

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

ÉTUDE DES PRATIQUES DE GREENWASHING LORS DES NÉGOCIATIONS MULTILATÉRALES SUR LE
CLIMAT

TRAVAIL DE RECHERCHE DIRIGÉ
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN SCIENCE POLITIQUE

PAR
FRANÇOIS-EMMANUEL BODEL

JANVIER 2024

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce document diplômant se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév. 04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce à plusieurs personnes :

J'aimerais d'abord remercier mon professeur et directeur de recherche, Monsieur Romain Lecler qui m'a accompagné depuis le début de ma maîtrise à l'UQÀM. Dans un premier temps, j'ai pu participer à son cours « Théories des relations internationales – POL8303 ». Par la suite, j'ai eu l'occasion d'être dirigé par lui dans le cadre de mon travail dirigé bidisciplinaire. Monsieur Lecler m'a donné de nombreux conseils, de nombreuses critiques, de nombreuses corrections et de nombreuses recommandations pertinentes dans le cadre de la rédaction de mon travail de recherche. Pour finir, j'ai eu l'occasion de travailler sur certains projets de Monsieur Lecler en tant qu'assistant de recherche.

J'aimerais aussi remercier Madame Maya Jegen pour ses critiques précieuses qui m'ont été nécessaires dans la phase finale de rédaction de mon travail de recherche. Également, j'aimerais mettre en avant la disponibilité et la rapidité avec laquelle Madame Jegen a évalué mon projet de travail dirigé.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES	v
RÉSUMÉ.....	1
CHAPITRE 1 : Présentation du travail de recherche.....	3
1.1 Introduction	3
1.1.1 Objectifs généraux.....	4
1.1.2 Question de recherche	4
1.1.3 Matériel empirique.....	4
1.2 Revue de littérature.....	6
1.2.1 La place des acteurs non étatiques dans les négociations multilatérales sur le climat	6
1.2.1.1 Les acteurs non étatiques : des « <i>outsiders</i> » des négociations internationales	6
1.2.1.2 Les acteurs non étatiques : un rôle clé pour diffuser de l'information en amont des négociations	8
1.2.2 Le rôle des groupes de pression privés dans les politiques mondiales.....	10
1.2.2.1 Définir un groupe de pression privé	10
1.2.2.2 Un acteur des relations internationales peu étudié et complexe.....	11
1.2.3 Les pratiques de <i>greenwashing</i> des entreprises privées.....	12
1.2.3.1 L'origine du <i>greenwashing</i> :	12
1.2.3.2 Une pratique créée en même temps que la conscience internationale contre le dérèglement climatique.....	13
1.2.3.3 La nécessité d'intégrer ceux qui pratiquent le <i>greenwashing</i> à la lutte contre le dérèglement climatique.....	14
1.3 Stratégie d'argumentation.....	14
1.3.1 Les différents concepts.....	14
1.3.2 Matériel empirique et méthode d'analyse.....	16
CHAPITRE 2 : Le « In » des négociations internationales.....	18
2.1 Une COP d'un conflit diplomatique	18
2.2 Un accord « historique ».....	19
2.3 Le 15 ^{ème} objectif d'un accord « historique » : Style Titre 3	20
2.3.1 Conclusion.....	21
CHAPITRE 3 : Le « Off » des négociations internationales.....	22
3.1 Le <i>greenwashing</i> « exécutif »	22
3.1.1 Présentation du groupe de pression : <i>Business for nature</i>	22
3.1.2 Les consommateurs victimes de <i>greenwashing exécutif</i>	24
3.1.2.1 La méthode : <i>The Elaboration Likelihood Model</i> (ELM)	24
3.1.2.2 L'utilisation d'influenceurs afin d'obtenir une image verte	25

3.1.3	Faire perdurer le <i>greenwashing</i> exécutif par les stands lors des COP	26
3.1.3.1.1	Conclusion	27
3.2	Le <i>Greenwashing</i> d'« assimilation »	28
3.2.1	Présentation du groupe d'intérêt : <i>CropLife International</i>	28
3.2.2	Une présence qui ne passe pas inaperçue : <i>CropLife International</i> à la COP15.....	30
3.2.2.1	La contestation des environnementalistes :	30
3.2.2.2	Un faux « <i>Green Deal</i> » :.....	32
3.2.3	Un <i>greenwashing</i> d'assimilation assumé ?	34
3.2.3.1	Le « off » impacte le « in » des négociations :	34
3.2.3.2	La promotion de ces technologies lors de la COP15 :	35
3.2.3.2.1	Conclusion	36
3.3	Le <i>Greenwashing</i> d'« association »	36
3.3.1	Présentation du groupe de pression : TotalEnergies	36
3.3.2	TotalEnergies : une solution au changement climatique ou un pollueur ?	38
3.3.2.1	TotalEnergies : une compagnie familière du <i>greenwashing</i> ?	38
3.3.2.2	Pour quelles raisons faut-il faire participer TotalEnergies aux négociations internationales ?	39
3.3.3	Le <i>greenwashing</i> d'association : une pratique régulière	41
3.3.3.1.1	Conclusion	44
	CONCLUSION	45
	BIBLIOGRAPHIE.....	47

LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

AEM : Accords environnementaux multilatéraux

CCNUCC : Conventions-cadres des Nations Unies sur les changements climatiques

CDB : Convention sur la diversité biologique

CMADD : Conseil mondial des affaires pour le développement durable

COP : Conférence des partis

ELM : *The Elaboration Likelihood Model*

EpE : Association française des Entreprises pour l'environnement

FTC : *Federal Trade Commission*

FTN : Firmes transnationales

GES : Gaz à effet de serre

GIEC : Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat

IETA : *International Emissions Trading Association*

IPIECA : *IPIECA Limited*

ISR : Investissement socialement responsable

OI : Organisation internationale

ONG : Organisations non gouvernementales

PDG : président-directeur général

PNUE : Programme des Nations unies pour l'environnement

RSE : Responsabilité sociale des entreprises

SEJ : *Society of Environmental Journalists*

UE : Union européenne

WBCSD : *World Business Council for Sustainable Development*

WSPA : *Western States Petroleum Association*

WWF : *World Wildlife Fund*

RÉSUMÉ

Cette étude a pour objectif d'explorer les pratiques de *greenwashing* observées lors des négociations multilatérales sur le climat, en se focalisant sur deux régimes internationaux environnementaux : la Convention-cadre des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) et la Convention sur la diversité biologique (CDB). Notre attention se porte spécifiquement sur deux événements majeurs, à savoir la COP27 en Égypte et la COP15 à Montréal, qui sont tous deux intégrés à l'un de ces deux régimes internationaux environnementaux. Stimulée par l'observation des groupes de pression privés lors de la COP15, une prise de conscience émerge sur l'accroissement de l'influence des institutions financières et des entreprises privées dans les accords environnementaux. La problématique centrale consiste à déterminer si ces entreprises utilisent des pratiques de *greenwashing* pendant ces conférences et, le cas échéant, lesquelles.

Le *greenwashing* est défini selon les trois formes proposées par Béatrice Parguel et Guillaume Johnson : exécutif, assimilation et association. Ces formes impliquent des stratégies telles que l'amélioration artificielle des produits, des assimilations illusoires et la mise en place de partenariats ou projets verts. L'objectif principal est d'analyser si ces formes de *greenwashing* sont présentes et perceptibles lors des négociations internationales sur le climat.

La méthodologie repose sur le concept de la culture du « *off* » d'Amy Dahan, distinguant les discussions officielles (« *in* ») des événements parallèles impliquant des milliers de participants (« *off* »). Par ailleurs, nous faisons le lien avec une typologie des trois formes de « *greenwashing* » que nous avons précédemment mentionnées.

La contribution attendue à l'avancement des connaissances réside dans la possibilité d'appliquer la notion de *greenwashing* à un contexte plus large, au-delà de la relation directe consommateur-entreprise. Si la présence de *greenwashing* lors de ces conférences est démontrée, cela ouvre la voie à des recherches ultérieures sur la manière dont les groupes de pression privés pourraient

influencer les accords climatiques internationaux, élargissant ainsi la compréhension de l'impact de ces pratiques dans le domaine des politiques environnementales globales.

Mots-clés : négociations internationales, *greenwashing*, groupes de pression privés, acteurs internationaux, *lobbying*.

CHAPITRE 1 : Présentation du travail de recherche

1.1 Introduction

En 1992, les conventions-cadres des Nations Unies sur les changements climatiques (CCNUCC) et sur la diversité biologique (CDB) sont négociées au moment du Sommet de la Terre de Rio (Dahan, Aykut, 2015). Ces conventions ont pour intérêt de réunir les États pour qu'ils puissent négocier entre eux, et ainsi conclure des accords environnementaux multilatéraux (AEM). D'autres acteurs sont présents aux conventions avec un statut d'observateurs. Parmi eux, certains participent malgré tout aux négociations, notamment les groupes de pression qui ont pour caractéristique d'influencer les États dans le sens de leurs intérêts privés (Orsini, 2015). En effet, les États ne sont pas les seuls acteurs à avoir une forte incidence sur les négociations multilatérales sur le climat (Okereke *et al*, 2009).

Nous interrogeons particulièrement la pratique d'influence qu'est le *greenwashing*. C'est-à-dire, « l'acte d'induire les consommateurs en erreur concernant les pratiques environnementales d'une entreprise ou les avantages environnementaux d'un produit ou d'un service »¹ (Parguel, Johnson, 2021). Habituellement, le *greenwashing* est un terme qui est assimilé aux consommateur.trice.s, car ces derniers se font tromper par les entreprises privées au travers de fausses allégations environnementales ou à de fausses images vertes que l'on donne à des produits ou à des entreprises (Parguel, Johnson, 2021). L'intérêt du travail de recherche est de s'interroger sur la possible présence de *greenwashing* lors de négociations internationales, donc à ne plus considérer les consommateur.trice.s comme les seules victimes de cette stratégie trompeuse.

¹ Traduction de : « *The act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service* ».

1.1.1 Objectifs généraux

Dans un premier temps, nous voulons savoir si les groupes de pression ont un poids lors des CCNUCC ou des CDB. De plus, il faut préciser que nous faisons une analyse des deux régimes internationaux environnementaux. En effet, la COP15 est intégrée aux CDB, alors que la COP27 fait partie des CCNUCC. Nous voulons identifier et comprendre la manière dont ils agissent pour influencer les États dans leurs décisions de mettre en place ou non des accords contraignants. Enfin, il est crucial de s'interroger sur les différentes formes que prend la pratique du *greenwashing* lors de ces évènements.

1.1.2 Question de recherche

Notre travail de recherche s'articule autour de la question suivante : Est-ce que les entreprises privées utilisent des pratiques de *greenwashing* lors des COP, et si oui, lesquelles ?

Plus spécifiquement, nous nous intéressons à la manière dont les entreprises privées influencent ou non les négociations climatiques. On veut savoir l'influence qu'ils ont sur les politiques environnementales qui vont être mises en place comme résultat de ces négociations multilatérales. Pour cela, nous devons interroger leurs pratiques de *greenwashing*. Notre hypothèse réside sur le fait qu'au travers de la pratique du *greenwashing*, les entreprises privées détiennent une influence assez conséquente afin de détourner les négociations internationales.

1.1.3 Matériel empirique

Pour répondre à nos différentes interrogations, nous allons utiliser plusieurs données empiriques permettant d'illustrer et de relater l'utilisation du *greenwashing* par les entreprises privées. Premièrement, nous allons particulièrement nous reposer sur le site web journalistique et militant *DeSmog*² qui traite des campagnes de désinformation sur le dérèglement climatique³.

² <https://www.desmog.com/about/>

³ *Ibid.*

DeSmog relate des faits de *greenwashing* par les entreprises privées en dehors des négociations internationales. Nous pouvons utiliser ses exemples et ses données afin de faire un lien entre les stratégies de *greenwashing* pratiquées en dehors et au moment des négociations multilatérales pour ainsi confirmer notre hypothèse. De plus, nous pouvons reprendre les différentes listes émises par l'ONG *global witness*⁴. Ces dernières ont pour intérêt de nommer et compter les différents groupes de pression privés présents aux négociations, et ainsi de montrer l'expansion du pouvoir des acteurs privés⁵.

Enfin, la COP15 sur la biodiversité à Montréal en décembre 2022 et la COP27 à Charm el-Cheikh en Égypte en novembre 2022 ont permis de suivre *Business for nature*, *CropLife International* et TotalEnergies. Il est pertinent de relater l'influence de ces trois compagnies privées au sein des négociations qui se sont déroulées à Montréal et à Charm el-Cheikh, donc de faire des études de cas. Nous avons sélectionné *Business for nature* et *CropLife International* en raison de leur accréditation à la COP15 de Montréal. Les deux groupes de pression agissent directement sur le régime de la CDB. Notre choix s'est porté sur *Business for nature* parce que c'est une coalition qui a été créée dans le cadre de la COP15 et qui a pour but d'intégrer de plus en plus les acteurs du secteur privé. De plus, *Business for nature* a joué un rôle crucial lors de la dernière plénière, où l'entreprise privée a prononcé un discours. Ensuite, *CropLife International* est essentiel à notre travail de recherche, car le lobby a effectué selon un centre de recherche des pratiques de *greenwashing* allant à l'encontre du Pacte vert européen. La présence de *CropLife International* lors de la COP15 a été vivement contestée par rapport à ces agissements antérieurs, il semble que l'étude de ce lobby est nécessaire. Quant à TotalEnergies, notre choix repose sur l'impact médiatique généré par son action lors de la COP27, donc sur le régime de la CCNUCC. Leur sélection s'explique par le fait qu'elles s'alignent bien avec notre envie d'effectuer une typologie des diverses formes de *greenwashing*. En effet, il semble judicieux d'observer les différentes

⁴ <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/fossil-gas/636-fossil-fuel-lobbyists-granted-access-cop27/>

⁵ *Ibid.*

formes de *greenwashing* par des études de cas concrètes de *Business for nature*, *CropLife International* et *TotalEnergies*.

