Écoblanchiment

LE DÉTECTER POUR MIEUX AGIR



CQDE

QU'EST-CE QUE L'ÉCOBLANCHIMENT ?

> *Aussi connu sous le nom de « greenwashing », c'est « le fait pour une entité (entreprise, organisation, etc.) de communiquer des informations fausses, trompeuses ou sans preuve quant à sa performance environnementale ou à celle de ses produits, de manière à créer une impression plus positive que la réalité. »*

(*Montgomery, Lyon et Bard (2024)* - notre traduction)

L'écoblanchiment est donc une communication environnementalement trompeuse, qui peut porter sur les produits vendus par une entreprise, les services qu'elle offre, ou encore sur ses pratiques de manière plus générale, par exemple sur son bilan carbone. L'écoblanchiment peut être intentionnel ou non, et porter sur le climat, la biodiversité ou la pollution. Bref, sur tout ce qui touche à l'environnement !

94 %
des consommateurs et consommatrices sont d'avis qu'il est de la responsabilité des marques de créer des produits qui ne nuisent pas à la planète.

Deloitte, 2023

Quels sont les impacts de l'écoblanchiment ?

- Empêcher les consommateurs et les consommatrices de faire des choix éclairés en faveur de l'environnement, ce qui retarde la transition écologique ;
- Nuire à la concurrence en désavantageant les entreprises qui prennent des mesures légitimes pour réduire leur impact environnemental ;
- Miner la confiance de la population envers l'affichage environnemental.

LES TROIS GRANDES CATÉGORIES D'ÉCOBLANCHIMENT

Les allégations fausses

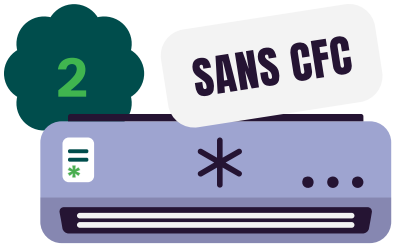
Les informations mises de l'avant sont erronées ou inexactes.



* BIODÉGRADABLE NULLE PART AU CANADA BRISÉ APRÈS 3 UTILISATIONS

Les allégations trompeuses

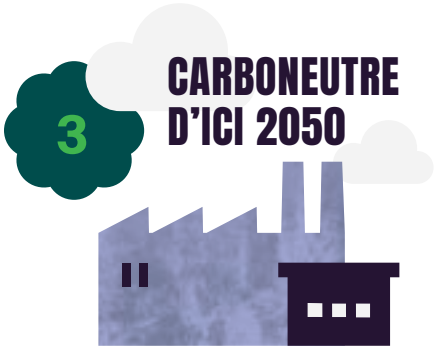
Sans être nécessairement fausses, elles donnent une impression qui ne reflète pas la réalité.



* C'EST VRAI QU'IL EST SANS CFC, MAIS ON OMET DE DIRE QUE LES CFC SONT INTERDITS AU CANADA DEPUIS 1996

Les allégations spéculatives

Elles ne s'appuient pas sur des preuves suffisantes et appropriées, que ces allégations soient vraies ou fausses.



* SOURCE : FAITES-NOUS CONFIANCE

49 %

des consommateurs et consommatrices au Canada ont des doutes quant à la véracité des allégations environnementales des entreprises.

Deloitte, 2023





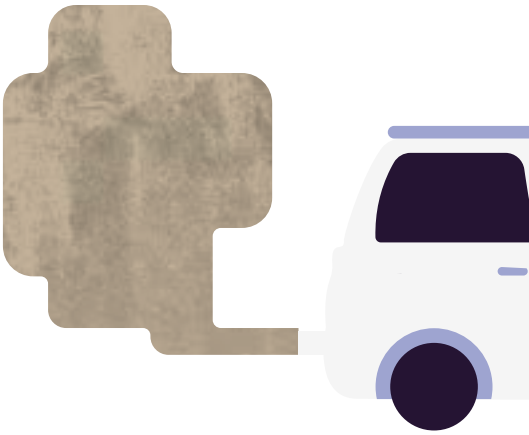
Exemples d'écoblanchiment pénalisés au Canada

Capsules de café « recyclables »

En 2022, le Bureau de la concurrence du Canada (BCC) et Keurig Canada Inc. (Keurig) ont convenu d'un consentement en vertu de la *Loi sur la concurrence* en lien avec des indications données par Keurig sur la recyclabilité de ses capsules de café. Selon le BBC, Keurig avait donné l'impression générale que ses capsules en polypropylène (PP) pouvaient être déposées dans le bac de tri partout au Canada, alors que ce type de plastique n'était pas largement accepté par les programmes de recyclage municipaux hors de la Colombie-Britannique et du Québec. En vertu du consentement, Keurig s'est engagée à payer une sanction de 3 millions $ et à verser 800 000 $ à un organisme de bienfaisance environnemental canadien. De plus, Keurig s'est engagée à mettre en place un programme de conformité, à publier des avis correctifs et à préciser, lorsque nécessaire, que ses capsules ne sont que « recyclables dans certains endroits » ou qu'elles pourraient « ne pas être recyclable[s] dans votre région ».[1]

