Publié sur *écoconso* (https://www.ecoconso.be)

ET LE GREENWASHING DU MOIS EST...

ARTICLES

[*mise à jour : 08/2012*]

Lors du mois consacré aux produits d'entretien sur l'Observatoire citoyen du greenwashing, vous avez élu « Soupline NaturaVerde » le greenwashing du mois.

Quel espoir ! la nouvelle gamme « Natura Verde » conçue « pour vous et votre environnement ». L'emballage de vert vêtu et ses nombreuses allégations demandent qu'on y regarde à la loupe.

A (re)lire également, les 3 autres décodages de greenwashing dans le domaine des produits d'entretien.

« La formule unique d'Omino Bianco enrichie en agents blanchissants naturels aide à redonner le blanc éclatant à votre linge blanc, tout en respectant vous-même et vos tissus ». Vérité ou illusion d'optique ? Allez, sous la loupe !

Le 31 mars de cette année, le WWF nous invitait à participer à Earth Hour en éteignant les lumières pendant une heure et en passant à l'électricité verte. Henkel a accommodé ce slogan très porteur à sa sauce pour vanter - et vendre - le Persil Eco Power.

Le greenwashing tape à l'œil fait graduellement place à des techniques plus insidieuses. Si les termes « nature », « écologique », ou « respectueux de l'environnement » apparaissent moins, le greenwashing est pourtant bien présent. Symptomatique, l'évolution de Glorix, « spécialiste de l'hygiène » d'Unilever, qui a fait de la durabilité un des fers de lance de sa com' d'entreprise.

Comment faire le tri entre les vraies qualités et les allégations, comment bien choisir, comment fabriquer ses produits d'entretien soi-même ? Découvrez la campagne « On ne se fait pas berner : les produits d'entretien sous la loupe ! »

Des réponses personnalisées à vos questions : 081 730 730 | info@ecoconso.be | www.ecoconso.be

---

Liens
[1] https://www.ecoconso.be/fr/content/conditions-dutilisation-de-nos-contenus
[2] http://www.ecoconso.be/Campagne-2012-d-ecoconso-On-ne-se

Cette publication est mise à disposition sous un contrat Creative Commons