1.2 Revue de littérature

1.2.1 La place des acteurs non étatiques dans les négociations multilatérales sur le climat

La littérature est divisée en deux camps concernant le rôle et l'influence des acteurs non étatiques dans les négociations internationales. Le premier relativise leur importance et les relègue plutôt au rang d'« *outsiders* » de ces négociations. Le deuxième défend leur rôle clé, en particulier pour diffuser de l'information en amont des négociations. D'ailleurs, les ONG ne sont pas forcément environnementales et peuvent avoir des intérêts économiques ou être accusées de pratiquer le *greenwashing* comme l'ONG WBCSD « puisqu'il s'agit d'une association qui n'a pas le profit pour objectif » (Orsini, 2015). Pour clarifier nos propos, le tableau n'est pas simple, mais l'intérêt de notre travail de recherche est d'analyser des groupes de pression privés, des ONG ou tout autre acteur de la scène internationale environnementale sur leur rapport avec la pratique de *greenwashing*.

1.2.1.1 Les acteurs non étatiques : des « *outsiders* » des négociations internationales

D'une part, les auteur.e.s ont tendance à nuancer le rôle des acteurs non étatiques. On peut reprendre le terme d'« *outsiders* » qu'utilise Sylvie Ollitrault lorsqu'elle évoque le poids de ces derniers lors des conférences (Ollitrault, 2018). Ce terme provient de la différenciation entre « *high politics* » et « *low politics* ». En effet, l'auteure tente d'expliquer que les *low politics* sont les enjeux qui ne touchent pas à la sécurité des États, donc de second plan comme l'environnement ou l'humanitaire. À contrario, les *high politics* représentent les enjeux de premier plan comme la guerre et l'économie. On comprend que le terme d'*outsiders* définit la difficulté pour les acteurs non étatiques de mettre à l'ordre du jour les *low politics* qui n'intéressent pas aux premiers abords les États. Sylvie Ollitrault évoque la double pression

nécessaire aux acteurs non étatiques et aux agences pour obtenir une considération de la part des États (Ollitrault, 2018). L'emploi de l'analogie « *outsiders* » est intéressant pour notre travail pour montrer qu'il existe un contraste entre les acteurs non étatiques et les acteurs privés dans la promotion de leurs intérêts, car ces derniers « disposent de moyens matériels considérables » (Berny, 2008).

Olivier Godard introduit le terme de « bifurcation » au moment de la conférence de Copenhague en 2009. Auparavant, il y avait la volonté pour les différents acteurs de trouver des accords contraignants lors des négociations multilatérales, mais la bifurcation lors de la conférence de Copenhague a fait en sorte que les accords mis en place étaient unilatéraux et peu ambitieux. En effet, l'auteur insiste sur le fait que la conférence de Copenhague représente plus une approche réaliste des relations internationales, car les États restent au cœur des négociations contrairement aux ONG qui ont eu pour seul succès de « sauver l'image de la coopération interétatique par l'adoption d'un texte commun », mais pas ambitieux (Godard, 2011).

Lucile Maertens et Louis Marieke pointent du doigt la dépendance au sentier des organisations internationales (OI) qui les empêche de prendre en compte la question environnementale et de « passer au vert ». Les deux auteures s'accordent sur le fait que la question de l'environnement est à l'écart des principales préoccupations non pas seulement des États, mais de l'ensemble des acteurs internationaux comme les OI (Maertens, Marieke, 2016).

Les acteurs non étatiques sont des *outsiders*, car ils veulent promouvoir des intérêts qui sont secondaires pour les autres acteurs de la scène internationale. L'influence des acteurs non étatiques rentre dans un processus de pression plus ardu et complexe qu'il faut nuancer pour en comprendre les mécanismes.

1.2.1.2 Les acteurs non étatiques : un rôle clé pour diffuser de l'information en amont des négociations

D'autre part, des auteures comme Michèle Betsill et Élisabeth Corell tentent de mettre en évidence la place centrale de ces acteurs et le rôle d'influence qu'ils exercent dans la prise de décision des gouvernements à l'échelle nationale ou internationale. Selon elles, les ONG influencent les négociations en communiquant des informations de manière stratégique aux différents acteurs présents (Betsill, Corell, 2011). La conférence de Copenhague a mis en lumière le rôle et la collaboration de la société civile avec les ONG au sein de la gouvernance climatique (Dupuits, 2021). En effet, les organisations de la société civile ont mis davantage en place des actions de plaidoyer leur permettant d'accroître leur influence au sein des négociations, particulièrement en collaborant avec les organisations internationales (OI). On voit apparaître un changement de « paradigme majeur pour les relations internationales » avec une nouvelle génération de mouvements climatiques qui tentent par différentes actions (arrêter la production d'énergies fossiles des firmes transnationales ; influencer les négociations internationales par des actions radicales) de s'imposer dans les négociations (Dupuits, 2021).

Nicolas Gaidet et Ève Fouilleux, partisans d'une analyse cognitive des politiques publiques à l'échelle internationale, démontrent eux aussi que les ONG sont « au cœur des processus d'institutionnalisation des politiques globales de protection de la biodiversité ». La littérature s'est très peu penchée sur les mécanismes et les connexions des acteurs non étatiques, particulièrement entre ONG et scientifiques (Gaidet, Fouilleux, 2018). Les deux auteur.e.s tentent de mettre en évidence toute la complexité des « enrôlements et alliances à l'œuvre entre ONG et scientifiques » et de leur influence sur les politiques. D'ailleurs, l'une des conclusions de l'article est que le processus de négociation se passe en amont des conférences multilatérales (Gaidet, Fouilleux, 2018). Cela peut expliquer la difficulté pour les chercheurs.e.s de s'intéresser au pouvoir d'influence des acteurs non étatiques, car ils agissent dans l'ombre des événements internationaux.

Il est donc crucial de s'intéresser à la face cachée des négociations qui se déroulent en dehors des discussions formelles. Si la principale voie d'influence des groupes de pression est l'information,

alors il est primordial de s'interroger sur la manière dont ils la transforment pour orienter les États dans le sens de leurs intérêts.

Si les acteurs non étatiques sont des *outsiders* comme les présente Sylvie Ollitrault, alors les États sont censés être les acteurs primordiaux des négociations multilatérales sur le climat puisque ce sont les négociateurs et les décideurs qui mettent en place les accords finaux. Pourtant, Michèle Betsill conclut que le nombre d'ONG présentes lors des négociations est un facteur d'influence concret sur les États. Ce constat repose principalement sur le fait que les ONG étant en grand nombre vont pouvoir apporter des informations, donc influencer les négociateurs qui ne sont autres que les États (Betsill, 2008). Tobias Bohmelt et Carola Betzold confirment l'hypothèse de Betsill et déterminent un lien entre le nombre accru d'ONG et une diffusion d'informations plus importante à destination des États, ce qui conduit à des engagements environnementaux plus élevés lors des négociations multilatérales (Bohmelt, Betzold, 2013). En revanche, Nasiritousi et Björn-Ola déterminent que les États peuvent recevoir l'information et décider de ne pas la traiter dans le sens des intérêts des acteurs non étatiques. Par exemple, les États peuvent décider de négocier à huis clos entre eux sans la présence des acteurs non étatiques pour traiter de sujets sensibles et ainsi réduire leur pouvoir d'influence (Nasiritousi, Björn-Ola, 2016).

De plus, il faut savoir que les États les plus influents dans les négociations sont les États les plus dominants sur le plan international comme en témoigne Rishikesh Ram Bhandary en important le concept de *bandwagoning* qui s'opère sur les petites coalitions (petits États insulaires ou OI) présentes (Bhandary, 2017). À contrario, il a été observé que les petites coalitions (petits États insulaires ou organisations internationales) qui veulent obtenir un réel pouvoir d'influence sur les négociations se tournent vers les acteurs non étatiques (Chan, 2020). On peut percevoir cette stratégie de la part des acteurs non étatiques comme une autre manière pour eux de montrer leur pouvoir d'influence sur les États et contrebalancer l'échiquier des négociations.

Au vu de ce tableau du déroulement des négociations, nous pouvons clairement définir les intérêts des acteurs non étatiques comme *outsiders* en comparaison aux intérêts économiques des États et aux groupes de pression privés qui tirent « secrètement les fils dans l'ombre » (Orsini,

Compagnon, 2011). Malgré une place d'*outsiders* revendiquée, nous pouvons admettre qu'à travers différentes stratégies d'influence, les acteurs non étatiques arrivent à s'installer comme un acteur essentiel des négociations multilatérales sur le climat.

1.2.2 Le rôle des groupes de pression privés dans les politiques mondiales

1.2.2.1 Définir un groupe de pression privé

Les auteur.e.s s'intéressant aux groupes de pression privés, les définissent comme étant des acteurs ayant des intérêts divergents et ne formant pas une unité (Orsini, Compagnon, 2011).

Cependant, il est possible de déterminer le positionnement politique des firmes multinationales au travers de trois critères : « leur place dans le processus de production des biens et services ; leur caractère national ou international [...] enfin, leur capacité d'innovation et de proposition de nouvelles technologies capables de traiter les problèmes environnementaux en négociation » (Orsini, Compagnon, 2011).

La littérature permet de démystifier le tableau simpliste qui peut être fait des groupes de pression privés.

Effectivement, au-delà de la définition d'un groupe de pression privé, il est difficile de déterminer son niveau d'influence. L'article intitulé « Lobbying industriel et accords multilatéraux d'environnement » d'Amandine Orsini et de Daniel Compagnon apporte une précision sur la méthode à favoriser pour étudier de manière pertinente l'influence des groupes de pression lors des négociations internationales (Orsini, Compagnon, 2011). Les deux auteur.e.s évoquent la nécessité d'avoir des données empiriques détaillées pour répondre à trois obstacles qui sont « la difficulté de définir l'influence, la nécessité de prendre en compte plusieurs voies d'influence et le problème de la mesure de l'influence »⁶ (Dür, 2008). En réalité, il demeure complexe de définir

⁶ Traduction de : « *the difficulty of defining influence, the need to consider several pathways to influence, and the problem of measuring influence* ».

clairement les groupes de pression privés et d'évaluer dans quelle mesure ils exercent une influence significative.

1.2.2.2 Un acteur des relations internationales peu étudié et complexe

L'auteure Amandine Orsini s'intéresse spécifiquement aux groupes de pression privés et à leur influence durant les négociations multilatérales sur le climat. Effectivement, elle apporte une vision moins binaire du rôle des ONG et des firmes transnationales (FTN) puisqu'au final ces deux acteurs opèrent de la même manière sur les États : en faisant pression (Orsini, 2015). La littérature a souvent évoqué le rôle des ONG, mais moins celui des groupes de pression privés. La littérature a caricaturé les « bonnes » ONG et les « mauvaises » FTN alors que les liens entre tous ces acteurs lors des négociations sont beaucoup plus complexes. En effet, il existe de nombreux partenariats entre ONG et FTN ou États, mais aussi des rapports de force inégaux entre ces acteurs. Par exemple, il existe une surreprésentation des FTN lors de ces conférences, ce qui pousse les ONG à devenir des coalitions pour contrebalancer (Orsini, Compagnon, 2013).

De plus, il faut savoir que l'influence des groupes de pression privés ne se limite pas au moment des négociations multilatérales sur le climat. En effet, le rôle de *lobbying* qui est réalisé à l'échelle nationale exerce une forte influence sur l'échelle internationale (Orsini, Compagnon, 2011). Par exemple, plusieurs conflits d'intérêts entre l'administration américaine et le secteur privé ont été perçus aux États-Unis juste avant le sommet de Rio en 1992 ou en Europe avec la mise en déroute du projet communautaire de taxe carbone au début des années 1990 (Orsini, Compagnon, 2011).

D'autre part, Amandine Orsini et Daniel Compagnon comprennent qu'il y a une difficulté à comprendre réellement les relations et les échanges qui existent entre les groupes de pression privés et les États, car il y a une difficulté à mesurer l'influence des acteurs du secteur privé (Orsini, Compagnon, 2011). Dans le cas de notre travail de recherche, il est primordial de prendre en

considération les apports des auteur.e.s et d'apporter des pistes de réflexion sur la manière dont ces acteurs influencent les négociations.

1.2.3 Les pratiques de *greenwashing* des entreprises privées

1.2.3.1 L'origine du *greenwashing* :

Les groupes de pression privés sont influents, particulièrement grâce aux pratiques du *greenwashing*. Cette pratique provient de la mise en place de la politique de responsabilité sociale des entreprises (RSE) dans les années 2000 (Dubuisson-Quellier, Gaertner, 2016). Le thème de l'environnement a été mobilisé dans la communication de ces entreprises pour en faire un élément de stratégie. Les acteurs non étatiques ont alors commencé à alerter sur le *greenwashing* qui se résume par l'usage excessif des « propriétés environnementales » des produits vendus par ces entreprises dans les publicités (Dubuisson-Quellier, Gaertner, 2016).

Béatrice Parguel et Guillaume Johnson déterminent trois formes de *greenwashing* : exécutif, assimilation et association (Parguel, Johnson, 2021).

1. Le *greenwashing* exécutif se définit par l'amélioration artificielle de produits dans une publicité au travers de l'utilisation d'éléments évoquant la nature (Parguel, Johnson, 2021).
2. La deuxième forme se résume par des assimilations illusoires sans tenir compte du réel impact écologique (Parguel, Johnson, 2021).
3. Enfin, l'association se résume par la mise en place de partenariats avec des organisations ayant une image verte ou en mettant en place des projets, des évènements ou des programmes verts (Parguel, Johnson, 2021). Nous empruntons à Parguel et Johnson les trois formes de *greenwashing* qu'ils évoquent pour notre travail de recherche.

