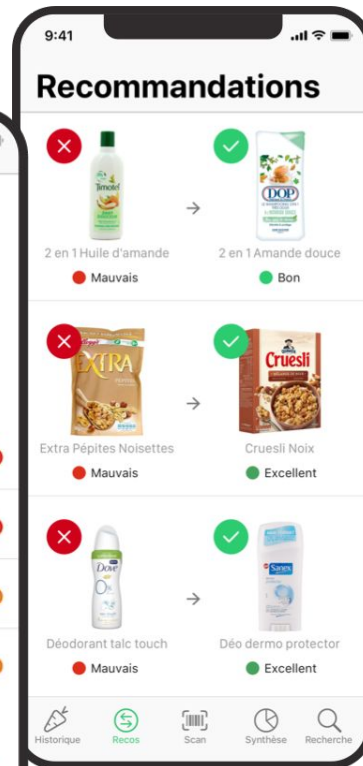
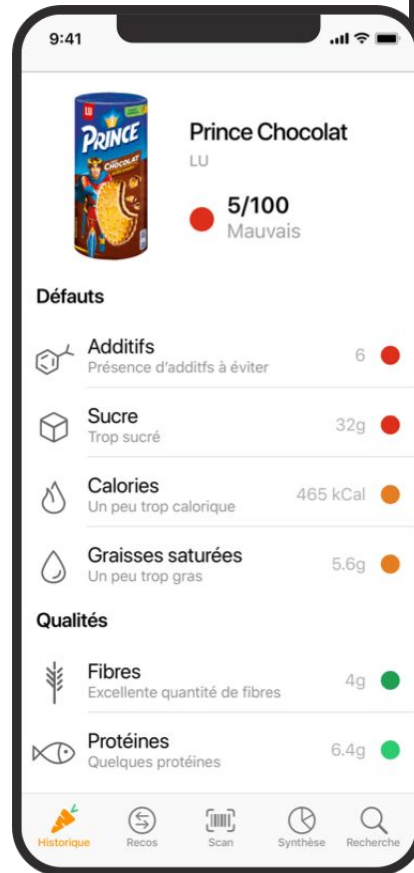
84%

Pensent que l'app a plus d'impact que
les pouvoirs publics pour faire évoluer les choses

21

Industriels témoignent de l'influence de l'App sur
leur trajectoire

[source](#)



19M Utilisateurs

65% Au moins une
fois par semaine

Clear Fashion



“Que se cache-t-il
derrière les vêtements
que vous achetez ?”

83%

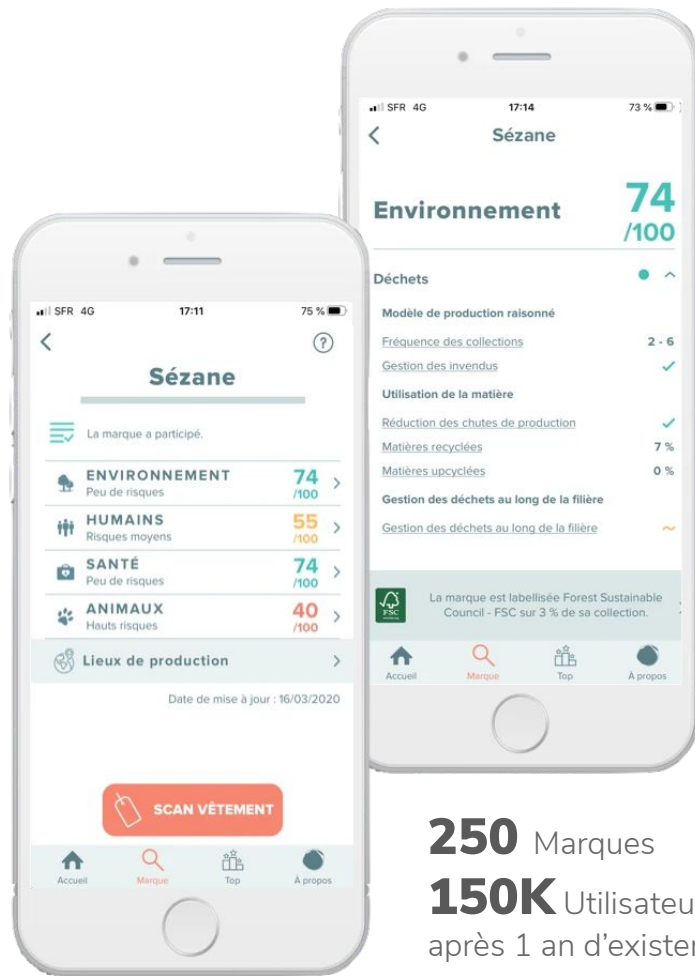
Ont changé de perception sur les marques

56%

Se tournent vers des marques plus vertueuses

88%

Pensent que cela lutte contre le greenwashing



250 Marques
150K Utilisateurs
après 1 an d'existence

[source](#)



“L’app qui met
les marques à poil”

CONSO

choisir chez qui et quoi acheter

CARRIÈRE

Un employeur en accord avec mes valeurs

B2B

Édité par une fintech “agence de notation RSE”

[source](#)





“Le green-companion de la recherche web”



[Patagonia](#)

<https://www.patagonia.com>

Patagonia is a designer of outdoor clothing and gear for the silent sports: climbing, surfing, skiing and snowboarding, fly fishing, and trail running

Search results with this icon guide you to greener, more sustainable choices.

[Learn more](#) [Feedback](#)



[ACB \(India\) Limited](#)

www.acbindia.com

ACB (India) Limited, along with its subsidiaries and associates, is the largest coal beneficiation company in the private sector with an aggregate designed beneficiation capacity, on a proportional basis, of 65.61 million tons per annum.

Search results with this icon highlight climate-destructive coal companies.

[Learn more](#) [Feedback](#)

[source](#)

15 M Utilisateurs actifs

110 M Arbres plantés



4

**Et dans ma boîte,
on fait comment ?**

#1

Choisissez votre cap



**MINISTÈRE
DE LA TRANSITION
ÉCOLOGIQUE**

17 ODD (Objectifs de Développement Durable) définis par l'agenda 2030 : enjeux et opportunités pour les entreprises.

#2

Analysez avant de revendiquer



Outil gratuit de mesure
de l'impact d'une
organisation sur
ses employés,
sa communauté,
son environnement
et ses clients.

#3

Challengez la communication



Faites vous du
Greenwashing ?
Guide gratuit d'auto
évaluation des messages
de communication.

#4

Jouez la transparence



Faites comme Picture :
argumentez vos progrès,
prouvez vos efforts,
étayez vos promesses,
mais surtout :
confessez vos lacunes.

#5

Restez critiques



Vous l'avez compris, le digital ne signera pas la mort du greenwashing. Le digital n'est qu'un outil, mais c'est vous qui choisissez comment vous l'utilisez.

**Conférence disponible
en replay sur**



LA HAUTE SOCIÉTÉ



LA HAUTE SOCIÉTÉ

Linkedin - Instagram - Facebook - Twitter

lahautesociete.com