

#OnLaissePasPasser LE MODE D'EMPLOI



Face à la vague de greenwashing qui inonde le secteur de la mode et du sport, Zero Waste France riposte ! 💡

En ce début de soldes d'été, **nous déposons un recours contre 2 grandes marques de vêtements de sport** : Adidas et New Balance. En parallèle, **nous lançons une grande mobilisation en ligne pour mettre la pression aux marques de vêtements et chaussures** devenues championnes de la communication mensongère. Objectif : les interpeller massivement pour ne pas les laisser agir en toute impunité, voire les contraindre à retirer leurs publicités / publications sur les réseaux sociaux.

En ce moment, on en voit partout des publicités pour des jeans éco-responsables, des marques engagées et des vêtements durables... C'est donc aussi un moyen d'aider toutes les personnes qui s'interrogent à décerner le vrai du faux (bon, surtout le faux) dans la continuité de [la campagne "Fast-fashion : il est temps de ralentir"](#).

SOMMAIRE

COMMENT PARTICIPER ?

[Niveau 1 : commentez](#)

[Niveau 2 : publiez](#)

[Niveau 2 bis : envoyez un courrier](#)

[Niveau 3 : saisissez les autorités](#)

[CONSEILS POUR IDENTIFIER DU GREENWASHING](#)

[CONTINUER À AGIR](#)

[NOUS CONTACTER](#)

COMMENT PARTICIPER ?

Niveau 1 : commentez

Exemples de commentaires pour inspiration :

Recyclage

#OnLaissePasPasser 100% recyclé, ça n'existe pas. Quelle partie du produit a réellement été fabriquée avec des matières recyclées ? Quelles sont ces matières : des fibres textiles ou du plastique ? Les vêtements en matières synthétiques, quand bien même recyclées, sont très polluants et nocifs pour la santé. @Nomdelamarque il ne suffit pas d'utiliser des formules magiques pour être dans une démarche écologique ! Plus d'infos sur zerowastefrance.org

Matières végétales

#OnLaissePasPasser C'est un premier pas que de se passer de matières synthétiques. Mais @Nomdelamarque, quid de la durabilité de vos produits, des solutions pour les faire réparer ? Il ne s'agirait pas non plus d'épuiser les ressources naturelles pour fabriquer des chaussures... Rendez-vous sur riendeneuf.org pour découvrir les alternatives.

Seconde main

#OnLaissePasPasser Que deviennent les vêtements collectés en magasin : recyclage en France, vendus en seconde main ou envoyés à l'étranger ? Pourquoi proposer un bon d'achat pour inciter à l'achat neuf si vous souhaitez réellement développer une démarche circulaire et encourager la seconde main ? @Nomdelamarque Nous ne sommes pas dupes. Rendez-vous sur riendeneuf.org pour passer du côté des alternatives à la fast-fashion.

Général

#OnLaissePasPasser Eco-responsable, durable, engagé, naturel... que cachent réellement ces mots magiques ? Ce n'est pas le greenwashing qui sauvera la planète. @Nomdelamarque que mettez-vous en place pour éviter les matières synthétiques (plastique) dans vos vêtements, pour favoriser leur durabilité, pour les rendre réparables, leur donner une seconde vie... ? Plus d'infos sur zerowastefrance.org

Voici une sélection de publications réseaux sociaux à commenter (cette liste est régulièrement mise à jour) :

Facebook :

- Les maillots de bain “fabriqués à partir de matériaux recyclés” de [H&M](#)
- [Etam](#) qui fait tout bien ou presque

Instagram :

- La collection “Green Spirit” de [Courir](#)
- Les Stan Smith Adidas 100% recyclées présentées par [Courir](#)
- La chaussure “végétale, engagée et naturelle” de [le coq sportif](#)
- Les t-shirts de [Bonobo](#) qui sauvent les océans

Linkedin :

- Les produits 100% ceci ou cela de [Lafuma](#)

Vous en avez repéré une autre ? N’hésitez pas à la commenter avec le #OnLaissePasPasser !