1.2.3.2 Une pratique créée en même temps que la conscience internationale contre le dérèglement climatique

Il faut savoir que cette pratique n'est pas un phénomène nouveau dans les négociations multilatérales, puisque lors du sommet de la Terre à Rio en 1992, la première tentative de *greenwashing* a été mise en place par le *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD)⁷. En effet, les grandes firmes industrielles se sont regroupées pour former une ONG (Toyota, Shell, Unilever, Lafarge), et ont essayé de maquiller des activités polluantes que les politiques environnementales tentaient de réguler (Orsini, 2015). L'activité du WBCSD est considérée comme du *greenwashing*, car l'ONG a contribué à la création de programmes en faveur de l'environnement et du développement durable, dans le but de participer aux négociations et de défendre ses véritables intérêts économiques (Orsini, 2015). Il y a tout un système qui s'est créé autour du *greenwashing* permettant aux intérêts de ces derniers de perdurer. Parguel et Johnson affirment en outre que le *greenwashing* a évolué et qu'il se nourrit désormais des attaques à son encontre (Parguel, Johnson, 2021).

En effet, « condamner le *greenwashing* et les *greenwashers* à un niveau micro permet à la fois d'individualiser et de dépolitiser la question et de préserver ainsi la crédibilité globale de la publicité verte et du capitalisme (plus vert) »⁸ (Parguel, Johnson, 2021).

Pour essayer de comprendre les raisons pour lesquelles un tel système perdure, nous pouvons nous appuyer sur la théorie de l'isomorphisme institutionnel à laquelle se réfère Rongbing Huang *et al.* Pour ces auteur.e.s, les FTN s'influencent mutuellement au sein d'un même champ organisationnel. Cela conduit à un effet de *bandwagon*, permettant à la pratique du *greenwashing* de s'imiter et d'atténuer progressivement la volonté environnementale (Huang *et al.*, 2022).

⁷ Traduction : Conseil mondial des affaires pour le développement durable (CMADD).

⁸ Traduction de : « *In other words, condemning greenwashing and greenwashers at a micro-level makes it possible to both individualize and depoliticize the issue and so preserve the overall credibility of green advertising and (a greener) capitalism* ».

1.2.3.3 La nécessité d'intégrer ceux qui pratiquent le *greenwashing* à la lutte contre le dérèglement climatique

Rebecca Henderson, dans la continuité d'Amandine Orsini, émet l'idée que les acteurs du secteur privé sont essentiels pour faire face au changement climatique. Selon elle, les acteurs privés ont un rôle à jouer pouvant débloquer l'enjeu du dérèglement climatique par leur engagement dans les politiques environnementales (Henderson, 2020). Par exemple, BlackRock, le plus grand gestionnaire d'actif au monde a demandé à chaque entreprise de son portefeuille de divulguer ses émissions de carbone, car le risque climatique est un risque pour l'investissement (Henderson, 2020).

D'autres solutions sont mises en place comme l'investissement socialement responsable (ISR) par les entreprises qui « cherchent à concilier l'efficacité de l'économie, la protection des clients et l'intérêt général. Elle vise à réduire l'instabilité du système financier tout en intégrant dans ses choix des critères sociaux, sociétaux et environnementaux » (Cravero, Crifo, 2021).

Les auteur.e.s pensent que l'ISR est capable de faire barrage à la pratique du *greenwashing* (Cravero, Crifo, 2021).

Nous pensons que le *greenwashing*, créé par les acteurs du secteur privé en réaction à la prise de conscience climatique mondiale, fait partie intégrante des négociations multilatérales sur le climat. Il est essentiel pour le travail de recherche d'interroger les différentes typologies de *greenwashing* pour comprendre les stratégies d'invisibilisation des groupes de pression privés.

1.3 Stratégie d'argumentation

1.3.1 Les différents concepts

Le concept d'*outsiders* présenté par Sylvie Ollitrault va nous permettre de comprendre la manière dont les groupes de pression privés vont avoir une plus grande marge de manœuvre auprès des États et des résultats des négociations multilatérales. En effet, l'un des moyens de se rendre compte de l'influence des différents acteurs présents aux négociations est d'interroger le « in »

et le « off » de ces dernières. Il est nécessaire de diviser en deux parties le concept de « in » et « off » pour ainsi comprendre les différentes stratégies qui sont mises en place par les groupes de pression privés et les acteurs non étatiques (*outsiders*). La partie « in » du plan de notre travail a pour but de détailler par l'observation la manière dont on perçoit les échanges et la manière dont ils interagissent entre eux.

Nous nous intéressons principalement aux stratégies de *greenwashing*. Effectivement, au travers de Parguel et Johnson, nous avons vu que les pratiques du *greenwashing* peuvent prendre plusieurs formes. Cela nous conduit à nous intéresser aux différents aspects de cette pratique dans la partie « off » de notre travail de recherche.

Les négociations multilatérales sur le climat sont propices à la mise en place de pratiques de *greenwashing* en raison du nombre élevé d'acteurs politiques et économiques présents dans le même lieu simultanément. En effet, de nombreuses négociations entre ces acteurs ont lieu à huis clos, où des alliances et des accords sont définis entre eux. Les pratiques de *greenwashing* vont permettre à certains de ces acteurs d'orienter les négociations selon leurs intérêts.

C'est pourquoi nous nous demandons : Est-ce que les entreprises privées utilisent des pratiques de *greenwashing* lors des COP, et si oui, lesquelles ?

Pour mesurer l'influence des groupes de pression privés, nous allons tester la typologie établie par Parguel et Johnson en faisant l'hypothèse que les 3 pratiques de *greenwashing* documentées sont présentes lors des négociations internationales sur le climat. Pour cela, il faut se référer aux trois formes de *greenwashing* (exécutif, assimilation et association) (Parguel, Johnson, 2021). Notre hypothèse repose sur le fait que ces trois formes de *greenwashing* permettent d'invisibiliser le détournement des négociations par les groupes de pression privés, et ainsi aller dans le sens d'une inaction climatique.

1.3.2 Matériel empirique et méthode d'analyse

Pour répondre à notre question de recherche, nous nous appuyons sur des observations effectuées lors de la COP15 et de la COP27 en suivant particulièrement les agissements de trois entreprises privées présentes sur place : *Business for nature*, *CropLife International* et *TotalEnergies*.

Il est essentiel de comprendre la manière dont ces trois entreprises privées ont opéré durant les négociations. De plus, nous souhaitons déterminer si elles ont recours à des pratiques de *greenwashing* à la fois lors des phases « off » et « in » de la conférence. Nous allons emprunter le concept de la culture du « off » et du « in » qu'emploie Amy Dahan (Dahan, 2009). En effet, l'auteure définit deux manières d'appréhender les négociations multilatérales : la culture du « in » qui s'intéresse aux discussions durant les conférences et la culture du « off » auquel des milliers de personnes participent » lors d'évènements parallèles (Dahan, 2009).

2 types de matériel :

- a) Une étude de la COP15 pour documenter le « in » des négociations : les négociateurs ont un discours commun par rapport à l'enjeu du dérèglement climatique, mais il a tout de même été difficile de mettre en place un accord final puisque les États ont négocié jusqu'au dernier moment.
- b) Littérature grise et documentation secondaire pour documenter le « off » des négociations : nous nous basons sur six études, comprenant trois articles journalistiques de *Desmog* se penchant spécifiquement sur des cas de *greenwashing* par des entreprises privées en dehors des négociations. Un de ces articles portant sur l'utilisation d'influenceurs par des pollueurs va être essentiel pour analyser le *greenwashing* exécutif, tout en reprenant la méthode *The Elaboration Likelihood Model* (ELM). Les deux autres articles vont avoir pour intérêt d'apporter des exemples de *greenwashing* d'association dans le « off » des négociations au travers d'entreprises privées comme *TotalEnergies*, *ExxonMobil* ou encore *Veolia*. Nous avons également pris en considération un rapport de

l'ONG de protection de l'environnement *Greenpeace*, qui analyse les discours sur les médias sociaux des pollueurs européens. De plus, nous avons étudié un rapport du centre de recherche *Corporate Europe Observatory*, établissant un lien entre les pratiques de *lobbying* de *CropLife International* concernant le pacte vert de l'Union européenne et celles constatées lors de la COP15. Le dernier rapport provenant de l'ONG *Global Witness* alerte sur l'augmentation du nombre de lobbyistes présents lors de la COP27, parmi lesquels se trouve TotalEnergies. Il est crucial de noter que les études sur le *greenwashing* se concentrent principalement sur son impact sur les consommateur.trice.s et non sur son influence sur les négociations internationales. Notre approche repose sur des études ciblant les consommateur.trice.s en tant que victimes de ces pratiques trompeuses, avec pour objectif d'associer et d'appliquer ces études précédentes à notre cas d'étude.

CHAPITRE 2 : Le « In » des négociations internationales

La deuxième partie du travail explore le « in » des négociations internationales. Elle a pour intérêt d'introduire le déroulement et la finalité de la COP15 de Montréal, afin de montrer par la suite le décalage entre le « in » et le « off » des négociations internationales. Nous allons étudier l'aspect visible des négociations internationales pour montrer ensuite l'aspect invisible de ces dernières.

2.1 Une COP d'un conflit diplomatique

La COP15 pour la biodiversité à Montréal a été primordiale pour confirmer « l'accord de Paris pour la nature » (Farand, 2022). La Chine joue un rôle primordial à la COP15 de Montréal puisqu'il s'agit du pays qui préside les négociations. En effet, la COP15 devait se dérouler normalement en Chine, mais le contexte sanitaire a rendu impossible la mise en place du sommet à Kunming. Le Canada a pris la responsabilité d'accueillir la COP15, puisque le siège du secrétariat de la Convention sur la diversité biologique (CDB) se trouve à Montréal (Shields, 2022).

Le fait que ce soit la Chine qui ait présidé les négociations est un enjeu important, car il s'agit depuis 2006 du pays qui émet le plus de CO₂ au monde (Guilhot, Meunier, Pouyanne, 2020). En effet, 9,2 milliards de tonnes de CO₂ ont été émises par la Chine en 2017. Nous pouvons conclure que la Chine et les États-Unis sont parmi les acteurs les plus cruciaux dans la lutte contre le changement climatique (Guilhot, Meunier, Pouyanne, 2020).

La COP15 semblait et semble encore fragilisée par les conflits diplomatiques qui opposent la Chine au Canada depuis 2018. Par exemple, il n'y a aucun.e chef.fe de gouvernement présent lors de la COP15. On peut comprendre cela par un manque d'implication de la Chine dans les négociations qu'elle préside et par un désintérêt des différents chefs de gouvernements mondiaux pour ces négociations internationales.

2.2 Un accord « historique »

Le « 19 décembre 2022 - La Conférence des Nations Unies sur la biodiversité, COP15, s'est conclue tôt lundi à Montréal, au Canada, par un accord « historique » visant à protéger 30 % des terres, des zones côtières et des eaux intérieures de la planète d'ici la fin de la décennie » (ONU Info, 2022). Les Nations Unies utilisent le terme d' « accord historique » pour évoquer la réussite complète selon eux des négociations à Montréal en décembre 2022. Il s'agit d'un accord qui a été adopté par 188 gouvernements et qui assure qu'un financement accru pour les pays en développement va être mis en place, afin de les intégrer plus facilement à la lutte contre le changement climatique (ONU programme pour l'environnement, 2022). Ce fameux accord final de la COP15 comporte 23 objectifs à atteindre d'ici 2030 (PNUE, 2022).

Il faut savoir que les 23 objectifs à atteindre sont divisés en 4 objectifs globaux qui sont « mettre un terme à l'extinction des espèces menacées due à l'homme et diviser par dix le taux d'extinction de toutes les espèces d'ici à 2050 ; utiliser et gérer durablement la biodiversité pour faire en sorte que les contributions de la nature à l'humanité soient appréciées, maintenues et renforcées ; partager équitablement les avantages découlant de l'utilisation des ressources génétiques et de l'information sur les séquences numériques des ressources génétiques ; et faire en sorte que des moyens adéquats de mise en œuvre du Cadre mondial pour la biodiversité soient accessibles à toutes les parties, en particulier aux pays les moins avancés et aux petits États insulaires en développement » (ONU programme pour l'environnement, 2022).

La réussite de l'accord final de la COP15 repose sur une cohésion des Partis et sur la création du Fonds pour le Cadre mondial pour la biodiversité (ONU programme pour l'environnement, 2022).

Inger Andersen qui est la directrice générale du Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) a insisté sur le besoin de mettre en œuvre ce qui a été dit lors de la COP15 à Montréal, mais surtout de le mettre en œuvre rapidement « Le succès sera mesuré par les progrès rapides et cohérents que nous accomplirons pour mettre en œuvre ce que nous avons convenu. L'ensemble du système des Nations unies est prêt à soutenir sa mise en œuvre afin que nous puissions véritablement faire la paix avec la nature » (ONU programme pour l'environnement, 2022).

2.3 Le 15^{ème} objectif d'un accord « historique »

Nous nous intéressons particulièrement à l'un des 23 objectifs de l'accord final de la COP15. En effet, le 15^{ème} objectif de l'accord final de la COP15 a permis de légitimer le rôle que sont censés jouer les acteurs du secteur privé dans la politique environnementale.

