

# ODD, RSE et Greenwashing

Les ateliers réunis dans cette fiche constituent une préparation pour bien exploiter le jeu interactif proposé dans la rubrique Mettre en œuvre. Les notions et concepts abordés dans le jeu seront plus aisément maîtrisés et ancrés dans les apprentissages des élèves.

## Atelier 1 : L'intégration des enjeux de développement durable dans la RSE (responsabilité sociétale des entreprises)

 40 min d'atelier en classe

### Préparation en classe :

Reprendre avec les élèves les 17 objectifs de développement durable ou ODD de l'ONU et en rappeler la définition et la portée



Ressource suggérée : l'illustration des ODD sur le site français de l'ONU.

### Animation de l'atelier :

Il s'agit d'identifier les engagements que peut prendre une entreprise pour intégrer dans son organisation, son activité et ses relations avec ses partenaires les ODD.

Répartir les élèves en sous-groupes. Sélectionner parmi les engagements proposés une douzaine d'engagement sur lesquels vous souhaitez faire réfléchir les élèves.

Demander à chaque groupe de faire correspondre les engagements retenus à un ou plusieurs ODD, en fonction de leur portée.

- Réduction de l'emballage des produits : carton recyclé, notice imprimée sur l'emballage, encre ou colle non toxique.
- Utilisation d'emballages recyclables ou réutilisables
- Développement du télétravail pour les employés
- Mise en place d'un système de revente de seconde main entre utilisateurs
- Production locale, avec des partenaires
- Dispositifs pour encourager les employés à utiliser des transports avec impact environnemental réduit
- Implantation de production régionalisée pour limiter les trajets de livraison
- Adoption de véhicules électriques pour les livraisons et le déplacement des employés itinérants
- Eclairage coupé automatiquement dans les bureaux (en fonction de la luminosité naturelle et de l'occupation)
- Proposition de plats végétariens au restaurant d'entreprise
- Utilisation de produits végétaux alternatifs au cuir ou au caoutchouc
- Prise en compte de la souffrance des animaux dans le processus de production
- Sélection stricte des sous-traitants pour garantir les conditions de travail et de rémunération de leurs employés
- Education des employés à une utilisation du numérique économe (temps de serveur, consommation électrique, prolongement durée de vie des équipements)
- Eau froide uniquement aux lavabos des sanitaires de l'entreprise
- Fonds reversés à des associations engagées pour l'environnement

- Temps accordés aux employés sur leur temps de travail pour contribuer à un projet d'intérêt général ou aider une association (mécénat de compétences)
- Utilisation de matières ou produits naturels, sans traitement nuisible pour l'environnement
- Communication responsable, privilégiant les actions et supports avec faible impact (pas de tournage à l'autre bout du monde)
- Communication respectueuses des diversités et des minorités

Lorsque les groupes sont prêts, faites présenter les 3 premiers engagements et leurs ODD associés par un groupe, les 3 suivants par un autre et ainsi de suite. Après chaque association engagement / ODD, valider ou compléter celle-ci avec toute la classe. Quelles associations différentes ou complémentaires les autres groupes ont-ils proposées ?

## Atelier 2 : Comprendre le «greenwashing»

 30 min de préparation – 30 min d'atelier en classe

### Préparation – échauffement :

Qu'évoque le terme money laundering aux élèves ? Analysez le sens de chaque mot et celui que couvre leur association.

Money : argent

Laundering : lavage

Le blanchiment d'argent consiste à conférer un caractère légitime à de l'argent obtenu de manière illégale (argent sale), pour qu'il ne soit plus détecté par les organismes de contrôle. C'est par exemple en prétendant que les revenus en question (détournement, racket, vol, trafic...) proviennent de fausses factures (qui ne correspondent pas à une réelle prestation) ou de gains de jeu fictifs pour les injecter dans un circuit officiel avant de les faire circuler.

De la même manière, analysez l'expression « greenwashing ». Faites le rapprochement avec les slogans qu'utilisaient il y a longtemps déjà les marques de lessive : XXX lave plus blanc.

Que signifie alors laver plus vert ?

Pourquoi l'expression « greenwashing » est-elle traduite par écoblanchiment ?

La traduction directe pourrait être verdissement d'image.

Le « greenwashing » recouvre les pratiques publicitaires dont les arguments visent à améliorer l'image environnementale d'un produit ou d'une marque, sans que les engagements correspondant soient réels ou concrets.

### Animation de l'atelier :

Quelles affirmations peuvent être tentés d'utiliser des marques ou des produits pour « laver plus vert » ou plus exactement procéder à de l'écoblanchiment ? Quelles intentions peuvent motiver ces pratiques ?

