

Du greenwashing à la communication éco-responsable

Associations et entreprises : qui lave plus vert ?

Entreprises et associations développent entre elles des relations d'amour-haine : unies dans des partenariats de natures diverses, elles peuvent aussi s'opposer violemment dans des affrontements où les premières sont accusées par les autres d'espionnage et de sabotage, tandis qu'en retour elles traitent les secondes d'association de malfaiteurs. Ambiance !

A travers la problématique des enjeux de la communication en matière d'environnement, les associations les plus combatives mettent en question les discours des entreprises qui veulent se donner un profil « vert ». Deux légitimités s'affrontent ; quelles stratégies les unes et les autres mettent-elles en place pour séduire leurs publics spécifiques ?

Les entreprises qui tentent de se présenter sous un emballage vert font-elles du *greenwashing* ou développent-elles une responsabilité sociétale en protégeant l'environnement ? Les associations qui dénoncent un discours cosmétique tenu par les entreprises possèdent-elles des outils suffisamment persuasifs pour ne pas apparaître comme de joyeux amateurs ou de vilains anarchistes ?

Évoluons-nous vers un capitalisme d'opinion ?

Jean-Marie Pierlot