« Prendre des mesures juridiques, administratives ou de politique générale visant à inciter les entreprises à agir et à leur donner les moyens de le faire, notamment en veillant à ce que les grandes entreprises et les entreprises transnationales, ainsi que les institutions financières : a) Contrôlent, évaluent et communiquent régulièrement et de manière transparente leurs risques, dépendances et incidences sur la biodiversité, y compris en prévoyant des dispositions applicables à toutes les grandes entreprises ainsi qu'aux entreprises transnationales et aux institutions financières concernant leurs opérations, leurs chaînes d'approvisionnement et de valeur, ainsi que leurs portefeuilles ; b) Informent les consommateurs en vue de promouvoir des modes de consommation durables ; c) Rendent compte du respect des dispositions et mesures relatives à l'accès et au partage des avantages, en tant que de besoin ; afin de réduire progressivement les incidences négatives sur la biodiversité, d'accroître les incidences positives, de réduire les risques liés à la biodiversité pour les entreprises et les institutions financières, et de promouvoir des mesures propres à garantir des modes de production durables.

Le cadre mondial adopté lors de la COP15 cherche à intégrer les entreprises privées dans la lutte contre le changement climatique. Plus précisément, la cible 15 de ce cadre exige que les entreprises privées et les institutions financières soient transparentes quant à l'impact de leurs activités sur la biodiversité et la nature. En conséquence, certaines entreprises du secteur privé font désormais l'objet d'une surveillance renforcée de leurs obligations environnementales, assurée par les différentes Parties signataires présent lors de la COP15. De plus, des groupes de pression privés tels que Business for Nature jouent un rôle actif en aidant les entreprises privées à adopter des pratiques plus transparentes. Nous examinerons ultérieurement le processus ayant permis à Business for Nature, l'un de ces groupes de pression privés, de promouvoir la proposition visant à divulguer et évaluer les risques liés à la nature pour chaque entreprise privée.

Nous pouvons faire le rapprochement de ce 15^{ème} objectif avec la collaboration des environnementalistes et des groupes de pression privés comme *Finance for biodiversity* et *Business for nature*. Lors de la dernière plénière, les deux groupes de pression privés étaient

présents à la table du président de la COP15 et ont pu prononcer un discours en faveur de la protection de la biodiversité. La présence de deux groupes de pression privés exprimant leurs points de vue devant un grand nombre d'environnementalistes souligne le tournant de la COP15, tout comme le 15ème objectif de cet accord final, qui accorde une place plus importante aux entreprises privées dans la lutte contre le dérèglement climatique. Le 15ème objectif de la COP15 provient du manque de certitude politique des entreprises et des institutions financières quant à la modification de leurs modèles d'affaires. En effet, les politiques n'ont jamais eu accès aux informations nécessaires pour mettre en œuvre ces changements et suivre les progrès (*Business for nature*, 2019). D'où la nécessité d'une entente entre les Parties et les groupes de pression privés qui ont introduit cette proposition, rendant obligatoires l'évaluation et la divulgation des risques liés à la nature (*Business for nature*, 2019).

2.3.1 Conclusion

Dans le cadre du « in », nous prenons connaissance du déroulement de la COP15 dans un contexte particulier marqué par le conflit diplomatique sino-canadien, instaurant une double présidence impliquant le pays hôte et le pays qui préside les négociations. Par ailleurs, les parties prenantes des négociations internationales expriment leur satisfaction quant à la réussite de la COP15, une tendance habituelle à l'issue de telles rencontres. Enfin, une observation du « in » révèle que des groupes de pression privés ont réussi à formuler et à faire adopter un objectif intégré à l'accord final de la COP15.

CHAPITRE 3 : Le « Off » des négociations internationales

Dans cette partie du travail, nous voulons identifier et étudier les trois formes de *greenwashing* que nous avons évoqué auparavant, au sein des négociations internationales. Pour cela, nous nous intéressons particulièrement à trois études de cas reposant sur des entreprises privées qui sont : *Business for nature*, *CropLife International* et *TotalEnergies*. La troisième partie du travail est la plus importante pour répondre à notre question de recherche et aux différentes hypothèses que nous avons citées auparavant. Pour cela, nous allons diviser cette partie en trois chapitres distincts qui représentent une typologie des trois formes de *greenwashing* : le *greenwashing* « *exécutif* », le *greenwashing* d'assimilation et le *greenwashing* d'association. Chaque analyse de ces trois stratégies va être renforcée par l'étude d'une entreprise privée que l'on soupçonne de pratiquer une ou plusieurs formes de *greenwashing* lors des négociations internationales. Le but de cette partie est de s'intéresser au « off » des négociations internationales, donc à l'invisible.

3.1 Le *greenwashing* « *exécutif* »

Le premier chapitre de notre troisième partie s'intéresse au *greenwashing* « *exécutif* » et au groupe de pression privé *Business for nature*. Nous allons tout d'abord faire une présentation du groupe de pression, ensuite tenter d'interroger la pratique de *greenwashing* *exécutif* sur les consommateurs, afin de pouvoir faire un parallèle avec les différents éléments visuels que nous pouvons retrouver lors des négociations internationales comme les stands.

3.1.1 Présentation du groupe de pression : *Business for nature*

Business for nature est une coalition de plus de 85 organisations partenaires, créées en 2019 (*Business for nature*, 2019). Il existe une grande diversité dans ces organisations partenaires comme des instituts de recherche, des organisations de membres d'entreprises, des associations

industrielles, des ONG ou des associations à but non lucratif (*Business for nature*, 2019). Parmi les nombreux partenaires de *Business for nature*, on retrouve WBCSD qui est une coalition ayant effectué la première tentative de *greenwashing* lors du sommet de la terre à Rio en 1992 (Orsini, 2015), on retrouve l'ONG *World Wildlife Fund* (WWF) ou même encore l'Université de Cambridge⁹.

La coalition, qui repose essentiellement sur le rôle de ces partenaires, a pour objectif « d'enrayer l'érosion de la biodiversité et de restaurer les systèmes vitaux planétaires » (Plateforme de l'initiative française pour les Entreprises et la Biodiversité, 2019). Afin d'arriver à ce résultat, les partenaires vont influencer, sensibiliser au travers d'une communication massive et d'un plaidoyer massif, dans le but commun de parvenir à une économie durable d'ici 2030 (*Business for nature*, 2019). L'objectif de la coalition est de proposer des actions commerciales crédibles au moment de la COP15 pour contribuer à l'effort dans la protection de la biodiversité et de la nature. Les actions crédibles de *Business for nature* consistent à inciter les grandes entreprises et les institutions financières d'envergure transnationale à évaluer et divulguer leurs impacts ainsi que leurs dépendances vis-à-vis de la biodiversité (*Business for nature*, 2019). L'objectif 15, précédemment mentionné, découle des efforts et des négociations de *Business for nature* au cours de la COP15 avec les autres parties prenantes. *Business for nature* ne se contente pas d'être un participant aux négociations à Montréal, mais réussit à atteindre ses objectifs et à les faire accepter par les différents Parties.

Pour la COP15, *Business for nature* propose cinq recommandations aux gouvernements afin d'accélérer et d'accorder un rôle plus prépondérant aux entreprises dans la transformation des systèmes économiques et financiers : fixer des objectifs, intégrer des politiques de préservation de la nature (évaluation et divulgation obligatoire), prendre en compte la valeur de la nature dans les décisions, réformer les subventions et les incitations, et responsabiliser et intégrer un maximum de personnes possible (*Business for nature*, 2020).

⁹ <https://www.businessfornature.org/our-partners>

Au début de notre travail de recherche, nous avons abordé le concept de *greenwashing* exécutif, défini comme l'amélioration artificielle de produits dans la publicité en utilisant des éléments évoquant la nature (Parguel, Johnson, 2021). C'est cette pratique de *greenwashing* qui va nous intéresser ici.

3.1.2 Les consommateur.trice.s victimes de *greenwashing* exécutif

3.1.2.1 La méthode : *The Elaboration Likelihood Model* (ELM)

Dans une étude réalisée par Parguel et *al.*, les auteures utilisent *The Elaboration Likelihood Model* (ELM) formulé par Petty et Cacioppo en 1980. L'ELM permet de comprendre l'influence des éléments évoquant la nature sur les consommateur.trice.s dans les publicités vertes (Parguel et *al.*, 2015). Ce modèle identifie deux manières d'influencer les consommateur.trice.s en fonction de leur motivation et de leur capacité à traiter des informations : un.e consommateur.trice expert.e va avoir une réflexion critique sur les informations qui lui sont transmises par la publicité, alors qu'un.e consommateur.trice non-expert.e va avoir une réflexion basique reposant essentiellement sur de simples déductions et va se concentrer principalement sur les couleurs, les images ou la musique (Petty, Cacioppo, 1981). Parguel et *al.*, tout comme Hartmann et Apaolaza-Ibàñez, s'appuient sur ce modèle en définissant que les consommateur.trice.s peu motivé.e.s engagent une réflexion basée sur l'affect, et que les images de la nature les conduisent à adopter un regard plus positif envers la marque (Hartmann, Apaolaza-Ibàñez, 2009).

Par la suite, Parguel et *al.* ont mené une enquête en ligne pour évaluer l'impact sur les participant.e.s d'éléments évoquant la nature. L'objectif était de consulter la page d'accueil d'un site web présentant un nouveau véhicule d'une marque fictive, puis de répondre à un questionnaire sur le modèle (Parguel et *al.*, 2015). Les chercheuses ont formulé l'hypothèse que les consommateur.trice.s non-expert.e.s seraient positivement influencés par les éléments évoquant la nature dans la publicité du nouveau modèle de voiture, assimilant ainsi une image écologique à la marque, contrairement aux consommateur.trice.s expert.e.s.

Les résultats de l'enquête ont confirmé que les éléments évoquant la nature exercent une forte influence sur les consommateur.trice.s non-expert.e.s. De plus, l'étude a révélé que les consommateur.trice.s expert.e.s associent également une image écologique à la marque, bien que de manière moins significatives (Parguel et *al.*, 2015).

3.1.2.2 L'utilisation d'influenceur.euse.s afin d'obtenir une image verte

Pour renforcer notre propos sur l'influence d'éléments évoquant la nature pour renforcer l'image écologique d'une marque, nous pouvons citer aussi une autre étude qui a été réalisée par Dimitris Dimitriadis, Joey Grostern et Sam Bright. Les auteurs mettent en avant l'utilisation d'influenceur.euse.s britanniques par des géants des combustibles fossiles comme Shell et BP afin d'obtenir une image plus écologique ou plus « familiale » (Dimitriadis, Grostern, Bright, 2023). Le profil des influenceur.euse.s inclus dans l'étude est varié, comprenant des explorateurs (comme Robert Swan), d'anciens présentateurs de la BBC, ainsi que des personnes ordinaires telles qu'un père de famille. L'objectif de cette diversité de profils est de « gagner la confiance de la jeune génération » ou « de devenir plus racontable, passionné et authentique » (Dimitriadis, Grostern, Bright, 2023).

Robert Swan, un explorateur, a été sélectionné par Shell pour promouvoir la compagnie de combustibles fossiles en raison de son image médiatique associée à la nature. Puisqu'il est un défenseur de la protection de l'antarctique et des énergies renouvelables¹⁰. Il est intimement relié à la nature et à la protection que ce soit de la biodiversité ou des ressources naturelles, mais il est aussi un acteur engagé dans la lutte contre le dérèglement climatique. Au travers d'individus comme Robert Swan, les géants des combustibles fossiles tentent de redorer leurs images et trompent par des stratégies publicitaires les consommateur.trice.s.

¹⁰ https://www.ted.com/talks/robert_swan_let_s_save_the_last_pristine_continent?language=fr

Quel est l'effet de cette campagne publicitaire ? La campagne publicitaire de Shell, basée sur l'utilisation d'influenceur.euse.s, lui a permis d'atteindre plus de 600 millions de personnes via les réseaux sociaux, entraînant une augmentation significative des perceptions positives de la compagnie de 12% (Dimitriadis, Grostern, Bright, 2023). Ce n'est pas tout, puisque cette stratégie a permis de faire croire à 31% de son public que la compagnie est engagée dans des carburants plus propres (Dimitriadis, Grostern, Bright, 2023). Nous pouvons conclure de cette étude qu'encore une fois, les consommateur.trice.s sont influencé.e.s par les stratégies de *greenwashing* exécutif mises en place par les acteurs ayant des intérêts environnementaux.

3.1.3 Faire perdurer le *greenwashing* exécutif par les stands lors des COP

Pour notre premier cas d'étude, nous nous intéressons spécifiquement aux images et aux symboles évoquant la nature. *Business for nature* utilise des images et des symboles évoquant la nature. En effet, lorsque nous nous rendons sur le site web de *Business for nature*, nous pouvons apercevoir dès la page d'accueil une image d'une forêt au couleur très verte séparée par une rivière bleu turquoise¹¹. Ensuite, il a été ajouté au nom de la coalition une branche d'arbre rappelant la nature¹². Pour finir, le nom de la coalition renvoie directement à la nature¹³. Il y a trois éléments sur la page d'accueil du site web de *Business for nature* qui évoquent la nature.

Lors des négociations internationales comme la COP15 ou la COP27, il existe une utilisation d'éléments évoquant la nature comme nous l'avons évoqué avec *Business for nature*. Les négociations internationales comme la COP15 de Montréal présentent un grand nombre d'éléments visibles évoquant la nature que ce soient les images de la nature, les logos et les noms des différents acteurs présents.

¹¹ <https://www.businessfornature.org>

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

Ces éléments sont particulièrement visibles sur les stands des différents acteurs mondiaux qui viennent pour communiquer avec les visiteurs ou les autres experts sur des sujets environnementaux divers. *Business for nature* avait un stand durant la COP15 de Montréal qui avait pour but de promouvoir leurs différentes stratégies que nous avons évoquées au-dessus. Il faut savoir que le stand fait partie à l'origine d'une stratégie communicationnelle et commerciale. En effet, le stand est l'identité visuelle d'une marque, d'une entreprise ou d'une compagnie afin de pouvoir vendre son ou ses produits lors d'événements physiques comme les négociations internationales (Sarboni, 2012). De plus, le stand a pour caractéristique de développer le côté humain, la proximité et le conseil en passant par une approche plus affective. Aussi, le stand a pour vocation d'être attirant et de mettre en avant des jeux de décors ainsi que le logo de la compagnie ou de l'organisation (Sarboni, 2012).