« Dieselgate »

En 2016 et 2018, le BCC a conclu deux consentements (ententes conclues avec des entreprises pour éviter une poursuite) avec les distributeurs de véhicules Volkswagen, Audi et Porsche concernant des déclarations sur la performance et l'efficacité environnementales de ces véhicules. Aux termes des ententes, les entreprises ont dû payer une sanction administrative pécuniaire de 17,5 millions de dollars et cesser leurs déclarations.[2] Le comportement des entreprises a également entraîné le paiement de 2,4 milliards de dollars en dommages-intérêts dans le cadre de règlements de recours collectifs et des amendes de 196,5 millions de dollars en vertu des lois environnementales canadiennes.[3]





LE DROIT CANADIEN ET QUÉBÉCOIS EN MATIÈRE D'ÉCOBLANCHIMENT

MOINS DE 40 %

des consommateurs et consommatrices au Québec estiment que les indications portant sur les pratiques de production alimentaires respectueuses de l'environnement sont dignes de confiance.

De Marcellis-Warin, Peigner et Gleize, 2023

Au niveau fédéral

C'est la *Loi sur la concurrence* (LC) qui protège les consommateurs et consommatrices en interdisant les représentations portant sur un produit ou sur un intérêt commercial qui sont fausses ou trompeuses sur un point important, ainsi que, depuis 2024, en encadrant les représentations portant sur un avantage environnemental d'un produit, d'une entreprise ou de ses activités. L'organisme responsable de l'application de cette loi est le BCC.

Au niveau provincial québécois

C'est la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC) qui protège la population en interdisant certaines pratiques commerciales trompeuses, dont la communication d'informations fausses ou trompeuses à un consommateur ou une consommatrice. Cette loi est administrée par l'*Office de protection du consommateur* (OPC).

1. Tribunal de la concurrence (2022) « *Keurig Canada Inc. - Consentement enregistré (traduction)* ».
2. Consentement enregistré, Commissaire de la concurrence c. Volkswagen Group Canada Inc. et Audi Canada Inc.,*Doc CT-2016-017*. Voir aussi Consentement enregistré, Commissaire de la concurrence c. Volkswagen Group Canada Inc. et Audi Canada Inc. et Porsche Cars Canada Ltd., *Doc CT-2018-003*.
3. Environnement et Changement climatique Canada (2020), « *Volkswagen Aktiengesellschaft condamnée à payer une amende de 196,5 millions de dollars après avoir plaidé coupable à 60 chefs d'accusation d'infraction à la législation environnementale fédérale* ».

PRINCIPAL OUTIL JURIDIQUE

PORTER PLAINTE

En cas de doute, signalez !

> *C'est simple : la marche à suivre est expliquée dans notre feuillet Écoblanchiment : comment porter plainte ?*

C'est sans risque : une fois le signalement transmis, c'est l'agence d'application de la loi qui s'occupe du reste. Même si l'agence ne conclut pas à de l'écoblanchiment, il n'y a aucun frais ou autre conséquence pour la personne plaignante.

D'autres actions possibles

- Se questionner et s'informer
  - Application *Le Décodeur de Protégez-Vous*
  - *Répertoire des écoétiquettes* - gouvernement du Québec
  - Aide-mémoire *Les drapeaux rouges à surveiller*
- Contacter l'entreprise directement pour lui faire part de vos doutes ou de vos interrogations
- En parler en famille, entre amis, au travail, sur les réseaux sociaux
- Communiquer avec son député ou sa députée au niveau provincial ou fédéral

QUELQUES LIENS UTILES

Notre feuillet :
Écoblanchiment Comment porter plainte ?

Notre page :
Nos actions - Écoblanchiment

Notre page Obiterre :
L'écoblanchiment, c'est quoi ?

L'Avis des Normes de la publicité

Répertoire des écoétiquettes
gouvernement du Québec

L'Application Le Décodeur
Protégez-Vous

Si ce guide vous a été utile, n'hésitez pas à nous le laisser savoir en écrivant à l'adresse → *ecoblanchiment@cqde.org*

Le Centre québécois du droit de l'environnement a reçu du financement en vertu de l'Initiative canadienne de protection des consommateurs d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada ou du gouvernement du Canada.

Financé par le gouvernement du Canada | Canada

CQDE