

Extrait du Site de l'Association Adéquations

<http://www.adequations.org/spip.php?article942>

L'observatoire indépendant de la publicité publie son "Flop ten" 2009 des pires publicités à base de greenwashing

- Nos projets & actions en cours - Démocratie & veilles citoyennes - Lobbying & conflits d'intérêts : mobilisations citoyennes -
Date de mise en ligne : lundi 15 février 2010

Site de l'Association Adéquations

ANNONCEUR	SECTEUR	CLASSEMENT
TOTAL	ENERGIE	1
LE COLOMBIER	BOISSON	2
BOISSONNES	BOISSONNES	3
BOISSONNES	BOISSONNES	4
BOISSONNES	BOISSONNES	5
BOISSONNES	BOISSONNES	6
BOISSONNES	BOISSONNES	7
BOISSONNES	BOISSONNES	8
BOISSONNES	BOISSONNES	9
BOISSONNES	BOISSONNES	10

Un an après son lancement le 4 février 2009, L'Observatoire Indépendant de la Publicité rend public un bilan annuel du greenwashing, avec les 10 pires publicités utilisant l'argument écologique. Notées par les Internautes et par les membres de L'OIP, les annonceurs sélectionnés nous montrent qu'ils usent, abusent, maltraitent les concepts de l'écologie afin de verdir leur image et celle de leurs produits.

Ci-contre : extrait du tableau de classement du "Flop Ten".

- ▶ plus d'info sur <http://observatoiredelapublicite.fr/2010/02/15/flop-ten-2009/>

L'Observatoire Indépendant de la Publicité émane de l'Alliance pour la planète. Il est composé de membres d'associations écologistes, d'associations de consommateurs, de personnalités reconnues dans le domaine de l'environnement, du secteur de la communication et de la publicité, du marketing, et de la recherche. Il milite pour une meilleure et réelle prise en compte de l'environnement en France, en faisant en sorte que soit limité et contrôlé l'impact de la publicité sur l'environnement et stoppée l'utilisation abusive de l'argument écologique.

Rappel de notre article d'actualité du 4 février 2009

L'Alliance pour la planète lance un Observatoire indépendant de la publicité (OIP)

En décembre 2006, l'Alliance pour la Planète révélait que le système français de contrôle de la publicité était inefficace pour empêcher ou sanctionner la communication des marques abusant de l'argument écologique.

Plus de deux ans après, beaucoup de choses ont changé. Les médias se sont largement faits l'écho de cette question de l'écoblanchiment (Greenwashing) et le sujet a été un des sujets majeurs du Grenelle de l'Environnement. A son issue, d'importantes modifications dans le système de régulation de la publicité en France ont été opérées amenant une réforme d'une ampleur inégalée.

Mais si des progrès significatifs ont été réalisés, le système actuel reste encore largement perfectible. En effet, les prises de parole des marques utilisant l'environnement se multiplient. Parfois pour le meilleur, hélas trop souvent pour le pire.

Pourtant, tromper le consommateur sur les vertus écologiques de certains produits ou services, galvauder des concepts écologiques sérieux, tout cela accroît la défiance de l'opinion publique à l'égard des annonceurs et de leurs agences, mêmes celles et ceux engagés sincèrement dans une démarche de progrès. Cela freine aussi l'émergence de produits et de services respectueux de l'environnement. Au final, cette attitude joue contre l'intérêt de tous.

C'est la raison pour laquelle, l'Alliance pour la Planète a voulu faire de ce site avant tout un espace de promotion d'une publicité consciente de ses responsabilités en offrant au public les outils nécessaires pour alerter et mieux juger de la pertinence ou non d'un message publicitaire en matière environnementale.

Le principe est simple et révolutionnaire :

- 1/ L'Observatoire Indépendant de la Publicité (L'OIP) est saisi par un internaute suspectant une publicité de contrevenir au cadre de régulation actuellement en application (codes de la consommation et de l'environnement, recommandation de l'ARPP) ;
- 2/ L'Observatoire réunit dans un délais très court les meilleurs experts associatifs mais aussi des professionnels de la communication pour faire une évaluation de la publicité incriminée ;
- 3/ Parallèlement, les internautes ont la possibilité de donner eux aussi leur avis en utilisant la documentation à disposition et une grille de diagnostic.
- 4/ Au bout d'un mois, L'OIP rend publique l'évaluation de ses experts mais aussi la note attribuée par les Internetautes. Ce croisement d'évaluation fait de L'OIP une innovation unique qui dépasse ce qui s'est fait jusqu'à présent.

Aiguillon du système officiel, L'OIP est donc le lieu d'alerte et d'expertise citoyenne dans le domaine de la publicité mais aussi un espace de formation pour celles et ceux qui souhaitent que la publicité et les marques respectent la planète.

Le site de l'Observatoire : <http://observatoiredelapublicite.fr/>

Post-scriptum :

- Sur le site d'Adéquations : consulter notre rubrique [Réguler la publicité](#), où l'on trouvera notamment les analyses et textes de position de l'Alliance pour la planète, qui ont conduit à la création de l'Observatoire.