À l'instar de la consultation du site web avec la marque de voiture fictive et de la campagne publicitaire de Shell ou de BP, nous pouvons déterminer que les stands sont un moyen de transformer notre regard sur une marque. Néanmoins, au cours des négociations internationales, l'impact du *greenwashing* exécutif pourrait être moindre en raison de la présence notable d'experts dans le domaine de l'environnement et de l'écologie. Effectivement comme l'énonce Parguel *et al.* les experts sont moins influencés par les éléments évoquant la nature.

3.1.3.1.1 Conclusion

En conclusion de cette première étude de cas, on peut supposer que le *greenwashing* exécutif est intégré aux négociations internationales. *Business for nature* constitue un bon exemple de l'utilisation d'éléments évoquant la nature. Nous supposons que ce sont les mêmes stratégies de communication qui sont utilisées dans les publicités ou sur les sites web de ces acteurs pour transmettre une image écologique de leur marque lors des négociations internationales. Bien que *Business for nature* et ses partenaires manifestent une volonté accrue de s'engager dans la lutte contre le changement climatique, ils semblent adopter une pratique de *greenwashing* exécutif. Il est difficile de déterminer avec certitude si *Business for nature* applique consciemment le

greenwashing exécutif. Cependant, il est indéniable que lors des COP, la plupart des stands mettent en avant des éléments liés à la nature. Notamment, certaines entreprises qui ne sont pas réputées pour leurs pratiques écologiques, comme celles impliquées dans la coalition *Business for nature*, telle que le WBCSD, sont fréquemment accusées de *greenwashing* lors des négociations internationales.

3.2 Le *Greenwashing* d'« assimilation »

Le chapitre 2 de notre dernière partie a pour but de montrer toute la stratégie de *greenwashing* que met en place un groupe de pression privé au moment du « off » des négociations internationales. La stratégie que met en place *CropLife International* a une influence sur le « in » des négociations internationales et confirme notre hypothèse. Nous allons interroger la stratégie de *greenwashing* du plus gros groupe de pression privé des pesticides et tenter de comprendre tout le processus de préparation qu'il met en place avant la COP15.

3.2.1 Présentation du groupe d'intérêt : *CropLife International*

CropLife International est le plus grand *lobby* des pesticides au monde¹⁴. C'est une fédération internationale regroupant des entreprises et des organisations professionnelles du secteur de la protection des cultures et de la biotechnologie végétale¹⁵.

CropLife International a pour principal défi « Alors que la population mondiale devrait atteindre 9 milliards d'habitants d'ici à 2050, l'avenir de l'humanité dépendra de notre capacité à répondre à notre besoin le plus fondamental : l'alimentation »¹⁶.

¹⁴ <https://croplife.org>

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.* Traduction : « As our global population grows to an expected 9 billion by 2050, the future of humanity will depend on our ability to address our most basic need – food ».

D'après *CropLife International*, réussir à relever ce défi implique la nécessité de concilier la sécurité alimentaire avec la réduction des émissions de carbone et la protection de la biodiversité¹⁷. *CropLife International* plaide en faveur de politiques commerciales et réglementaires permettant aux agriculteur.trice.s d'avoir accès à des technologies leur permettant de relever le défi que nous avons cité précédemment¹⁸. La mission de *CropLife International* est de promouvoir les biotechnologies, afin de permettre une production agricole plus importante tout en respectant l'environnement et la biodiversité. Dans le but d'accomplir sa mission et de négocier en faveur de ces biotechnologies, le géant du pesticide s'est rendu à la COP15 de Montréal (Cameron, 2022).

Pour rappel, la deuxième forme de *greenwashing* que nous voulons étudier se définit par des assimilations illusoires sans tenir compte du réel impact écologique des produits ou services dont les entreprises font la promotion (Parguel, Johnson, 2021).

La majorité des recherches dans la littérature se sont concentrées sur le *greenwashing* qui s'opère au niveau des produits et des services, donc sur le *greenwashing* d'assimilation (Freitas Netto *et al.*, 2020). La pratique de *greenwashing* d'assimilation est reconnue et étudiée, et des obstacles existent pour tenter de contrer ce procédé trompeur. Par exemple, la *Federal Trade Commission* (FTC), qui est une agence indépendante du gouvernement des États-Unis, a pour mission de faire respecter le droit de la consommation et le contrôle des pratiques commerciales anticoncurrentielles¹⁹. L'agence décide de créer en 1992, les guides verts qui sont par la suite révisés en 1996, en 1998 et enfin en 2012²⁰. Le principal objectif de ces guides verts est d'interdire aux spécialistes du marketing de faire des allégations environnementales pouvant tromper le consommateur.trice²¹.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ <https://www.ftc.gov>

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

Il ressort de ces guides verts, trois principaux conseils « (1) les principes généraux qui s'appliquent à toutes les déclarations de marketing environnemental ; 2) la manière dont les consommateurs sont susceptibles d'interpréter des déclarations particulières et la manière dont les spécialistes du marketing peuvent justifier ces déclarations ; et 3) la manière dont les spécialistes du marketing peuvent nuancer leurs déclarations pour éviter de tromper les consommateurs »²².

Plus précisément, l'agence stipule dans ces guides verts que les allégations environnementales ne doivent être en aucun cas vagues, non fondées, trompeuses, fausses, déroutantes ou mensongères (Parguel *et al.*, 2015). À titre d'illustration supplémentaire, en Norvège, la promotion de voitures à travers des allégations environnementales est interdite (Parguel *et al.*, 2015).

3.2.2 Une présence qui ne passe pas inaperçue : *CropLife International* à la COP15

3.2.2.1 La contestation des environnementalistes

CropLife International a organisé une séance au moment de la COP15, le 8 décembre 2022 (Cameron, 2022). Des militant.e.s écologistes se sont alors déguisé.e.s en abeilles et en monarques tout en s'effondrant au sol, afin de protester contre la présence de *CropLife International*. En effet, les militant.e.s et les environnementalistes pensent que ce genre de multinationale ne doit pas obtenir d'accréditation, sachant que pour eux et pour elles d'autres acteurs de la scène internationale sont plus légitimes et ne sont pas dans la capacité de participer aux négociations.

En témoigne Charlotte Dawn de l'organisme à but non lucratif *Wilderness Committee* « Pourquoi ont-ils été accrédités ? [...] Et ce, spécialement quand il y a des participants bien intentionnés qui sont désespérés de passer à l'action et d'avoir de l'espace dans ces salles pour le faire. À la place, elles sont occupées par des

²² *Ibid.* Traduction : « (1) general principles that apply to all environmental marketing claims; 2) how consumers are likely to interpret particular claims and how marketers can substantiate these claims; and 3) how marketers can qualify their claims to avoid deceiving consumers ».

multinationales qui cherchent le statu quo et qui se font donner une voix depuis trop longtemps. » (Cameron, 2022).

Pourquoi la présence de *CropLife International* inquiète les groupes environnementaux ?

La cible 7 de la première version du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 stipule de « Réduire la pollution de toutes les sources à des niveaux qui ne nuisent pas à la biodiversité, aux fonctions des écosystèmes et à la santé humaine, notamment en réduisant de moitié au moins les nutriments rejetés dans l'environnement et de deux tiers au moins les pesticides, et en éliminant tout rejet de déchets plastiques »²³.

L'un des principaux objectifs de la COP15 est de réduire de manière significative l'utilisation de pesticides dans le monde, ce qui suscite une vive inquiétude chez *CropLife International*. C'est la raison de leur présence, dans le but de débattre et de tenter de défendre leurs intérêts.

Vigilance OGM est un organisme à but non lucratif regroupant divers acteur.trice.s de la société civile telle que des agriculteur.trice.s, des environnementalistes, des consommateur.trice.s et des citoyen.ne.s inquiet.e.s de « l'impact des modes de production des cultures génétiquement modifiées sur la santé humaine et environnementale²⁴ ». L'organisme a réagi rapidement à la présence du *lobby* au travers de Thibault Rehn l'un de ses coordinateurs « Quand ils voient une cible de deux tiers de réduction des pesticides, ils voient une réduction des deux tiers de leurs profits » (Cameron, 2022). L'organisme Vigilance OGM s'exprime et alerte concernant les pesticides, responsables chaque année de l'intoxication de 385 millions d'agriculteur.trice.s dans le monde²⁵. De plus, les pesticides sont dangereux pour la biodiversité puisqu'ils sont un facteur du déclin d'un grand nombre d'espèces²⁶. Enfin, Vigilance OGM nous dirige vers la divulgation

²³ Supra, note 13.

²⁴ <https://www.vigilanceogm.org/a-propos/description>

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*

d'un rapport révélant les efforts de *CropLife Europe* pour entraver la réduction des pesticides dans le cadre du *Green Deal* de l'Union européenne²⁷.

3.2.2.2 Un faux « *Green Deal* » :

En décembre 2019, le Pacte vert pour l'Europe a été présenté comme une « nouvelle stratégie de croissance ». La présidente de la Commission européenne, Ursula Von der Leyen, a défini le Pacte vert de l'Europe en ces termes : « Le Green Deal européen que nous présentons aujourd'hui est la nouvelle stratégie de croissance de l'Europe » (Laurent, 2021). « Cela réduira les émissions tout en créant des emplois et en améliorant notre qualité de vie. C'est le fil vert qui traversera toutes nos politiques - du transport à la fiscalité, de l'alimentation à l'agriculture, de l'industrie à l'infrastructure »²⁸ (Marhold, 2021). L'objectif de cette nouvelle stratégie de croissance européenne est de faire face à la crise climatique au travers de trois objectifs pour l'Union européenne : devenir le premier continent neutre pour le climat en 2050 ; réduire au minimum de 55% les émissions de gaz à effet de serre en 2030 comparé à 1990 ; planter 3 milliards d'arbres supplémentaires au sein de l'UE d'ici 2030²⁹.

Il existe plusieurs projets dans le Pacte vert de l'Europe comme : *Farm to fork*³⁰. Ce dernier est le projet qui nous intéresse, puisqu'il impacte directement l'utilisation des pesticides et parce que *CropLife Europe* a affirmé qu'il voulait s'aligner sur les objectifs de l'accord³¹. *Farm to fork* a pour but à termes de garantir des « systèmes alimentaires équitables, sains et respectueux de l'environnement »³², car celui qui est en place consomme presque un tiers des émissions

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Traduction : « *The European Green Deal that we present today is Europe's new growth strategy. It will cut emissions while also creating jobs and improving our quality of life. It is the green thread that will run through all our policies – from transport to taxation, from food to farming, from industry to infrastructure* ».

²⁹ https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_fr

³⁰ https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_fr

³¹ <https://corporateeurope.org/en/2022/03/loud-lobby-silent-spring>

³² https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_fr?etrans=fr Traduction : « *food systems fair, healthy and environmentally-friendly* ».

mondiales de gaz à effet de serre³³. Il est primordial de réussir à convaincre *CropLife Europe* et *International* de contribuer à ce projet pour qu'il puisse être mené à bien.

Cependant, le centre de recherche *Corporate Europe Observatory* dénonce la tromperie et les tactiques du « lobby toxiques des pesticides contre *Farm to fork* »³⁴. En effet, *CropLife Europe* contourne la législation contraignante que l'Union européenne cherche à mettre en place en recourant à des stratégies de *greenwashing* de plus en plus convaincantes et discrète³⁵. *Corporate Europe Observatory* a réussi à se procurer un PowerPoint du lobby des pesticides qui indique sa nouvelle stratégie pour les réseaux sociaux et qui ne correspond en aucun cas aux objectifs et réalités des projets européens³⁶. Le slogan de cette nouvelle campagne est « Plus avec moins »³⁷ et tente de faire croire que le lobby est prêt à réduire la vente et l'utilisation des pesticides³⁸.

Le centre de recherche relève surtout l'un des principaux objectifs de *CropLife Europe* vis-à-vis de *Farm to Fork* : « Pas d'objectifs uniformes et obligatoires de réduction des pesticides au niveau des États membres »³⁹. Le réel objectif du lobby est de réduire non pas le volume de pesticides utilisés, mais de réduire les risques environnementaux des pesticides via de nouvelles technologies, de nouveaux produits ou de nouveaux outils comme en témoigne certains de ces partenaires « plutôt que de parler de réduction des volumes, nous devons nous concentrer sur la réduction de l'impact environnemental » par Bayer (entreprise du secteur des sciences de la vie⁴⁰) ; « se concentrer uniquement sur la réduction des risques et non sur le volume » par *Copa-*

³³ *Ibid.*

³⁴ <https://corporateeurope.org/en/2022/03/loud-lobby-silent-spring> Traduction : « *The pesticide industry's toxic lobbying tactics against Farm to Fork* ».

³⁵ *Ibid.*

³⁶ <https://corporateeurope.org/sites/default/files/2022-03/CropLifeEurope%20social%20media%20strategy.pdf>

³⁷ *Ibid.* Traduction : « *More with less* ».

³⁸ *Ibid.*

³⁹ <https://corporateeurope.org/en/2022/03/loud-lobby-silent-spring>

⁴⁰ <https://www.bayer.com/fr/ca/canada-qui-est-bayer#:~:text=À%20titre%20d%27entreprise%20du,nos%20responsabilités%20sociales%20et%20éthiques>

*Cogeca*⁴¹ (regroupement d'organisations syndicales et professionnelles agricoles⁴²). Le document divulgué par *Corporate Europe Observatory* confirme de manière évidente les activités de *lobbying* de *CropLife* contre le *Green Deal*, en utilisant des stratégies de *greenwashing*.

