



6 principes du Bureau de la concurrence du Canada contre l'écoblanchiment

Par Yali N'Diaye

1

Déclarations véridique et non trompeuses

Les allégations environnementales doivent être véridiques et non trompeuses, tant au regard de leur sens littéral que de l'impression générale qu'elles donnent au public.



Effectuez des essais avant de communiquer

Les consommateurs s'attendent à ce que vos allégations soient étayées par des preuves. La perception compte également. Menez des essais adéquats et appropriés pour vérifier vos allégations concernant les avantages environnementaux de vos produits, services ou de leur rendement **avant** de les formuler.



Déclarations environnementales comparatives spécifiques

Lorsque vous faites des comparaisons dans vos documents promotionnels, indiquez clairement ce qui est comparé ainsi que l'ampleur de la différence.



Ne pas exgérer

Ne surestimez pas et n'exagérez pas les avantages environnementaux de vos produits, de votre entreprise ou de vos activités. De petits avantages environnementaux ne devraient pas être présentés comme s'il s'agissait de bénéfices importants.



Clarté et spécificité

Des allégations vagues peuvent donner l'impression générale d'un avantage environnemental plus vaste ou plus important qu'il ne l'est réellement, ce qui peut induire en erreur. Soyez clairs et transparents quant à la portée de l'allégation : indiquez si elle s'applique à l'ensemble ou seulement à une partie d'un produit, d'une entreprise ou d'une activité.



Étayez vos éclarations environnementales sur l'avenir

Les allégations environnementales portant sur l'avenir doivent être étayées par des éléments de preuve et par un plan clair. Affirmer que votre entreprise sera carboneutre à une date donnée peut être considéré comme de l'écoblanchiment si cette affirmation n'est pas fondée de manière crédible. Utilisez une **méthode reconnue à l'échelle internationale**.

yperspective.ca

Y | PERSPECTIVE

Questions?

Contactez yali@yperspective.ca