

Éléments de reconnaissance de l'écoblanchiment

- Information mensongère/incorrecte
 - Il n'y a pas de bénéfice environnemental lié au produit ou au service.
 - Ex. Présenter un désherbant connu pour sa toxicité comme respectueux de l'environnement
 - Ex. Présenter les appareils ménagers comme écologiques alors que les tests montrent qu'ils ne sont pas plus performants que les autres.
 - Le développement durable est absent ou très limité
 - Ex. Une organisation qui utilise des ressources d'énergie renouvelables pour fournir de l'énergie aux bureaux, mais qui produit des marchandises dans des circonstances très polluantes
- Informations non crédibles
 - Un argument écologique est utilisé pour promouvoir un produit nuisible à la santé
 - Ex. L'avantage environnemental de la publicité pour le tabac alors que la culture du tabac utilise beaucoup d'eau et de produits chimiques et favorise la déforestation.
- Promesse disproportionnée
 - On fait croire que l'avantage est beaucoup plus important qu'il ne l'est en réalité (voire même que l'impact sur l'environnement est nul)
 - Ex. Mettre l'accent sur une matière première moins polluante, mais passer sous silence l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre due au transport
- Des mots et termes vagues, imprécis, ambigus, absolus
 - Des mots qui ne sont pas clairement définis
 - Ex. durable
 - Ex. Protection de l'environnement
 - Ex. Favorable pour la planète
 - Ex. Pure nature
- Des informations insuffisamment pertinentes ou manquantes
 - L'avantage environnemental n'est pas ou pas suffisamment expliqué
 - Ex. Compostable, mais il n'est pas mentionné comment, quelle partie et l'avantage quantitatif
- Une image visuelle trompeuse
 - Les visuels utilisés n'ont pas de relation directe avec le produit, le service ou l'approche.
 - Ex. Symbole ou couleur qui fait référence à la nature mais qui, en fait, n'a aucun effet positif ou seulement un effet positif minime.
- Pseudo-label/logo
 - Label ou logo auto-déclaré qui ressemble à un label officiel et certifié de manière indépendante.
 - Ex. Reconnaissance ou recommandation par une institution publique ou privée
- Mettre en évidence une action non pertinente
 - Une allégation environnementale sur base d'une action responsable mais non liée au produit
 - Ex. Action ne concerne que les activités administratives de l'entreprise et non le processus de production
- Fausse exclusivité

- L'avantage écologique est présenté comme étant exclusif mais en fait une obligation légale
 - Sans CFC
- Absence de preuves
 - L'allégation ne peut être justifiée par une preuve scientifique appropriée et pertinente