Pour finir cette deuxième partie, nous pouvons considérer que *CropLife* n'est pas à son premier coup d'essai. En effet, nous pouvons comprendre les craintes des différents acteurs de la COP15 au vu de l'exemple du *Green deal*. D'ailleurs, *CropLife* met en place des pratiques de *greenwashing* pour contrer ce projet européen, donc il est probable que sa présence à la COP15 pousse encore le géant du pesticide à faire valoir ses intérêts au détriment de la nature et de la biodiversité.

3.2.3 Un *greenwashing* d'assimilation assumé ?

3.2.3.1 Le « off » impacte le « in » des négociations :

Nous pouvons dire avec certitude que les pratiques de *greenwashing* de *CropLife Europe* vis-à-vis du *Green Deal* ont permis d'informer les environmentalistes de la COP15. Ces derniers ont pu se mobiliser et manifester leurs désaccords quant à la présence du *lobby*. Des organismes tels que *Vigilance OGM*, *Corporate Europe Observatory* ou *Wilderness Committee* agissent en tant qu'alerteurs et effectuent un travail en amont des négociations afin de prévenir l'invisibilisation des pratiques trompeuses de *lobbying* et de *greenwashing*.

CropLife International a également eu l'opportunité de se préparer et de plaider en faveur de ses intérêts en répondant à une représentante de la Fondation David Suzuki lors d'une séance à la COP15 organisée par *CropLife* « Nous appuyons la très ambitieuse cible de réduction de la pollution, mais nous n'appuyons pas la cible obtuse de réduction des pesticides » par Christoph

⁴¹ <https://corporateeurope.org/en/2022/03/loud-lobby-silent-spring>

⁴² <https://copa-cogeca.eu/about-copa>

Neumann, vice-président des politiques réglementaires de la protection des cultures de *CropLife International* (Cameron, 2022).

Les déclarations de Christoph Neumann révèlent le double discours employé par *CropLife Europe*, mettant en avant l'idée de réduction des risques sans réduire le volume des pesticides.

Par exemple, le président de *CropLife Canada* souligne que « L'application des pesticides n'est pas une pollution en soi, car elle cible spécifiquement des zones dans un champ. Si le pesticide se retrouve dans l'eau ou dans des champs où il n'a pas d'effet, on appelle cela une dérive ou une pollution ponctuelle » (Cameron, 2022).

Selon eux, le problème des pesticides résulte d'une mauvaise utilisation, entraînant ainsi une pollution.

3.2.3.2 La promotion de ces technologies lors de la COP15 :

Le discours de *CropLife International* ne remet jamais en question ou en cause la fiabilité ou l'efficacité de leurs technologies, mais reproche une mauvaise utilisation de ces dernières. De ce fait, la mauvaise utilisation de leurs technologies devient néfaste pour l'environnement, donc c'est une dérive qu'il faut corriger et réduire. Finalement, *CropLife International* ne pousse pas les consommateur.trice.s de leurs technologies à arrêter d'utiliser les pesticides, mais à mieux les utiliser et demande même aux politiques de les aider à réduire ces déviations. *CropLife International* pratique donc le *greenwashing* d'assimilation lors de la COP15, puisque le *lobby* n'assimile jamais ses technologies à un quelconque impact négatif sur l'environnement. En omettant d'évoquer les risques pour l'environnement lors de l'utilisation de pesticides, *CropLife International* fait la promotion de ses technologies comme étant respectueuse de l'environnement, en soutenant que la responsabilité de la pollution incombe à l'être humain.

3.2.3.2.1 Conclusion

L'objectif 17 de l'accord final de la COP15 met en avant la biotechnologie comme une solution à la protection de la biodiversité et de la nature : « Établir, renforcer les capacités et mettre en œuvre dans tous les pays des mesures de biosécurité [...] et des mesures pour la gestion de la biotechnologie et la répartition de ses avantages »⁴³. Cela inclut la promotion des biotechnologies telles que celles proposées par *CropLife International*, qui sont des pesticides. Cependant, les environmentalistes s'opposent à l'utilisation de ces produits. De plus, la volonté de réduire d'au moins deux tiers l'utilisation des pesticides, comme stipulé dans la première version du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020, n'a pas été atteinte. La cible 7 de l'accord final demande désormais de réduire « de moitié au moins le risque global lié aux pesticides et aux produits chimiques hautement dangereux »⁴⁴.

3.3 Le *Greenwashing* d'« association »

3.3.1 Présentation du groupe de pression : TotalEnergies

Il a été révélé par *Global Witness* la présence de 636 *lobbyistes* de combustibles fossiles lors de cette conférence (Global Witness, 2022). Ce chiffre permet de mettre en lumière l'ampleur du phénomène du *lobbying*, mais aussi de souligner la position des « *outsiders* » que sont les ONG et les associations environmentalistes lors de ces conférences (Ollitrault, 2018).

TotalEnergies a réussi à infiltrer certain.e.s de ces employé.e.s et même son président-directeur général (PDG) Patrick Pouyanné à la COP27 (Baruch, 2023). En effet, TotalEnergies a contourné les règles pour pouvoir participer aux négociations en tant qu'observateur. Les employé.e.s de TotalEnergies ont intégré des délégations d'organisations sectorielles auxquelles la compagnie est affiliée comme WBCSD. Cette dernière est définie comme étant une association « paravent » permettant de dissimuler des employés des plus gros pollueurs au monde, et ainsi pouvoir

⁴³ <https://www.cbd.int/article/cop15-final-text-kunming-montreal-gbf-221222>

⁴⁴ <https://www.cbd.int/doc/c/0bde/b7c0/00c058bbfd77574515f170bd/cop-15-l-25-fr.pdf>

négocier dans le « off » (Baruch, 2023). Il faut savoir que TotalEnergies est l'un des principaux producteurs et fournisseurs d'hydrocarbures, de pétrole, de gaz naturel, de gaz vert, d'électricité et d'énergies renouvelables au monde⁴⁵. C'est au travers de cet exemple que nous allons étudier et interroger la pratique de *greenwashing* d'association. Pour rappel, le *greenwashing* d'association repose sur la mise en place de partenariats avec des organisations, des institutions et des associations détenant une image verte ou avec des projets, des événements et des programmes verts (Parguel, Johnson, 2021).

Nous avons mentionné dans la revue de littérature qu'une grande partie de cette dernière est d'avis qu'il est nécessaire et primordial d'intégrer les entreprises privées dans la lutte contre le dérèglement climatique (Henderson, 2020). L'exemple de BlackRock, que nous avons évoqué dans la revue de littérature, illustre l'influence qu'une entreprise privée aussi puissante peut exercer sur d'autres entreprises faisant partie de son portefeuille (Henderson, 2020). C'est pourquoi certains acteurs politiques, tels que le ministre de l'Environnement et du Changement climatique canadien, souhaitent intégrer les acteurs du secteur privé dans les négociations internationales (Boisclair, 2022). La pratique du *greenwashing* d'association s'appuie sur cette frontière poreuse, exploitant ainsi l'hésitation des environnementalistes à intégrer par nécessité ces acteurs privés et à poursuivre les intérêts qui leur sont propres.

Stella Levantesi, du site journalistique et militant *DeSmog*, exprime cette idée à travers le cas de *greenwashing* d'ExxonMobil qui est une société pétrolière et gazière américaine (Levantesi, 2023). ExxonMobil utilise une annonce mettant en avant un *greenwashing* d'exécution, en utilisant des paysages naturels et une musique émotionnelle, le tout accompagné d'un slogan « Faire avancer les solutions climatiques⁴⁶ » (Levantesi, 2023). L'auteure de l'article souligne la tentative du géant pétrolier américain de se positionner comme faisant partie de la solution environnementale, comme indiqué dans son slogan (Levantesi, 2023). Cet exemple montre la manière dont le

⁴⁵ <https://totalenergies.com/fr/compagnie/identite>

⁴⁶ <https://www.desmog.com/2023/07/27/why-greenwashing-works-how-to-fight-it-gaslit/>

Traduction : « *Advancing Climate Solutions* ».

greenwashing fait partie des stratégies des pollueurs et la manière dont ils s'approprient une image verte afin d'être associés à la solution climatique. En effet, si les acteurs privés sont une solution nécessaire, alors la pratique du *greenwashing* d'association comme avec l'exemple de TotalEnergies à la COP27 peut être perçue comme légitime et nécessaire à la lutte contre le dérèglement climatique.

3.3.2 TotalEnergies : une solution au changement climatique ou un pollueur ?

3.3.2.1 TotalEnergies : une compagnie familière du *greenwashing* ?

Les associations *Greenpeace*, Notre Affaire à tous et Les Amis de la Terre ont engagé des poursuites contre les pratiques commerciales trompeuses de TotalEnergies, notamment sa prétention de neutralité carbone d'ici 2050 (Cournil, Lavorel, 2023). En effet, les trois associations maintiennent que TotalEnergies est incapable d'atteindre la neutralité carbone d'ici 2050, arguant que la politique de la compagnie n'est pas en adéquation avec les objectifs environnementaux et qu'elle met en place des stratégies trompeuses (Cournil, Lavorel, 2023). Nous pouvons aussi citer l'une des publicités de TotalEnergies affirmant que la compagnie : « stock du carbone dans des puits de carbone naturels⁴⁷ » (Levantesi, 2023).

ClientEarth qui est une organisation à but non lucratif dans le domaine du droit et de l'environnementalisme décrit et affirme que les agissements de TotalEnergies sont du *greenwashing* (Levantesi, 2023). En effet, les dépenses de TotalEnergies dans ces projets environnementaux ne représentent que 2% de son budget de 16 milliards de dollars (Levantesi, 2023). Dans la même période, TotalEnergies avec Shell et ExxonMobil ont tenté d'effectuer un travail de *lobbying* sur l'Union européenne, afin de promouvoir l'inclusion des gaz fossiles dans les futures politiques pour la transition énergétique. Au travers de cette stratégie, les trois

⁴⁷ <https://www.desmog.com/2023/07/27/why-greenwashing-works-how-to-fight-it-gaslit/> Traduction : « *storing carbon* » in « *natural carbon sinks* ».

compagnies pétrolières et gazières font l'apologie du gaz en tant que source d'énergie propre et mettent de côté les énergies renouvelables (Levantesi, 2023).

Il semble important de préciser que les allégations de TotalEnergies ou des autres compagnies pétrolières peuvent être vraies, mais aussi trompeuses (Levantesi, 2023). Comme mentionné précédemment, TotalEnergies a alloué 2% de son budget à des projets environnementaux, mais la divergence avec les environnementalistes réside dans « la pertinence de cet ensemble par rapport à leur entreprise et à ce qu'ils faisaient d'autre » (Levantesi, 2023). Johnathan White qui est un expert et un avocat en responsabilité climatique des entreprises auprès de *ClientEarth* évoque que « C'est à la fois vrai et trompeur et, fondamentalement, la publicité a tendance à utiliser ce type d'orientation erronée la plupart du temps » (Levantesi, 2023).

Toutes les pratiques de *greenwashing* de TotalEnergies dans le « off » des négociations internationales empêchent le géant des combustibles fossiles de devenir une solution à la lutte contre le changement climatique. Les environnementalistes ne font pas confiance à TotalEnergies, ce qui entrave sa possibilité d'obtenir une accréditation aux négociations, notamment à la COP27.

3.3.2.2 Pour quelles raisons faut-il faire participer TotalEnergies aux négociations internationales ?

Nous voulons interroger les raisons qui poussent certains acteurs des relations internationales à vouloir la présence des acteurs privés comme TotalEnergies lors des différentes COP. Pour cette sous-partie, nous nous intéressons à une étude de cas réalisée par Geoffrey Supran et Cameron Hickey sur le discours des 22 plus grands producteurs d'énergies fossiles (combustibles fossiles, constructeurs automobiles et compagnies aériennes) au sein de l'Union européenne (UE) dont TotalEnergies sur les réseaux sociaux du 1^{er} juin au 31 juillet 2022 (Supran, Hickey, 2022). Il faut savoir que TotalEnergies fait partie des 5 plus grands producteurs de pétrole, de gaz et de charbon ayant son siège social dans l'UE et émettant le plus de GES de 1965 à 2018 (Supran, Hickey, 2022).

Par conséquent, il est essentiel que la compagnie pétrolière et gazière s'engage activement dans la lutte contre le changement climatique.

Les deux auteurs évoquent un « silence climatique systémique »⁴⁸ durant cet été 2022, malgré les nombreuses urgences climatiques dans le monde (Supran, Hickey, 2022). Par le biais d'une recherche par mots-clés, ils se sont rendus compte que sur cette période, il n'y avait eu que 6 messages sur 2 325 (0,3%) des 22 producteurs d'énergies fossiles qui faisaient référence au changement climatique. Finalement, cet exemple nous montre que les plus gros producteurs de combustibles fossiles comme TotalEnergies n'ont pas reconnu la crise climatique et n'ont en aucun cas contribué à sa lutte au travers de leur influence sur les réseaux sociaux. D'ailleurs, TotalEnergies est l'un des seuls producteurs de combustibles fossiles à avoir évoqué le changement climatique à deux reprises durant l'été 2022 (Supran, Hickey, 2022).