Niveau 2 : publiez

☀ Pour une publication réussie :

- Mettre une photo ou capture d’écran
- Taguer la marque concernée
- Taguer Zero Waste France
- Ecrire un texte qui interpelle la marque sur le greenwashing
- Ajouter le #OnLaissePasPasser dans le texte

Exemple de messages pour inspiration :

Les marques de vêtements et chaussures ont clairement intégré le greenwashing dans leur stratégie : elles utilisent des arguments écologiques pour continuer à vendre des produits qui restent nocifs pour l’environnement et la santé. @Nomdelamarque #OnLaissePasPasser cette publicité ! Pour en savoir plus, rendez-vous sur zerowastefrance.org et découvrez les actions de l’association @ZeroWasteFrance pour lutter contre la fast-fashion.

Voici une sélection de pages que vous pouvez prendre en capture d’écran et publier sur le réseau social de votre choix :

- La page développement durable de [Nike](#) - “Move to zero”
- La doudoune recyclée [Uniqlo](#)
- La collection “sustainable” de [JD Sports](#)
- La chaussure recyclable de [Salomon](#)

- La page développement durable de [C&A](#) qui communique en parallèle sur la démarche [zéro déchet](#)
- La page “Durabilité” d’[Adidas](#) qui prétend mettre fin au gaspillage du plastique...
- “Recyclez avec [Bonobo](#) et donnez une 2nde vie à vos vêtements”

Vous pouvez également prendre en photo une publicité que vous voyez dans l’espace public ou en magasin, faire une capture d’écran d’un mail, d’un site web, d’une publicité en ligne...

Niveau 2 bis : envoyez un courrier

Pour interpellier directement une marque coupable de greenwashing, vous pouvez lui adresser un courrier à **l’adresse postale de son siège social**.

Dans ce courrier, n’oubliez pas :

- de **décrire précisément la ou les pratiques de greenwashing** que vous avez repérées, qui peuvent être présentes sur divers supports de communication : publicité, arguments commerciaux sur la page de vente en ligne du site internet, page internet dédiée à la prétendue démarche environnementale de la marque...
- d’**insérer les captures d’écran** de ces communications trompeuses
- de **rappeler la loi** : l’article [L. 121-2 du code de la consommation](#) prévoit qu’une pratique commerciale est trompeuse *“lorsqu’elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur”* sur les caractéristiques essentielles du produit, incluant *“son impact environnemental”*, et sur *“la portée des engagements de l’annonceur, notamment en matière environnementale”*.
- de **rappeler les sanctions encourues** : l’article [L. 132-2 du code de la consommation](#) punit les pratiques commerciales trompeuses d’un emprisonnement de deux ans et d’une amende de 300 000 euros. Le montant de l’amende peut être porté à 80 % des dépenses engagées pour la réalisation de la publicité ou de la pratique trompeuse lorsqu’elle repose sur des allégations en matière environnementale.

Un courrier-type est à venir !

Niveau 3 : saisissez les autorités

L’autorité compétente pour contrôler et sanctionner les pratiques commerciales illégales des entreprises, dont fait partie le greenwashing, est la **Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)**, rattachée au ministère de l’Economie. Pour dénoncer le greenwashing d’une marque, vous pouvez :

- lui adresser un signalement directement sur la plateforme en ligne [Signal Conso](#) ;
- lui écrire par courrier postal à l’adresse suivante : RéponseConso - B.P.60 - 34935 Montpellier Cedex 9 ;
- lui téléphoner au numéro suivant : 0809 540 550 (appel non surtaxé).

Pour s'attaquer plus particulièrement à une publicité ayant recours au greenwashing et tenter d'obtenir le retrait de la publicité par la marque, vous pouvez également déposer un signalement (appelé "plainte") auprès du **Jury de Déontologie Publicitaire (JDP)**, directement *via* un [formulaire en ligne](#). Le JDP est chargé de faire respecter les règles déontologiques du secteur de la publicité, qui prohibent notamment les fausses allégations environnementales.

