

Check liste pour la publicité durable

Vous souhaitez vérifier que votre communication ne s'apparente pas à du Greenwashing ? Suivez la check liste ci-dessous. Celle-ci est inspirée de la bvA et basée sur le guide « Vers zéro Greenwashing » développé par la coalition CommToZero, en combinaison avec les règles en vigueur en Belgique. Les articles du Code de la publicité écologique (CPE) auxquels le conseil fait référence sont indiqués entre parenthèses.

1. Honnêteté

- Avez-vous clairement indiqué dans la publicité à quel aspect du développement durable se rapporte votre allégation (environnement/bien-être animal/travail, etc.) ?
- Pour un terme général comme "durable", "vert", "responsable" ou "propre" : avez-vous expliqué dans la publicité ce que vous entendez par là ? (Article 7 du CPE)
- Communiquez-vous sur une ambition ? Dans l'affirmative, avez-vous précisé qu'il s'agit d'une aspiration ?
- Êtes-vous honnête au sujet de vos ambitions ? Par exemple, disposez-vous d'une feuille de route réaliste et pouvez-vous démontrer dans l'intervalle que vous avez réellement franchi ces étapes ?

2. Preuves

- Disposez-vous de preuves actuelles, solides et indépendantes pour étayer votre allégation ? (*article 14 du CPE*)
- Si l'allégation porte (presque) exclusivement sur certains ingrédients ou aspects du produit, cela est-il clairement indiqué dans la publicité ? (*article 5 du CPE*)
- Vous utilisez des termes absolus tels que "neutre en CO2", "zéro émission", etc. ? Dans ce cas, soyez conscient des risques liés à l'utilisation de telles allégations. Optez plutôt pour une nuance du type "nous nous efforçons de réduire les émissions de CO2 par le biais de notre programme de compensation des émissions de CO2 XX".

3. Informations

- Y a-t-il des informations qui n'ont pas été mentionnées et que vous devriez vraiment partager pour informer correctement le consommateur ? Assurez-vous que ces informations figurent dans la publicité elle-même ou qu'elles sont fournies d'une autre manière si le temps et l'espace sont limités. Par exemple, par le biais d'une clause de non-responsabilité ou d'un lien hypertexte vers une page de renvoi où toutes les informations pertinentes sont fournies.
- Utilisez-vous une désignation ou un symbole particulier (tel qu'un label) pour indiquer que votre produit est durable ? Assurez-vous que l'origine est claire et que toute confusion est exclue (*article 13 du CPE*).

4. Cycle de vie

- Soyez particulièrement prudent avec une allégation absolue : les preuves sont-elles disponibles pour tous les aspects de cette allégation et pour toutes les étapes du processus de production ? Si ce n'est pas le cas, nuancez et rendez l'allégation plus spécifique et plus limitée (*article 6 du CPE*).
- Faites-vous une allégation concernant la collecte ou le traitement des déchets ? Dans l'affirmative, cette méthode est-elle pratiquement accessible à un nombre raisonnable de consommateurs ?
- Si une allégation porte sur le recyclage, celui-ci peut-il être réalisé dans une mesure suffisante ?

5. Comparaisons

- Si vous comparez votre produit à celui d'un autre ou à une ancienne version du produit, la publicité le démontre-t-elle suffisamment ? Disposez-vous de preuves solides ? S'agit-il de produits (ou d'aspects de produits) objectivement comparables : ne comparez-vous pas des pommes avec des oranges ? (*article 12 du CPE*)
- Si votre allégation porte sur l'absence ou la réduction de composants nocifs pour l'environnement, pouvez-vous le prouver ? Et n'affirmez-vous pas à tort que des produits comparables en contiennent ? (*article 12 du CPE*)
- Lorsque vous utilisez des superlatifs tels que "meilleur choix" ou "préféré", assurez-vous que vous disposez d'une justification spécifique solide et soyez conscient des droits de marque des concurrents.

6. Respect des règles

- Prenez connaissance des règles en vigueur auprès de votre (vos) agence(s).
- Si nécessaire, vous pouvez demander un avis [au JEP](#). En tant que membre de l'UBA, vous pouvez également toujours demander conseil via **notre service Care Line**. Pour des questions relatives au développement durable, vous pouvez envoyer votre question [via ce lien](#) pour être mis en contact avec un expert.