De plus, *DeSmog* ou encore *InfluenceMap* (*think tank* indépendant) ont eux aussi enquêté sur les messages des grands pollueurs sur les réseaux sociaux et ils sont arrivés à la même conclusion que les deux auteurs (Supran, Hickey, 2022). Les gros pollueurs ont tendance à pratiquer le *greenwashing*, comme le montre le fait que 62% des messages de TotalEnergies incluent une composante verte, tandis que 22% contiennent des allégations promouvant le pétrole et le gaz au cours de la période estivale de 2022 (Supran, Hickey, 2022). Les études de *DeSmog* et d'*InfluenceMap* confirment la pratique du *greenwashing* avec deux tiers des messages présentant une image verte des compagnies pétrolières ou gazières européennes.

Selon le ministre de l'Environnement et du Changement climatique du Canada, Steven Guilbeault, il est nécessaire d'inclure les producteurs d'énergies fossiles, « plaidant pour qu'une pluralité de voix soit entendue. Le ministre Guilbeault estime que censurer ces entreprises serait contre-

⁴⁸ Traduction : « *a systemic 'climate silence'* ».

productif » (Boisclair, 2022). En conclusion, les différentes études de cas sur le discours des plus grands producteurs d'énergies fossiles au sein de l'UE démontrent la pratique du *greenwashing* dans le « off » des négociations internationales. Bien que ces pollueurs façonnent une image verte en promouvant des composantes écologiques, ils ne sensibilisent pas à la crise du changement climatique, comme expliqué au début de cette sous-partie. Cependant, le ministre canadien souligne l'importance de ces compagnies et estime qu'elles pourraient jouer un rôle crucial dans la lutte contre le dérèglement climatique. C'est pour cette raison que le ministre Steven Guilbeault a inclus, lors de la COP27, des représentant.e.s d'entreprises appartenant au secteur des énergies fossiles au sein de la délégation canadienne (Boisclair, 2022).

3.3.3 Le *greenwashing* d'association : une pratique régulière

Dans la dernière sous-partie du travail de recherche, nous allons chercher à comprendre la stratégie du *greenwashing* d'association de TotalEnergies au moment de la COP27. Au travers de tout ce que nous avons vu concernant TotalEnergies, deux camps se font face : un premier camp qui est celui qui pense qu'il faut intégrer le producteur de combustible fossile dans les négociations multilatérales sur le climat à l'image du ministre Steven Guilbeault et le deuxième camp qui pense qu'il ne veut participer aux négociations que pour faire entendre ces intérêts économiques par la pratique du *greenwashing*.

TotalEnergies n'a pas été accrédité pour participer à la COP27 et passe par des organismes partenaires comme l'association française des Entreprises pour l'environnement (EpE) qui est une association⁴⁹, *International Emissions Trading Association* (IETA) qui est une association⁵⁰, IPIECA Limited (IPIECA)⁵¹ qui est une société étrangère et le WBCSD qui est une société étrangère

⁴⁹ <https://annuaire-entreprises.data.gouv.fr/entreprise/ass-francaise-entr-pour-l-environnement-afepe-388574907#:~:text=L%27association%20ASS%20FRANCAISE%20ENTR,categorisee%20Petite%20ou%20Moyenne%20Entreprise.>

⁵⁰ <https://fr.kompass.com/c/international-emissions-trading-association-i-e-t-a/ch187161/>

⁵¹ <https://www.verif.com/societe/IPIECA-454038779/>

également⁵². *Global Witness* évoque une augmentation de plus de 100 *lobbyistes* du secteur des énergies fossiles de plus que l’an dernier à la COP26 de Glasgow⁵³. À l’image de TotalEnergies, la plupart des *lobbyistes* se sont associés à des associations ou autres organismes accrédités, afin de pouvoir participer aux négociations⁵⁴. Nous pensons que cette prise d’initiative par TotalEnergies et les autres *lobbyistes* lors de la COP27 a pour but de se donner une image verte pour ainsi participer et faire valoir ces intérêts. Si, les environmentalistes redoutent et empêchent la présence des pollueurs, alors ces derniers vont mettre en place un *greenwashing* d’association pour contrer le blocage.

Le *greenwashing* d’association est évidemment aussi présent hors des négociations internationales. Nous pouvons prendre l’exemple de *Veolia North America* et de la *Western States Petroleum Association* (WSPA) qui parraine des événements au moment du rassemblement de la *Society of Environmental Journalists* (SEJ) (Bright, 2023).

La SEJ est une organisation nationale de journalisme à but non lucratif qui traite d’ « une couverture plus importante et meilleure des questions liées à l’environnement⁵⁵ » au sein des médias et du métier de journalisme (Bright, 2023). Quant à la WSPA, il s’agit de la plus ancienne association commerciale pétrolière aux États-Unis. D’ailleurs, il faut savoir que la WSPA représente de grandes compagnies pétrolières de certains États des États-Unis comme BP, ExxonMobil ou Shell que nous avons déjà cité dans le travail de recherche. L’association pétrolière est très active dans le *lobbying* politique, puisqu’elle dépense 17,5 millions de dollars pour faire pression auprès des législateur.trice.s en Californie au cours des dernières années (Bright, 2023). Il y a eu un grand nombre de plaintes de la part des environmentalistes concernant ce parrainage et ce conflit d’intérêts.

⁵² <https://infonet.fr/entreprises/90746080200016-wbcsd/>

⁵³ <https://www.globalwitness.org/en/campaigns/fossil-gas/636-fossil-fuel-lobbyists-granted-access-cop27/>

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Traduction : « *more and better coverage of environment-related issues* ».

« En permettant à l'industrie des combustibles fossiles de parrainer des événements, des groupes tels que SEJ confèrent de la crédibilité aux acteurs peu recommandables, les aidant ainsi à influencer la couverture médiatique et à maintenir leur légitimité sociale en se présentant comme des partisans bien intentionnés de la presse libre⁵⁶ » (Bright, 2023).

De plus, il semble intéressant de préciser que Veolia est une société française et que son antenne étatsunienne, Veolia North America a été impliquée dans la crise de l'eau à Flint (Bright, 2023). En effet, les employé.e.s de l'entreprise n'ont pas précisé qu'il y avait du plomb dans l'eau potable et ont indiqué publiquement que l'eau était sans danger. Ce n'est pas la seule controverse environnementale à laquelle fait face Veolia North America, puisqu'on peut aussi citer une amende de 3 millions de dollars à la suite de violations sur un centre de traitement de l'eau en Oklahoma, une contamination de l'eau au plomb à Pittsburgh, et un détournement de déchets recyclables vers l'incinération (Bright, 2023). L'exemple de Veolia North America illustre une récidive, même face aux sanctions imposées à l'entreprise. Il semble que ces sanctions ne soient peut-être pas dissuasives au point d'empêcher de telles entreprises de violer les lois. Veolia ne semble pas craindre les sanctions, et on peut envisager que des acteurs ayant des intérêts économiques puissent adopter une approche similaire, en pratiquant un greenwashing délibéré lors des COP.

Au travers de la sous-partie, nous avons pu expliquer le lien qui existe entre le « off » et le « in ». Le *greenwashing* d'association n'est pas propre aux négociations internationales, malgré le fait que l'exemple de TotalEnergies lors de la COP27 soit le plus connu. Nous avons surtout voulu témoigner du débat qui existe et perdure entre les différents acteurs des négociations multilatérales sur le climat.

⁵⁶ Traduction : « By letting the fossil fuel industry sponsor events, groups like SEJ lend credibility to bad actors [...] influence coverage and maintain their social license by pretending to be well-meaning supporters of the free press ».

3.3.3.1.1 Conclusion

Au travers de tout cela, on se rend compte que le *greenwashing* d'association est la conséquence du dilemme de l'inclusion des pollueurs ou non dans les politiques environnementales. Le fait de pratiquer le *greenwashing* d'association hors des négociations internationales à l'image de Veolia ou de la WSPA conduit les pollueurs à user de cette même pratique lors des COP à l'instar de TotalEnergies ou des autres *lobbyistes*, puisqu'ils n'ont pas d'autres solutions pour se faire entendre. Encore une fois, le « off » des négociations permet d'influencer et de préparer le « in ». La décision de vouloir interdire la participation des négociations aux pollueurs provient de cette place d'« *outsiders* » des environmentalistes comme nous avons vu auparavant. Il est difficile pour ces derniers de se défendre contre ces acteurs privés qui possèdent une influence économique et politique bien plus significative.

CONCLUSION

Rappel de la question de recherche : Est-ce que les entreprises privées utilisent des pratiques de *greenwashing* lors des COP, et si oui, lesquelles ?

Nous pouvons nous accorder sur le fait que le *greenwashing* est une pratique ayant plusieurs formes. Ensuite, nous pouvons relever le fait que le *greenwashing* est avant tout une pratique qui est utilisée en dehors des négociations internationales. Par le biais de beaucoup d'exemples, nous avons réussi à prouver que la plupart des pollueurs que nous avons cités pratiquent dans le « off » le *greenwashing*. Nous pouvons affirmer avec certitude que le « off » des négociations vise à préparer les stratégies de *greenwashing* utilisées dans le « in ». Enfin, il est possible que les entreprises privées telles que *Business for nature*, *CropLife International* et *TotalEnergies* exercent une influence sur les négociations internationales grâce à la pratique de diverses formes de *greenwashing*.

Notre travail de recherche a pour objectif de confirmer la présence de la pratique de *greenwashing* lors des conférences multilatérales sur le climat, afin de repenser la place et l'influence des entreprises privées dans l'établissement de politiques environnementales.

Il est pertinent que les autres recherches se demandent : Qui sont les acteurs qui influencent le plus les négociations multilatérales sur le climat, et comment ?

Nous avons tenté de fournir une première réponse à cette question de recherche complexe en confirmant et en identifiant les instruments permettant à ces acteurs privés d'exercer leur influence, dans le but de détourner les négociations internationales sur le climat.

La deuxième réponse qu'il faut apporter à cette question de recherche va être de savoir le niveau d'influence de ces entreprises privées. Il faut pour cela comparer les différents acteurs de ces négociations internationales avec ceux du secteur privé et tenter de trouver une mesure permettant de calculer l'influence.

En conclusion, un autre aspect de la question de recherche pourrait être approfondi. Nous suggérons l'utilisation des recherches d'Emmanuel Henry sur la fabrication des non-problèmes entraînant l'inaction politique. Nous postulons que les entreprises privées participent aux négociations internationales en abordant un problème, mais en réalité, elles évitent la véritable question et « produisent des non-décisions ou de l'inaction » à travers la pratique du *greenwashing*. En effet, les entreprises privées exercent leur influence par le biais de l'inaction et de l'invisibilisation. C'est pourquoi il peut être pertinent d'explorer les travaux d'Emmanuel Henry sur la production sociale de l'ignorance dans l'action publique (Henry, 2021).

BIBLIOGRAPHIE

- AYKUT, Stefan C, et Amy DAHAN. « Le régime climatique avant et après Copenhague : sciences, politiques et l'objectif des deux degrés » », *Natures Sciences Sociétés*, vol. 19, no. 2, (2011), p. 144-157. <https://www.cairn.info/revue-natures-sciences-societes-2011-2-page-144.htm>
- AYKUT, Stefan C, et DAHAN Amy. *Gouverner le climat ? Vingt ans de négociations internationales*. Presses de Sciences Po, (2015), p. 751. <https://www.cairn.info/gouverner-le-climat--9782724616804.htm>
- BAECHLER, L. « Le Pacte vert européen : à la hauteur de ses ambitions ? ». *L'Europe en Formation*, 2021, 393, 64-76. <https://www.cairn.info/revue-l-europe-en-formation-2021-2-page-64.htm>
- BAUM, F., DELANY-CROWE, T., MACDOUGALL, C., LAWLESS, A., VAN EYK, H., & WILLIAMS, C. (2017). « *Ideas, actors and institutions: lessons from south australian health in all policies on what encourages other sectors' involvement* ». *Bmc Public Health*, 17. doi : <https://doi.org/10.1186/s12889-017-4821-7>
- BERNY, Nathalie. « Intégration européenne et environnement : vers une Union verte ? », *Politique européenne*, vol. 33, no. 1, (2011), p. 7-36. <https://www.cairn.info/revue-politique-europeenne-2011-1-page-7.htm>
- BERNY Nathalie. « Le *lobbying* des ONG internationales d'environnement à Bruxelles. Les ressources de réseau et d'information, conditions et facteurs de changement de l'action collective », *Revue française de science politique*, vol. 58, no. 1, (2008), p. 97-121. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2008-1-page-97.htm>
- BETSILL Michele M., CORELL Elisabeth. « *NGO Influence in International Environmental Negotiations: A Framework for Analysis* ». *Global Environmental Politics*, 1 (4), (2001), p. 65-85. doi : <https://doi.org/10.1162/152638001317146372>

- BHANDARY, Rishikesh R. « *Coalition strategies in the climate negotiations: an analysis of mountain-related coalitions* ». *International Environmental Agreements : Politics, Law and Economics*, vol. 17, no. 2, (2017), p. 173-190. doi : <https://doi.org/10.1007/s10784-015-9313-6>
- BOHMELT, Tobias, and Carola BETZOLD. « *The impact of environmental interest groups in international negotiations: Do ENGOs induce stronger environmental commitments?* » *International Environmental Agreements: Politics, Law and Economics*, vol. 13, no. 2, (2013), p. 127-151. doi : <https://doi.org/10.1007/s10784-012-9180-3>
- BRIGHT Sam. (2023, April 11). « *Petroleum Association and Controversial Waste Management Firm Sponsoring Events at Flagship Environmental Journalism Conference* ». *DeSmog*. <https://www.desmog.com/2023/04/11/industry-sponsors-dinner-society-environmental-journalists-veolia-wspa/>
- BRIGHT, D. D., Joey GROSTERN and SAM. (2023, July 27). « *Revealed: Fossil Fuel Giants Are Using British Influencers to go Viral* ». *DeSmog*. <https://www.desmog.com/2023/07/27/fossil-fuel-oil-gas-giants-shell-bp-using-british-influencers-to-go-viral/#:~:text=Oil%20and%20gas%20supermajors%20including,friendly%20image%2C%20DeSmog%20can%20reveal>
- CABANE Lydie ET REVET Sandrine. « *La cause des catastrophes* ». *Concurrence scientifiques et actions politiques dans un monde transnational*, 111, 3 (2015), p. 47-67. <https://www.cairn.info/revue-politix-2015-3-page-47.htm>
- DAHAN Amy. « *La gouvernance du climat : entre climatisation du monde et schisme de réalité* ». *L'Homme & la Société*, 199, 1 (2016), p. 79-90. <https://www.cairn.info/revue-l-homme-et-la-societe-2016-1-page-79.htm#:~:text=Conclusion%20%3A%20Entre%20climatisation%20du%20monde,et%20vouloir%20y%20faire%20face>
- CAMERON.D. « *La présence d'un lobby des pesticides dérange les écologistes* », *La Presse*, 8 décembre 2022. <https://www.lapresse.ca/actualites/environnement/2022-12-13/cop15-sur-la-biodiversite/cible-mondiale-de-reduction-des-pesticides-avant-de-courir-il-faut-marcher.php>