CONSEILS POUR IDENTIFIER DU GREENWASHING

Voici quelques stratégies de communication qui permettent d'identifier le greenwashing :

- **Mots valises et exagérations** : naturel, éco-responsable, durable, engagement, écologique, green, circulaire... souvent assortis de la mention 100%. Concrètement, ça ne dit rien de la démarche mise en place par la marque pour réduire son impact écologique.
- **Esthétique qui rappelle la nature** : feuilles, planète, couleur verte, effet papier recyclé, arbre... Plus la marque utilise ces éléments dans ses supports de communication (site web, vidéos, publications...), plus ça sent l'envie de se faire passer pour plus écologique que ça ne l'est.
- **Manque de transparence** : quand on veut en savoir plus sur ce que signifient ces mots ou cette esthétique et que c'est difficile d'obtenir des informations (composition, provenance des matières, engagements réalisés / à venir, source des données...), c'est que c'est du greenwashing.
- **Fausse solutions pour détourner l'attention** : planter des arbres, faire de la décompensation carbone, faire des dons à des associations, ok mais... en quoi ça améliore la durabilité des produits, ça réduit l'impact de la marque ?

C'est quoi le problème avec le recyclage ?

Retenez bien que "100% recyclé", c'est loin d'être une solution bénéfique pour l'environnement.

- 1) Ce n'est pas vrai : le procédé de recyclage nécessite dans la plupart des cas d'incorporer de la **matière vierge**. Et même sans connaître cette précision technique, en allant dans les détails du produit, on peut se rendre compte que ça ne concerne qu'une partie du produit.
- 2) Quand on parle de vêtements recyclés, on ne parle pas de fibres textiles recyclées mais de **matières synthétiques donc de plastique**, donc de matières fossiles comme le pétrole. Ces vêtements remplis de plastique polluent et sont nocifs pour notre santé.
- 3) Le recyclage n'est pas une solution miracle : la matière ne sera **pas recyclable à l'infini**, elle va se dégrader au fur-et-à-mesure des cycles de recyclage. On a vu plus circulaire... En plus, le recyclage est un **procédé énergivore et délocalisé** : les vêtements recyclés traversent la planète.
- 4) Les vêtements, qui sont aujourd'hui un mélange de plusieurs matières, sont quasiment **impossibles à recycler en nouveaux vêtements** et sont ainsi transformés en isolants, chiffons...

Pour en savoir plus sur les techniques de greenwashing, découvrez [notre article](#) sur le sujet.



A en voir les supports de communication des marques de vêtements et de chaussures, on pourrait croire que les marques se sont saisies des enjeux écologiques : vêtements recyclés, matières naturelles, réduction de l'impact carbone, collection de seconde main... Tout est en bonne voie. Mais si tout ça n'était qu'une façade ? Zero Waste France vous présente les principales techniques des marques pour vous vendre toujours plus de vêtements, à grand renfort d'arguments en faveur de la protection de l'environnement.

CONTINUER À AGIR

Vous avez fait une première salve d'interpellations et vous voulez continuer à agir au quotidien ? Top ! **Restez en contact** avec l'équipe de Zero Waste France et les autres personnes qui participent à l'action via [le groupe facebook privé](#). Vous pourrez y **partager des publicités** pour que nous les commentions / publions en masse rapidement. L'équipe de Zero Waste France pourra également les partager à sa communauté via ce document et via les réseaux sociaux.

NOUS CONTACTER

Nos réseaux sociaux : [facebook](#) - [instagram](#) (@zerowastefr) - [twitter](#) (@ZeroWasteFR) - [linkedin](#)

Tenez-vous au courant de nos actions en vous abonnant à [notre newsletter](#) mensuelle !

Pour toute question, merci d'envoyer **un mail** à defi@zerowastefrance.org