En faisant une analogie avec les diverses manières de travestir la réalité, identifiez les différents aspects que peuvent revêtir le « greenwashing ».

La réalité déformée par :

- exagération ou petits arrangements avec la réalité
- omission
- déformation
- détournement d'attention (le leurre)

Relier ces catégories aux exemples suivants :

- Une publicité qui ne dit pas tout sur les impacts d'un produit
- Une publicité qui amplifie l'exacte portée d'un atout sur l'environnement
- Une publicité qui ne documente pas les résultats qu'elle met en avant
- Une publicité qui laisse croire que son produit bénéficie de labels ou certifications
- Une publicité qui utilise des codes visuels associés à la préservation de l'environnement, de la biodiversité
- Une publicité qui met en avant un engagement à la portée mineure par rapport aux impacts réels du produit ou de la marque sur l'environnement.

## Atelier 3 : Analyse de l'impact environnemental

 40 min d'atelier en classe

### Préparation – échauffement :

L'impact environnemental recouvre toutes les modifications en quantité, qualité, fonction de l'environnement que peuvent générer une action, un produit, un service. Un impact est dit négatif lorsqu'il dégrade les conditions environnementales, positif lorsqu'il les améliore.

Quels impacts sur l'environnement peut avoir un produit ? Un processus de production ?

En quoi la consommation peut-elle avoir un impact sur l'environnement ?

Inviter les élèves à comparer un achat en ligne et un achat en magasin.

Quels exemples de services à impact positif les élèves peuvent-ils citer ?

**Animation de l'atelier :**

Faites représenter sur des cartes ou des « post-its » et classer dans l'ordre toutes les étapes du cycle de production et de vie d'un produit :

- Acheminement des matières premières vers l'usine de production
- Achat ou retrait du produit par le consommateur final
- Transport du produit fini vers le magasin
- Recyclage – transformation du bien
- Mise en production dans l'usine
- Utilisation – consommation du bien
- Fabrication du contenant du produit : flacon, boîte, carton, coffret, brique
- Production – extraction des matières premières
- Réparation du bien
- Transport du contenant vers l'usine de production
- Tri de l'emballage
- Acheminement du produit acheté jusqu'à son lieu de consommation (livraison ou approvisionnement direct)
- Recyclage de l'emballage
- Traitement des déchets

Jusqu'à quelle étape va le cycle de production ? Le cycle de vie du produit ?

Pour chaque étape, identifier la nature de son impact environnemental et proposer des solutions pour le réduire.

Reposez la question sur l'impact de la consommation à la fin de l'animation.

A quoi faut-il faire attention ? Qu'est-il préférable de privilégier ?

Lien utile :

[Ademe https://expertises.ademe.fr/economie-circulaire/consommer-autrement/elements-contexte/impacts-environnementaux](https://expertises.ademe.fr/economie-circulaire/consommer-autrement/elements-contexte/impacts-environnementaux)

## Atelier 4 : Le vocabulaire associé à la RSE



30 min d'atelier en classe

### Préparation :

Certains termes sont utilisés dans la publicité pour vanter les qualités écologiques de produits ou de services. Ils doivent être maniés avec prudence pour ne pas travestir leur sens ou induire en erreur le consommateur.

1- Un impact complètement neutre n'est pas atteignable pour un produit quel qu'il soit. Même recyclé plusieurs fois, il finit toujours par être un déchet.

Aussi les termes globaux « écologique, vert, éthique, responsable, équitable, durable... » ne peuvent -ils être utilisés en valeur absolue. Ils doivent être nuancés : plus vert, contribue à une utilisation plus écologique...

2- Distinguer produit et processus (méthode, procédé) : un produit n'est pas écologique (plus écologique d'ailleurs), c'est son procédé de fabrication qui peut l'être davantage (en mettant en avant un changement). Une démarche ou un projet peuvent être plus éco-responsables, pas le produit qui en résulte.

### Animation de l'atelier :

Corriger les expressions suivantes (extraites de publicités que l'ARPP – l'autorité de régulation professionnelle de la publicité – a relevé comme étant non conformes aux règles de déontologie fixées en matière de développement durable) :

- Avec ce modèle de scooter électrique, le bitume est vert
- Avec ce véhicule électrique, roulez responsable
- Adoptez cette eau minérale engagée
- Avec ce fournisseur d'énergie, consommez responsable
- Lunettes recyclables, biodégradables, durables, responsables
- Cet ordinateur plus léger que l'air est éco-responsable
- Cette collection de vêtement d'alpinisme respecte l'environnement
- Tel produit est bon pour moi et bon pour la planète
- Cette gourde est une idée de cadeau écolo
- Dans les vêtements XXX, vos petits et la planète vous remercieront