- CHAN Nicholas. « *Beyond delegation size: developing country negotiating capacity and NGO 'support' in international climate negotiations* ». *International Environmental Negotiations: Policy, Law and Economics*, 21, 2 (2020), p. 201-217. doi : <https://doi.org/10.1007/s10784-020-09513-4>
- COURNIL, Christel, et Sabine LAVOREL. « Chronique annuelle de droit climatique », *Revue juridique de l'environnement*, vol. 48, no. 2, 2023, pp. 353-373. <https://www.cairn.info/revue-juridique-de-l-environnement-2023-2-page-353.htm>
- COYLE, Diane. « *The Revolution Will Not Be Privatized* ». *Foreign Affairs*, vol. 101, no. 1, Jan, (2022), p. 119-127. doi : <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.1007/s11256-014-0271-z>
- CRAVERO, Guillaume, et CRIFO Patricia. « La finance durable, nouvel enjeu de la compétition économique mondiale », *Politique étrangère*, vol., no. 3, (2021), p. 79-92. <https://www.cairn.info/revue-politique-etrangere-2021-3-page-79.htm>
- DIMITRIADIS D., GROSTERN J., BRIGHT S. « *How Shell Used a 'Granfluencer' to Promote its Brand* », *DeSmog*, 2023. <https://www.desmog.com/2023/08/15/shell-granfluencer-promote-fossil-fuels-greenwash/#:~:text=A%20number%20of%20Canada%20based,nature%2Dbased%20solutions%20projects>
- DELMAS, Magali A., and CUEREL BURBANO Vanessa. « *The Drivers of Greenwashing* ». *California Management Review*, vol. 54, no. 1, (2011), p. 64–87. doi : <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- DAHAN, Amy. « Entre Poznan et Copenhague : le régime climatique au milieu du gué », *Natures Sciences Sociétés*, vol. 17, no. 3, (2009), p. 271-282. <https://www.cairn.info/revue-natures-sciences-societes-2009-3-page-271.htm>
- DAHAN Amy. « La gouvernance du climat : entre climatisation du monde et schisme de réalité ». *L'Homme & la Société*, 199, 1 (2016), p. 79-90. doi : <https://www.cairn.info/revue-l-homme-et-la-societe-2016-1-page-79.htm#:~:text=Conclusion%203A%20Entre%20climatisation%20du%20monde,et%20vouloir%20y%20faire%20face.>

- DUBUISSON-QUELLIER, S. & GAERTNER, L. (2016). Chapitre 8 / Comment gouverner les acteurs du gouvernement des conduites : Le cas de la régulation des pratiques de greenwashing dans la publicité. Dans : Sophie Dubuisson-Quellier éd., *Gouverner les conduites* (pp. 299-334). Paris: Presses de Sciences Po. <https://www.cairn.info/gouverner-les-conduites--9782724619003-page-299.htm>
- DUBUY Mélanie. « Le multilatéralisme onusien à l'épreuve de la gouvernance climatique ». *Vertigo*, 18, 1 (2018), p. 1-24. <https://id.erudit.org/iderudit/1058430ar>
- DUPUITS, Émilie. « "Climatisation" des arènes internationales et ressources naturelles », L'Académie des sciences morales et politiques éd., *Annuaire français de relations internationales*. 2021. Éditions Panthéon-Assas, (2021), pp. 655-666. <https://www.cairn.info/annuaire-francais-de-relations-internationales--9782376510413-page-655.htm>
- DÜR, Andreas. « *Interest Groups in the European Union : How Powerful are They ?* », *West European Politics*, 31, 6 (2009), p. 1212-1230. doi : <https://doi.org/10.1080/01402380802372662>
- FARAND, Chloé. « *World leaders not invited to attend critical UN biodiversity summit* », *Climate Home News*, 5 octobre 2022. <https://www.climatechangenews.com/2022/10/05/world-leaders-not-invited-to-attend-critical-un-biodiversity-summit/#:~:text=World%20leaders%20not%20invited%20to%20attend%20critical%20UN%20biodiversity%20summit,-Published%20on%2005&text=Heads%20of%20government%20haven%27t,agenda%20amid%20fraught%20geopolitical%20relations>.
- FINNEMORE, Martha et Kathryn, SIKKINK. « International Norm Dynamics and Political Change ». *International Organization*, 52, 4, (1998) p. 887-917. <https://www.jstor.org/stable/2601361>
- FREITAS *et al.* « *Concepts and forms of greenwashing: a systematic review* », *Environmental Sciences Europe*, 2020, 32 (19). doi : <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- GAIDET, Nicolas, et FOUILLEUX Ève. « Entre alliances et métriques. Dynamiques de débat sur les politiques globales de protection de la biodiversité », *Revue française de science*

- politique*, vol. 68, no. 4, (2018), p. 669-690. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2018-4-page-669.htm>
- GEMENNE François. « Les négociations internationales sur le climat ». *Négociations internationales*, chapitre 13, (2013), p. 395-422. <https://www.cairn.info/negociations-internationales--9782724612813-page-395.htm>
- GODARD Olivier. « Négociations sur le climat : la bifurcation opérée à Copenhague en 2009 ». *Critique internationale*, 52, 3 (2011), p. 87-110. <https://www.cairn.info/revue-critique-internationale-2011-3-page-87.htm>
- GUILHOT, Laëtitia, André MEUNIÉ, et Guillaume POUYANNE. « Chine : la Longue Marche vers la transition énergétique », *Mondes en développement*, vol. 191, no. 3, 2020, pp. 13-30. <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2020-3-page-13.htm>
- GUILHOT, Laëtitia, André MEUNIÉ, et Guillaume POUYANNE. « Croissance, transition urbaine et pollutions atmosphériques en Chine », *Mondes en développement*, vol. 180, no. 4, 2017, pp. 53-68. <https://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2017-4-page-53.htm>
- HARTMANN, P., and V. APAOLAZA-IBANEZ. « *Green advertising revisited. Conditioning virtual nature experiences* ». *International Journal of Advertising*, 2009, 28, no. 4: 715-39. doi : <https://doi.org/10.2501/S0265048709200837>
- HENDERSON, Rebecca. « *The Unlikely Environmentalists* ». *Foreign Affairs*, vol. 99, no. 3, May, 2020, pp. 47-52. <https://web-s-ebSCOhost-com.proxy.bibliotheques.uqam.ca/ehost/detail/detail?vid=0&sid=8c468d8e-9e15-4d57-b7f3-1b7d616bb433%40redis&bdata=Jmxhbmc9Znlmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=142781657&db=bth>
- HENRY, E. (2021). I. Invisibilité. Dans :, E. Henry, *La fabrique des non-problèmes: Ou comment éviter que la politique s'en mêle* (pp. 15-51). Paris: Presses de Sciences Po. <https://www.cairn.info/la-fabrique-des-non-problemes--9782724627954-page-15.htm>

- HUANG, Rongbing, et al. « *Isomorphic' Behavior of Corporate Greenwashing* ». *Chinese Journal of Population, Resources and Environment*, vol. 20, no. 1, (2022), p. 29–39. doi : <https://doi.org/10.1016/j.cjpre.2022.03.004>
- KEOHANE (R. O.) et VICTOR (D. G.). « The Regime Complex for Climate Change », *Perspectives on Politics*, 9 (1), (2011), p. 7-23. doi : <https://doi.org/10.1017/S1537592710004068>
- MAERTENS, Lucile et Louis, MARIEKE. « Quand les organisations internationales se mettent au vert : acteurs, instruments et effets de l'appropriation de la question environnementale ». *Études internationales* 47, no 1 (2016) : 5–28. doi : <https://doi.org/10.7202/1039467ar>
- LEVANTESI, S. (2023, July 27). « *Why Polluters' Greenwashing Works and How to Fight It* ». *DeSmog*. <https://www.desmog.com/2023/07/27/why-greenwashing-works-how-to-fight-it-gaslit/>
- MARHOLD, H. « *The EU Recovering from the COVID-19 Pandemic: Lessons Drawn from the Post-2008 Crisis Policy* ». *L'Europe en Formation*, 2021, 393, 24-39. <https://www.cairn.info/revue-l-europe-en-formation-2021-2-page-24.htm>
- NASIRITOUSI, Naghmeh, and BJÖRN-OLA Linnér. « *Open or closed meetings? Explaining nonstate actor involvement in the international climate change negotiations* ». *International Environmental Agreements : Politics, Law and Economics*, vol. 16, no. 1, (2016), p. 127-144. doi : <https://doi.org/10.1007/s10784-014-9237-6>
- OKEREKE (C.), BULKELEY (H.) et SCHROEDER (H.). « *Conceptualizing Climate Governance Beyond the International Regime* », *Global Environmental Politics*, 9 (1), (2009), p. 58-78. doi : <https://doi.org/10.1162/glep.2009.9.1.58>
- OLLITRAULT Sylvie. « Les ONG, des outsiders centraux des négociations climatiques ? ». *Revue internationale et stratégique*, 109 (2018), p. 135-143. <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2018-1-page-135.htm>
- ORSINI (A.) et COMPAGNON (D.). « Les acteurs non-étatiques dans les négociations multilatérales », dans PETITEVILLE (F.) et PLACIDI-FROT (D.) (dir.), *Négociations internationales*, Paris, *Presses de Sciences Po*, (2013), p. 105-141. <https://www.cairn.info/negociations-internationales--9782724612813-page->

[105.htm#:~:text=La%20participation%20des%20acteurs%20non,promotion%20et%20les%20pressions%20publiques.](#)

- ORSINI, Amandine, et COMPAGNON Daniel. « *Lobbying industriel et accords multilatéraux d'environnement. Illustration par le changement climatique et la biosécurité* », *Revue française de science politique*, vol. 61, no. 2, (2011), p. 231-248.
<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2011-2-page-231.htm>

- ORSINI Amandine. « Les lobbies environnementaux : intérêt d'une approche pluraliste ». *L'enjeu mondial*, (2015), p. 124-126. doi : <https://www.cairn.info/l-enjeu-mondial--9782724617504-page-124.htm>

- PARGUEL, B. & JOHNSON, G. (2021). « *Beyond greenwashing: Addressing 'the great illusion' of green advertising* ». *Revue de l'organisation responsable*, 16, 59-66.
<https://www.cairn.info/revue-de-l-organisation-responsable-2021-2-page-59.htm>

- PARGUEL, B., F. BENOIT-MOREAU, and F. LARCENEUX. « *How sustainability ratings might deter greenwashing: A closer look at ethical corporate communication* ». *Journal of Business Ethics*, 2011, 102, no. 1: 15-28. doi : <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0901-2>

- PARGUEL, B., F. BENOIT-MOREAU, and A. ANTONIA RUSSEL. « *Can Nature-Evoking Elements in Advertising Greenwash Consumers? The Power of 'Executorial Greenwashing* », *International Journal of Advertising*, 2015, 34 (1), 107-134. doi : <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>

- PETTY, R.E., and J.T. CACIOPPO. « *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches* ». Dubuque, IA: Wm. C. Brown Company Publishers, 1981. doi : <https://doi.org/10.4324/9780429502156>

- SANTOS, C., COELHO, A., & MARQUES, A. (2023). « *A systematic literature review on greenwashing and its relationship to stakeholders: State of art and future research agenda. Management Review Quarterly* ». doi : <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00337-5>

- SUPRAN, G., & HICKEY. (2022). « *Three Shades of Green(washing): Content Analysis of Social Media Discourse by European Oil, Car, and Airline Companies* ».

<https://www.greenpeace.org/static/planet4-netherlands-stateless/2022/09/0ded952d-threeshadesofgreenwashing.pdf>

-SUPRAN, G., & ORESKES, N. (2021). « *Rhetoric and frame analysis of ExxonMobil's climate change communications* ». *One Earth*, 4(5), 696–719. doi :
<https://doi.org/10.1016/j.oneear.2021.04.014>

-SARBONI, M. (2012). 5. « Doter vos actions d'une identité de communication ». Dans : M. Sarboni, *Réussir ses actions de communication* (pp. 89-112). Paris: Dunod.
<https://www.cairn.info/reussir-ses-actions-de-communication--9782100570379-page-89.htm#:~:text=Les%20fonctions%20d%27une%20identité%20de%20communication&text=être%20simple%20%3A%20on%20doit%20la,%20à%20l%27image%20de%20marque>

-SHIELDS, Alexandre. « La prochaine conférence de l'ONU sur la biodiversité aura lieu à Montréal en décembre ». *Le Devoir*, 21 juin 2022.
<https://www.ledevoir.com/environnement/725454/montreal-accueillera-la-deuxieme-partie-de-la-cop15-du-5-au-17-decembre?>