

# GREENWASHING

Strategia marketingowa, której celem jest stworzenie mylnego wrażenia, że dana firma i jej produkty są przyjazne dla środowiska.

Aby zmienić stosunek ludzi do danego produktu, nie zmieniając nieekologicznego procesu jego powstawania, najłatwiej jest zainwestować w odpowiednią reklamę, czyli taką, która sprawi, że produkt ten przestanie być negatywnie postrzegany. Na tym opiera się proces greenwashingu.



## RODZAJE GREENWASHINGU

Czyli co przykładowo robią firmy, żeby zamydlić nam oczy?

- ◇ Zamieszczają na swoich produktach znaczki, które mają przypominać certyfikaty ekologiczne. Są także firmy, które same tworzą certyfikaty i używają ich na niejasnych zasadach.
- ◇ Zakładają nową, małą firmę i tworzą pod jej logo produkt lub linię produktów, które mają dbać o środowisko. Oficjalnie nie przyznają się do nich, by nie zostały skojarzone z faktyczną, nieekologiczną ścieżką produkcyjną, jak np. Coca-cola i Honest Tea. Chodzi o to, by pozyskiwać pieniądze konsumenta, który unika firm zanieczyszczających środowisko naturalne – myśli on, że kupuje od firmy pro-ekologicznej, gdy de facto tak nie jest.
- ◇ Wybierają opakowania w kolorach kojarzących się z ekologią, opakowania półekologiczne lub nawet ekologiczne, jednak w środku nadal znajduje się ich nieekologiczny produkt.
- ◇ Wypuszczają jeden ekologiczny produkt i uważają, że są już wystarczająco ekologiczne i nie muszą robić nic więcej.
- ◇ Inwestują w reklamy, które kojarzą się pro-środowiskowo: ukazują dużo zieleni, wody, słońca; używają takich określeń, jak naturalny, czysty, zielony, przyjazny środowisku. Chcą pozostać w pamięci konsumenta, jako firmy pro-ekologiczne, podczas gdy w rzeczywistości takie nie są.
- ◇ Tworzą głośne kampanie, w których zobowiązują się do dokonania w swojej produkcji zmian korzystnych dla środowiska, jednak nie przedstawiają konkretnych deklaracji, jakie działania zostaną podjęte i kiedy. Często też cała sprawa zamyka się na etapie zrobienia szumu medialnego, a deklaracje ulegają zmianie lub zapomnieniu.

Greenwashing jest szkodliwy, ponieważ ma na celu jedynie zmianę wizerunku firmy i jej produktów oraz zwiększenie sprzedaży. Dobro planety gra rolę marginalną lub zupełnie nie jest brane pod uwagę. Wszystko ma wyglądać „jak ekologiczne”, ale niekoniecznie musi takie być.

# ZIELONE KŁAMSTWO

Greenwashing tłumaczony jest często jako „eko-ście- ma”, „zielone mydlenie oczu”, „zielone kłamstwo”. Jak je jednak rozpoznać i unikać kupowania produktów firm, które zarabiają dzięki swoim nieuczciwym praktykom produkcyjnym i wizerunkowym?

Greenwashing jest szkodliwy, ponieważ ma na celu jedynie zmianę wizerunku firmy i jej produktów oraz zwiększenie sprzedaży. Dobro planety gra rolę marginalną lub zupełnie nie jest brane pod uwagę. Wszystko ma wyglądać „jak ekologiczne”, ale niekoniecznie musi takie być.

## Co demaskuje Greenwashing?

Poszukiwanie informacji o firmie i jej produktach w niezależnych źródłach. Wymaga włożenia trochę czasu i starań, jednak jest jedyną drogą, żeby dowiedzieć się, czy dana firma faktycznie dba o środowisko, czy tylko chce za taką uchodzić.

## Co może w tym pomóc?

- ◇ Sprawdzanie składu i pochodzenia przynajmniej kilku produktów firmy
- ◇ Certyfikaty – kto je przyznał, czy widnieją na oficjalnych stronach niezależnych instytucji zajmujących się certyfikacją.

Do takich należą m.in.:

