

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE GREENWASHING, UNE FRAUDE À L'ÈRE DE L'ANTHROPOCÈNE ?

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

MAÎTRISE EN COMPTABILITÉ, CONTRÔLE, AUDIT

PAR

AICHA CONDÉ

MARS 2026

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire 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.12-2023). 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

Je tiens tout d'abord à exprimer ma profonde gratitude à mon directeur de recherche, monsieur Gulliver Lux, pour son encadrement, son écoute, la qualité de ses conseils et sa disponibilité tout au long de ce travail. Sa lecture rigoureuse et minutieuse de mes écrits et ses remarques constructives sur ma méthodologie ont été déterminantes dans l'aboutissement de ce mémoire, vous ne pouvez imaginer à quel point je vous en suis reconnaissante.

Mes remerciements vont également à l'endroit du corps professoral et de l'équipe pédagogique de l'École des Sciences de Gestion (ESG) UQAM pour la rigueur et la qualité de la formation reçue, particulièrement à madame Hanen Khemakhem et madame Paulina Arroyo Pardo, pour vos conseils et remarques très pertinentes qui m'ont orientée tout au long de ce mémoire.

J'aimerais ensuite remercier mes parents, Aminata Tenin Bâ et Yah Safren, et mon frère, Mohamed Karifa pour leur soutien infailible, et ce, malgré la distance. Merci aussi à monsieur Mohamed Diaré et monsieur Fodé Kerfalla Camara pour le soutien, sans vous rien de tout ça n'aurait été possible.

Merci aussi à Aissatou Billy, Laye Sama et Moustapha Bacongo, la famille que la vie m'a donnée à Montréal. Merci à mes amis, ceux et celles que j'ai rencontrés tout au long de mon parcours académique, en particulier les membres de l'exécutif de l'AéPDCC (Association Étudiante des Programmes de Deuxième Cycle en sciences Comptables) et du conseil d'administration de l'AéESG (Association Étudiante à l'École des Sciences de la Gestion) dont j'ai été membre.

## DÉDICACE

*À ma mère, Aminata Tenin Bah, qui m'enseigne chaque jour qu'un handicap n'est pas un frein aux rêves.*

*À mon cher époux, Ahmed Sékou, pour son soutien inébranlable jusqu'au terme de cette aventure.*

*À mon fils, Alpha Kabinet, ce miracle de la vie et cette source infinie de bonheur, qui m'a rappelé chaque jour l'essentiel.*

*À ma fille, ma Sosso, notre lien indéfectible a illuminé chaque étape de ce parcours.*

*À tous ceux qui, par leurs actions et leur intégrité, œuvrent pour un monde durable et la préservation de notre écosystème. Puisse ce travail y contribuer.*

## AVANT-PROPOS

Ce mémoire de maîtrise de recherche (Msc.) en comptabilité, contrôle et audit s'inscrit dans le cadre de mon programme de maîtrise à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Il est né d'une passion pour les enjeux environnementaux des activités humaines. C'est pour cela qu'il étudie les pratiques de greenwashing et leurs conséquences dans le contexte de l'anthropocène, où les activités humaines dénaturent l'équilibre de notre écosystème en les examinant sous les lunettes de la fraude environnementale.

C'est pendant mes études de deuxième cycle, lors de mes recherches et de mes analyses sur les pratiques trompeuses dans le domaine de la détection de fraude, que mon intérêt pour le sujet s'est éveillé. Certaines de ces pratiques concernaient des multinationales qui, de surcroît, étaient taxées de « greenwashers », dont les filiales exploitent les minerais dans mon village, Kandany (Rép. Guinée) et y contribuent à la destruction de son environnement. Ces scandales et l'essor du greenwashing m'ont convaincue de pousser l'analyse au-delà de la simple communication trompeuse et d'examiner les pratiques du greenwashing sous l'angle de la fraude.

C'est pourquoi cette étude se propose d'analyser le greenwashing comme une forme de fraude, dans un contexte où le dépassement de six des neuf limites planétaires identifiées par Rockström et al. (2009) place l'anthropocène au cœur des débats sur la responsabilité des acteurs économiques, afin de déterminer si celui-ci peut être ou non assimilé à celle-ci.

La réalisation de ce mémoire a été confrontée à un défi très stimulant, celui de trouver des travaux qui définissent le greenwashing comme de la fraude, dans un contexte où toutes les recherches le dissocient de la fraude, en l'identifiant comme une simple communication trompeuse sur la durabilité. Ce travail devait être réalisé sous une contrainte de temps liée aux exigences du programme de maîtrise en recherche en comptabilité, contrôle et audit, profil « mémoire » (2026). Surmonter cet obstacle m'a permis d'apprendre l'importance de développer une méthodologie basée sur une approche interdisciplinaire qui allie les sciences de la gestion et l'anthropocène.

Je souhaite que ce mémoire contribue à la recherche sur la réglementation des pratiques d'écoblanchiment et qu'il serve aussi d'outil d'analyse et d'accompagnement pour les stratégies de communication durables. L'objectif est de promouvoir des changements réels et positifs en matière de

durabilité dans un monde où la crédibilité verte est devenue un enjeu stratégique pour les décideurs publics et privés.

## TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	ii
DÉDICACE.....	iii
AVANT-PROPOS.....	iv
LISTE DES FIGURES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX.....	ix
LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES.....	x
LISTE DES SYMBOLES ET DES UNITÉS.....	xi
RÉSUMÉ.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 Revue de littérature : Greenwashing et fraude ESG, pratiques et enjeux.....	5
<b>1.1. L’anthropocène comme nouveau paradigme pour penser les organisations.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1.1. Les limites planétaires comme conditions aux limites de l’action organisationnelle.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1.2. Reconfigurer objectifs, performance et reddition de comptes.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2. Le greenwashing : pratiques, implications, mécanismes de dissuasion.....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.1. Les stratégies de greenwashing.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.1.1. Le greenwashing informationnel.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2.1.2. Le greenwashing de produit.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2.1.3. Le greenwashing organisationnel.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2.1.4. Le greenwashing de performance.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.2. Les conséquences du greenwashing.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2.2.1. Les conséquences du greenwashing pour l’entreprise.....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.2.2. Les conséquences du greenwashing pour les consommateurs.....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.2.3. Les conséquences du greenwashing pour l’environnement et la société.....</b>	<b>20</b>
<b>1.2.3. Les mécanismes de dissuasion contre le greenwashing.....</b>	<b>23</b>
<b>1.2.3.1. Mécanismes de dissuasion par les sanctions juridiques et réglementaires.....</b>	<b>23</b>
<b>1.2.3.2. Mécanismes de dissuasion par l’audit et les vérifications indépendantes.....</b>	<b>24</b>
<b>1.2.3.3. Mécanismes de dissuasion économique, réputationnelle et concurrentielle.....</b>	<b>25</b>
<b>1.2.3.4. Mécanismes de dissuasion institutionnelle et normative.....</b>	<b>26</b>
<b>1.2.3.5. Mécanismes de dissuasion technologique.....</b>	<b>27</b>
<b>1.2.3.6. Mécanismes de dissuasion éthique et organisationnelle.....</b>	<b>28</b>
<b>1.3. La fraude à l’ère de la durabilité : fondements, typologies et essor de la fraude ESG.....</b>	<b>29</b>
<b>1.3.1. Les fondements de la fraude ESG.....</b>	<b>30</b>
<b>1.3.2. Les différents types de fraude ESG.....</b>	<b>33</b>

<b>1.3.2.1. La fraude aux états non financiers ESG</b> .....	34
<b>1.3.3. L’essor de la fraude ESG</b> .....	35
<b>1.4. Le fondement théorique de la recherche</b> .....	37
CHAPITRE 2     Méthode de recherche et stratégie de collecte des données .....	41
<b>2.1. L’analyse de contenu</b> .....	41
<b>2.2. Collecte et analyse des données</b> .....	42
CHAPITRE 3     Résultats de l'analyse.....	53
<b>3.1. Le greenwashing de Volkswagen</b> .....	53
<b>3.2. Le greenwashing de Keurig</b> .....	60
<b>3.3. Le greenwashing de DWS</b> .....	65
<b>3.4. Le greenwashing de Samsung</b> .....	70
<b>3.5. Le greenwashing de TotalEnergies</b> .....	75
CHAPITRE 4     Discussion .....	80
CONCLUSION .....	86
ANNEXE A [Notation News Guard 2025 des médias de l'étude] .....	88
ANNEXE B [Notation Adfontes 2025 des médias de l'étude].....	93
RÉFÉRENCES.....	96

## LISTE DES FIGURES

Figure 1.1 les stratégies de greenwashing.....	15
Figure 1.2 Le triangle de la fraude .....	31
Figure 1.3 Triangle de la fraude ESG .....	32
Figure 1.4 Typologie de la fraude ESG .....	34
Figure 1.5 Triangle du greenwashing.....	38
Figure 1.6 Cadre conceptuel de la recherche .....	40
Figure 2.1 Exemple de notation Newsguard 2025.....	43
Figure 2.2 Notation Allsides 2025 .....	43
Figure 2.3 Exemple de notation Adfontes 2025 .....	44
Figure 4.1 Proposition de cadre conceptuel de la fraude ESG.....	85

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Sources médiatiques et notations 2025.....	44
Tableau 2 Synthèse des cas de greenwashing médiatisés de 2015 à 2025 .....	46
Tableau 3 Grille de codage .....	49
Tableau 4 : Volkswagen « Dielsegate ».....	55
Tableau 5 Keurig « K-Cup Recyclable Pods ».....	62
Tableau 6 Deutsche Asset Management « DWS Greenwashing » .....	67
Tableau 7 Samsung « Galaxy waterproof ».....	72
Tableau 8 TotalEnergies« Neutralité carbone 2050 ».....	77

## LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

ACCC:	Australian Competition and Consumer Commission
ACFE:	Association of Certified Fraud Examiners
ADN:	Acide DésoxyriboNucléique
BP:	British Petroleum.
CEI:	Corporate Environmental Integrity
CFC:	Chlorofluorocarbures
CPABC:	Chartered Professional Accountants of British Columbia
CRSD:	Corporate Sustainability Reporting Directive
DWS :	Deutsche Asset Management
EPA:	Environmental Protection Agency (
ESG:	Environnement, Social, Gouvernance
H&M:	Hennes & Mauritz
IA:	Intelligence artificielle
ICCT:	International Council on Clean Transportation
IFRS:	International Financial Reporting Standards
ISR:	Investissements socialement responsables
ISSB:	International Sustainability Standards Board
KPMG:	Klynveld, Peat, Marwick et Goerdeler
NEDC:	New European Driving Cycle
NOx:	Oxydes d'azote
ONG:	Organisation Non Gouvernementale
PDG:	Président-Directeur Général
RSE:	Responsabilité Sociétale des Entreprises
SASB:	Sustainable Accounting Standards Board
SEC:	Securities and Exchange Commission
SUV:	Sport Utility Vehicle
WVU:	West Virginia University

## LISTE DES SYMBOLES ET DES UNITÉS

CO<sub>2</sub> : Dioxyde de carbone

## RÉSUMÉ

Depuis l'avènement de l'anthropocène, où les activités humaines ont dépassé plusieurs limites planétaires, le développement durable, qui met l'accent sur les investissements responsables sur les plans social et environnemental, a fait pression sur les entreprises. En effet, ces dernières sont maintenant confrontées à des exigences accrues de la part de leurs parties prenantes, ce qui les pousse parfois à dissimuler ou à manipuler leurs informations sur les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG). Ces dernières cherchent ainsi à leurs activités afin de paraître plus « vertes » qu'elles ne le sont réellement. Le recours au greenwashing peut conduire certaines d'entre elles à franchir le seuil de la simple communication trompeuse pour révéler ce que nous appelons une fraude ESG à l'ère de l'anthropocène.

Mots clés : Anthropocène, ESG, greenwashing, fraude.

## **ABSTRACT**

Since the advent of the Anthropocene, where human activities have exceeded several planetary boundaries, sustainable development, which emphasizes socially and environmentally responsible investments, has put pressure on businesses. Indeed, the latter are now facing increased demands from their stakeholders, which sometimes leads them to conceal or manipulate their information on environmental, social and governance (ESG) issues. The latter thus seek their activities to appear more 'green' than they actually are. The use of greenwashing can lead some of them to cross the threshold of simple misleading communication to reveal what we call ESG fraud in the era of the anthropocene.

Keywords: Anthropocene, ESG, greenwashing, fraud.

## INTRODUCTION

L'évaluation de la performance d'une entreprise repose sur plusieurs facteurs, comme la rentabilité, le chiffre d'affaires, le portefeuille client, son potentiel d'innovation, mais aussi des indicateurs associés aux enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance. En effet, dans de nombreux pays, les régulateurs et les organismes de normalisation introduisent des exigences de divulgation d'informations liées aux performances Environnementales, Sociales et de Gouvernance (ESG). C'est le cas notamment du Sustainable Accounting Standards Board (SASB), qui développe des normes de comptabilité durable pour aider les entreprises à divulguer des informations financières et non financières pertinentes sur les performances ESG. À l'ère de l'anthropocène, les parties prenantes accordent de plus en plus la priorité au développement durable et les scores ESG suscitent un intérêt croissant et jouent désormais un rôle crucial dans le monde des investissements socialement responsables (ISR) (Del Vitto et al., 2023). Les entreprises qui adoptent les principes ESG peuvent voir leur réputation améliorée, ce qui peut pousser certaines organisations à manipuler les informations de durabilité (Sun et al., 2024) pour paraître socialement ou écologiquement responsables aux yeux des investisseurs et des consommateurs tout en agissant contrairement à leurs objectifs ESG déclarés (Ballan et Czarnecki, 2024).

Dans la Global Sustainable Investment Review (2020), qui décrit la situation de l'investissement durable sur les principaux marchés financiers mondiaux, il ressort que 65 % des investisseurs interrogés utilisent les notations ESG au moins une fois par semaine. Pour Zhang et Liu (2023), les trois sous-dimensions de la performance ESG sont importantes pour créer un environnement favorable à l'innovation durable. De plus, de bonnes performances ESG conduisent à attirer davantage d'analystes, ce qui accroît la visibilité de l'entreprise et renforce la confiance des actionnaires envers les dirigeants (Sun et al., 2024).

Toutefois, cette tendance des parties prenantes à la mise en œuvre des critères ESG entraîne des pressions qui poussent de nombreuses entreprises à dissimuler des incidents controversés ESG, tels que la pollution (Gu et al., 2023), les mauvaises conditions de travail des employés intervenant dans la chaîne de logistique, la corruption, etc.

C'est dans ce contexte que Sonia Hernandez, associée et leader nationale du groupe Enjeux environnemental, social et de gouvernance (ESG) de KPMG au Canada (Québec), déclarait : « les entreprises du Québec font face à d'énormes pressions de la part des intervenants et des organismes de réglementation pour démontrer leurs pratiques ESG, et ces pressions pourraient inciter certaines personnes ou équipes au sein de ces organisations à embellir ou à exagérer leurs données ESG »<sup>1</sup>.

Lori Mathison, présidente et directrice générale de l'association des comptables professionnels agréés de la Colombie-Britannique (CPABC), abonde dans le même sens, en soulignant que « la pression pour faire avancer les initiatives ESG s'accroît, tout comme la pression exercée par les parties prenantes pour que les entreprises soient considérées comme respectueuses de l'environnement, progressistes et équitables. Dans ce contexte, certaines organisations peuvent être incitées à se livrer à l'écoblanchiment ou à la fraude ESG<sup>2</sup>». Pour améliorer leur position. En effet, comme le montre l'étude Nielsen Media Research 66 % des consommateurs mondiaux préfèrent payer plus cher pour des produits qu'ils perçoivent respectueux de l'environnement (de Freitas Netto et al., 2020).

D'autant plus qu'au Québec, dans un communiqué de presse, le cabinet KPMG publiait les résultats de son sondage effectué en février 2024 auprès de 102 chefs d'entreprise dont les organisations ont été victimes de fraude. Ce sondage a révélé que la fraude en matière d'environnement, de responsabilité sociale et de gouvernance (ESG) est l'une des formes d'escroquerie les plus répandues, avec 27 % des répondants affirmant l'avoir rencontrée ou subie au cours des cinq dernières années, soit un chiffre légèrement supérieur à la moyenne nationale de 24 %<sup>1</sup>

Pour le président de la Securities and Exchange Commission (SEC), Gary Gensler, « Il existe également un risque que les fonds et les conseillers en investissement induisent les investisseurs en erreur en surestimant leur concentration sur les facteurs ESG<sup>3</sup>», ce risque est encore relayé par Hao et al. (2025), qui montrent comment l'interaction entre les entreprises, les agences de

---

<sup>1</sup> <https://kpmg.com/ca/fr/home/media/press-releases/2024/03/esg-fraud-is-a-growing-risk-for-quebec-organizations.html>

<sup>2</sup> <https://www.bccpa.ca/news-events/cpabc-newsroom/2023/july/how-cpas-can-guard-against-greenwashing-and-esg-fraud/>

<sup>3</sup> Rapport Deloitte: Emerging fraud risks to consider: ESG On the audit committee's agenda, July 2022,

notation et les investisseurs dans le cadre de la divulgation des données ESG peut entraîner des comportements d'écoblanchiment.

L'écoblanchiment, plus connu sous son acronyme anglais, le greenwashing, se définit comme « l'acte de tromper les consommateurs [et les investisseurs] sur les pratiques environnementales d'une entreprise (greenwashing au niveau de l'entreprise) ou les avantages environnementaux d'un produit ou d'un service (greenwashing au niveau du produit) » (Ballan et Czarnecki, 2024).

L'un des cas les plus marquants des dernières années est le scandale « dieseldate » intervenu en 2015 impliquant le constructeur automobile allemand Volkswagen, qui a installé dans environ 11 millions de voitures à travers le monde des logiciels pour fausser les émissions d'oxyde d'azote (NOx) lors des tests réglementaires afin de les rendre plus respectueuses de l'environnement qu'elles ne l'étaient en réalité<sup>4</sup>

Le greenwashing compromet non seulement la crédibilité des rapports ESG, mais il impacte aussi la prise de décision avec la perte de confiance des différentes parties prenantes dans les informations fournies (Poiriazi et al., 2025). Il met surtout en évidence que les failles dans la gouvernance favorisent la manipulation des informations de durabilité, ouvrant ainsi le chemin aux pratiques de greenwashing (Poiriazi et al., 2025).

Ce constat rejoint les objectifs des IFRS S1 – Obligations générales en matière d'informations financières liées à la durabilité et IFRS S2 – Informations à fournir en lien avec les changements climatiques publiés par l'International Sustainability Standards Board (ISSB) en juin 2023, qui établissent des exigences pour la divulgation d'informations financières liées à la durabilité et aux changements climatiques. Néanmoins, malgré leur rentrée en vigueur en janvier 2024, leur adoption par les entreprises canadiennes reste volontaire. Les entreprises sont encouragées à suivre les développements réglementaires et à se préparer à une éventuelle mise en œuvre future de ces normes.

---

<sup>4</sup> <https://www.connaissancedesenergies.org/questions-et-reponses-energies/affaire-volkswagen-quelles-consequences-pour-les-vehicules-incrimines>

Pourtant, en cas d'adoption, l'IFRS S2, qui exige la divulgation des informations détaillées, transparentes et vérifiables sur les risques et opportunités climatiques, contribuera, selon l'ISSB, à réduire les pratiques de greenwashing précédemment encadrées par les dispositions de la Loi sur la concurrence<sup>5</sup> qui protège les consommateurs contre les pratiques commerciales trompeuses.

Au regard de cette loi, si l'intention de tromper est prouvée et si cela cause un préjudice aux consommateurs, aux investisseurs ou à l'environnement, l'entreprise peut encourir de lourdes peines, comme ce fut le cas avec Keurig Canada en 2022, qui s'est vu infliger une amende de 3 millions de dollars pour avoir fait de fausses déclarations environnementales relatives à ses capsules K-Cup recyclables<sup>6</sup>.

Wells (2014) définit la fraude comme un acte de tromperie intentionnelle des parties prenantes sur la véritable situation de l'entreprise afin d'obtenir un avantage illégal et Dempere et al. (2024) qui, en analysant les pratiques de greenwashing dans la finance durable, mettent l'accent sur la rationalisation des actions des entreprises pour justifier le recours au greenwashing.

Parrallèlement, avec Kurpierz et Smith (2020) qui rappellent que les entreprises qui pratiquent de l'écoblanchiment frauduleux acquièrent les avantages sociaux et les bénéfices d'être une organisation durable avec peu de travail réel et Tarjo et al. (2024) qui mentionnent que la fraude aux rapports non financiers ESG implique des pratiques telles que le faux étiquetage ou une fausse publicité, de fausses divulgations, la présentation de certifications trompeuses, ou l'omission de divulgation ou de rapport. Cette étude explore la question suivante, le greenwashing doit-il être considéré comme une fraude à l'ère de l'anthropocène?

À l'ère de l'anthropocène, les limites planétaires sont mises à l'épreuve par l'activité humaine qui perturbe durablement la stabilité de l'écosystème. Le greenwashing constitue une manipulation informationnelle des pratiques de durabilité, dans l'optique de présenter les organisations comme écoresponsables afin de maintenir une illusion de respect de la biodiversité. Une pratique

---

<sup>5</sup> Loi sur la concurrence ( LRC (1985), ch. C-34)

<sup>6</sup> <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1852438/cafe-keurig-recyclables-capsules-mensonge-environnement#:~:text=Keurig%20Canada%20paiera%20une%20amende,le%20Bureau%20de%20la%20concurrence>

qui n'est pas sans rappeler les mécanismes classiques de la fraude (Bebbington et al., 2019 ; Crutzen, 2002 ; Grabs, 2023 ; Rockström et al., 2009 ; Steffen, Grinevald, Crutzen et McNeill, 2011). Dans ce contexte, l'étude vise particulièrement à savoir, si le greenwashing ne devrait pas être considéré comme une fraude ESG à l'ère de l'anthropocène?

Cette étude contribue aux recherches critiques sur le greenwashing en interrogeant si le greenwashing doit être assimilé à une forme de fraude plutôt qu'une simple communication trompeuse. Elle interroge le cadre plus général du greenwashing dans une ère où l'activité humaine influence l'équilibre écosystémique. En croisant les mécanismes du greenwashing avec le triangle de la fraude et la théorie des parties prenantes, elle invite les chercheurs à repenser le greenwashing comme un mécanisme de déformation de la durabilité ayant des conséquences économiques et morales.

Ce mémoire est organisé comme suit : une section sur la littérature existante qui examine les études précédentes sur le greenwashing et la tromperie ; une section méthodologique qui décrit la démarche utilisée ainsi que les instruments de collecte et d'analyse des données ; les chapitres « Résultats » et « Discussion », qui présentent respectivement les principaux résultats et leurs implications théoriques et pratiques ; et enfin, une conclusion qui résume les principaux points et suggère des pistes de recherche futures.

## **CHAPITRE 1 Revue de littérature : Greenwashing et fraude ESG, pratiques et enjeux**

Au cours des dernières années, les pratiques de greenwashing ont considérablement évolué. Ce domaine est maintenant reconnu comme un champ de recherche incontournable dont les résultats présentent un intérêt pour diverses parties prenantes (Pham et Barretta, 2024). Si la plupart de ces recherches se réfèrent aux définitions de l'Oxford English et de TerraChoice pour définir le greenwashing comme « l'acte de tromper les consommateurs concernant les pratiques environnementales d'une entreprise ou les bénéfices environnementaux d'un produit » (de Freitas Netto et al., 2020), ce chapitre examine le greenwashing à l'ère de l'anthropocène où les enjeux environnementaux deviennent critiques, pour établir un cadre d'analyse afin de distinguer les engagements réels des pratiques trompeuses.

### **1.1. L'anthropocène comme nouveau paradigme pour penser les organisations**

Dans la littérature en sciences sociales et en management, l'Anthropocène est de plus en plus mobilisé non seulement comme diagnostic environnemental, mais aussi comme un cadre de pensée qui reconfigure la manière de concevoir les organisations. En s'appuyant sur les travaux en sciences du système Terre, l'Anthropocène désigne la période historique où l'action humaine est devenue une force géologique capable de modifier en profondeur les grands cycles biogéochimiques et les conditions d'habitabilité de la planète (Crutzen, 2002 ; Steffen, Grinevald, Crutzen & McNeill, 2011; Steffen et al., 2011). À ce titre, il invite à repenser les finalités, les responsabilités et les modes de gouvernance des organisations, en les resituant dans les limites physiques de la biosphère.

Les premiers usages du terme anthropocène renvoient à la classification géologique des ères terrestres (Crutzen, 2002). Très rapidement, cette notion a été reprise comme « condition » sociale et politique, c'est-à-dire comme un contexte de base qui reconfigure l'ensemble des institutions modernes (Steffen et al., 2011). Dans le champ des études organisationnelles, Wright, Nyberg, Rickards et Freund (2018) proposent de considérer l'Anthropocène comme le problème central de l'organisation contemporaine : la poursuite de la croissance économique et de l'expansion des activités d'affaires y apparaît indissociable de la dégradation accélérée des systèmes biophysiques. Banerjee et Arjaliès (2021) montrent par ailleurs que l'Anthropocène remet en cause les grands récits modernes qui ont structuré la théorie des organisations – progrès, maîtrise de la nature, universalité des marchés – en les reliant à des héritages coloniaux et extractivistes. L'Anthropocène sert ainsi de prisme critique pour interroger les présupposés anthropocentriques et productivistes du management. La recherche développe ainsi un nouveau cadre théorique qui érige la soutenabilité ainsi que la responsabilité environnementale au cœur des structures organisationnelles (Bebbington et Rubin, 2022 ; Torelli et al., 2020).

#### **1.1.1. Les limites planétaires comme conditions aux limites de l'action organisationnelle**

L'une des manières les plus influentes de traduire l'anthropocène pour les sciences de gestion est la notion de « limites planétaires ». Rockström et al. (2009) identifient neuf processus du système Terre (climat, biodiversité, cycles de l'azote et du phosphore, usage des sols, acidification des océans, etc.) et proposent des seuils au-delà desquels le fonctionnement de la biosphère devient incertain. Ces limites établissent les paramètres dans lesquels l'humanité peut prospérer en toute

sécurité. Cependant, lorsqu'elles sont dépassées, elles deviennent des menaces pour l'équilibre de notre écosystème (Steffen, Grinevald, Crutzen et McNeill, 2011). Une mise à jour récente conclut que six de ces neuf limites sont déjà transgressées (Richardson et al., 2023), ce qui signifie que l'humanité a quitté en grande partie l'« espace de fonctionnement sûr ». Whiteman et al. (2013) introduisent ce cadre dans les études de management en montrant que les limites planétaires constituent les fondations écologiques de la durabilité d'entreprise : les stratégies corporatives doivent être évaluées non seulement relativement à leurs concurrents, mais aussi relativement à leur contribution à la résilience des systèmes socioécologiques. Plus récemment, Williams et al. (2025) soutiennent que ces limites devraient être conçues comme des « conditions aux limites » pour l'ensemble de la recherche en management : toute théorie organisationnelle est appelée à préciser comment les pratiques qu'elle étudie se situent par rapport aux contraintes biophysiques de l'anthropocène. Les limites planétaires deviennent donc des standards qui encadrent la stratégie, les activités et l'innovation au sein des organisations (Ergene et al., 2018)

### **1.1.2. Reconfigurer objectifs, performance et reddition de comptes**

Ce déplacement du cadre de référence a des implications directes sur les objectifs assignés aux organisations et sur la manière d'évaluer leur performance. Dans le champ de la comptabilité et du contrôle, Bebbington et al. (2019) montrent que l'Anthropocène rend obsolète une conception de la reddition de comptes centrée sur le seul rendement financier pour les actionnaires. Les indicateurs financiers traditionnels sont insuffisants pour traduire la complexité des enjeux environnementaux (Leucci, 2022). En s'appuyant sur le cadre des limites planétaires, Bebbington et al. (2019) défendent une conception de la reddition des comptes orientée vers la préservation des fonctions critiques des écosystèmes. Bebbington et Rubin (2022) prolongent cette réflexion en proposant une « feuille de route pour une gouvernance responsable » : l'entreprise est appelée à gouverner ses modèles d'affaires de manière à respecter les seuils écologiques globaux, ce qui implique de nouvelles formes de mesure, de traçabilité spatiale et de coopération interorganisationnelle. Dans le champ de la finance, Shrivastava et al. (2019) argumentent que les logiques dominantes de valorisation des actifs et de gestion des risques sont incompatibles avec les temporalités longues et les irréversibilités biophysiques caractéristiques de l'Anthropocène ; ils plaident pour une refonte des instruments financiers autour de la régénération des socio-écosystèmes. La reddition des comptes s'oriente en conséquence vers une transparence accrue où les parties prenantes exigent des preuves tangibles en lieu et place des discours d'intention

(Delmas et Burbano, 2011 ; Heikkurinen et al., 2021). Grabs (2023) aborde la question de la « responsabilité des entreprises dans l'Anthropocène ». Il montre que la redistribution des responsabilités doit prendre en considération toute la chaîne de valeur, et notamment les pratiques de lobbying, de marketing et de conception des produits.

Au-delà de la transformation des métriques de performance, une partie de la littérature voit dans l'Anthropocène un appel à déplacer les fondements ontologiques de la théorie des organisations. Ainsi, dans le paradigme de l'Anthropocène, où les organisations sont explicitement resituées dans un espace planétaire contraint et où la survie des systèmes socioécologiques devient une condition de possibilité de toute activité économique, la qualification et le statut du greenwashing se posent. Traiter le greenwashing comme une fraude dans le paradigme de l'Anthropocène reviendrait ainsi à affirmer que la sincérité des informations environnementales est une condition constitutive de la gouvernance des limites planétaires au même titre que la fiabilité de l'information financière est constitutive des marchés de capitaux.

### **1.2. Le greenwashing : pratiques, implications, mécanismes de dissuasion**

Le terme « greenwashing », « écoblanchiment » en français, a été inventé en 1986 par l'écologiste Jay Westervelt dans son essai sur le secteur de l'hôtellerie. Il y décrit les pratiques trompeuses de certains hôtels qui prônaient la réutilisation des serviettes par les clients pour « sauver la planète » sans réel impact écologique (de Freitas Netto et al., 2020).

Le greenwashing se définit comme une pratique trompeuse de communication environnementale par laquelle les organisations manipulent et/ou embellissent de façon sélective, la réalité de leurs actions environnementales afin de projeter une fausse image de responsabilité écologique (Ballan et Czarnecki, 2024 ; Delmas et Burbano, 2011 ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Montgomery et al., 2024 ; Walker et Wan, 2012). Ce phénomène repose sur des asymétries d'information du cadre de divulgation ESG dû notamment à la recherche d'un avantage concurrentiel, la pression croissante des consommateurs en matière de durabilité et les insuffisances des cadres réglementaires (Feghali et al., 2025). Les études antérieures montrent que le greenwashing n'est pas un phénomène homogène, mais plutôt multifactoriel (Lyon et Montgomery, 2015), qui repose sur plusieurs stratégies ayant pour socle « les sept péchés du greenwashing » (seven sins of

greenwashing) identifiés par TerraChoice afin d'aider les clients à identifier les pratiques d'écoblanchiment des entreprises.

### 1.2.1. Les stratégies de greenwashing

En 2007, TerraChoice publiait la première étude intitulée les « péchés du greenwashing ». À travers ce rapport où il procède à l'identification des six péchés du greenwashing, le monde prend conscience de l'ampleur des déclarations trompeuses sur les pratiques environnementales, surtout avec l'implication de nombreux régulateurs ainsi que de nombreuses parties prenantes (investisseurs, consommateurs, etc.).

Cette prise de conscience finit par conduire à la publication de la version 2010 du rapport de TerraChoice intitulé « les sept péchés du greenwashing », qui liste notamment les stratégies trompeuses mises en place par certaines entreprises pour projeter une illusion d'écoresponsabilité.

- *Compromis caché (hidden trade-off)* : Un produit est présenté comme étant « vert » en se basant sur des attributs déraisonnablement restreints, sur une seule caractéristique (comme le plastique recyclé), sans tenir compte d'autres enjeux environnementaux importants liés à la production du papier, comme l'énergie, les émissions de gaz à effet de serre et la pollution de l'eau et de l'air. Tous ces enjeux sont importants, voire plus encore.
- *Absence de preuves (no proof)* : L'entreprise affirme le produit comme étant vert sans pourtant fournir de preuve concrète ou de certification attestant ses affirmations. C'est le cas des produits en papier hygiénique revendiquant divers pourcentages de contenu recyclé sans en apporter la preuve.
- *Imprécision (vagueness)* : L'entreprise recourt à des termes flous, imprécis, non réglementés comme « écologique », « durable », qui laissent place à l'interprétation. C'est le cas, par exemple, de « entièrement naturel », qui ne signifie pas forcément que le produit est « vert », car l'arsenic, l'uranium, sont tous des produits naturels, bien que fortement toxiques.
- *Non-pertinence (irrelevance)* : L'entreprise met l'accent sur des informations qui, malgré la véracité réelle de leur contenu, ne sont ni importantes ni utiles pour le consommateur

- qui recherche des produits écologiques. En effet, mettre en avant un produit ou une substance déjà interdite par la loi, comme la fameuse mention « sans CFC » pour sans chlorofluorocarbure, est loin d'être pertinent.
- *Moindre mal (Lesser of two evils)* : L'entreprise met en avant des pratiques légèrement moins polluantes pour une catégorie de produits donnée qui sont loin d'être durables, mais qui risquent de détourner l'attention du consommateur de l'impact environnemental plus important de la catégorie dans son ensemble. C'est le cas des voitures SUV, économes en carburant, qui sont présentées comme moins polluantes pour détourner l'attention de la pollution qu'engendre le secteur automobile.
  - *Mensonge (Fibbing)* : L'entreprise communique sur les caractéristiques écologiques d'un produit, un service ou un processus en relayant des affirmations mensongères ou infondées alors que la réalité est toute autre. Par exemple, les allégations de produits faussement certifiés ou homologués « recyclable », comme les capsules de Keurig Canada.
  - *Faux labels (Worshiping false labels)* : L'entreprise utilise de faux labels ou des certifications trompeuses pour projeter une image d'engagement écologique. Ce péché est commis par un produit ou un service, qui, par des mots ou des images, donne l'impression d'une approbation par un tiers alors qu'il n'y en a pas réellement. Ce qui n'est pas sans rappeler « conscious » de H&M.

De Freitas Netto *et al.* (2020) introduisent la notion de « ...firm strategically discloses environmental information...» (divulgateion stratégique des informations environnementales) afin de mettre en évidence la dimension stratégique du greenwashing, qui peut être intentionnelle et organisée ou involontaire. Ils identifient plusieurs formes ou mécanismes de greenwashing : le greenwashing par diversion, symbolique, sélective, etc.

Sur la base de ce qu'il précède, il nous semble intéressant de présenter certaines des principales approches utilisées pour définir les différentes stratégies de greenwashing, notamment :

**Le greenwashing sélectif** : le greenwashing sélectif, c'est lorsque les organisations choisissent de ne pas divulguer volontairement des informations environnementales essentielles qui leur sont défavorables. Il se produit lorsque l'entité communique sur ses activités environnementales en omettant volontairement les données environnementales négatives, les effets nuisibles des

activités et/ou les limites importantes de ses actions durables (Delmas et Burbano, 2011 ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Walker et Wan, 2012). Autrement dit, l'entreprise sélectionne ce qu'elle divulgue pour se construire une image plus verte qu'elle ne l'est réellement.

C'est le cas d'entreprise comme Keurig Canada (Mukherjee et Ghosh, 2025) qui met en avant des emballages recyclables (les capsules dans ce cas) sans préciser que la chaîne de production elle-même génère une importante pollution, d'autant plus que le type de plastique et la taille des capsules rendent le traitement coûteux et inefficace.

**Le greenwashing par diversion** : le greenwashing par diversion consiste pour les entreprises à mettre en avant une action environnementale mineure, à masquer ou minimiser des pratiques polluantes majeures afin de détourner l'attention du public des impacts négatifs réels de ses activités (de Freitas Netto et al., 2020 ; Walker et Wan, 2012). Il s'agit là d'une technique manipulatrice (Lyon et Montgomery, 2015) qui vise à exagérer une initiative verte mineure pour redorer l'image de l'entreprise, alors qu'en réalité, ses activités sont polluantes.

L'exemple le plus révélateur de ce type de greenwashing est celui de British Petroleum (BP) avec sa campagne « beyond petroleum » de 2000 (Cherry et Sneirson, 2010). Cette campagne visait à détourner l'attention du public en mettant l'accent sur les investissements dans les énergies renouvelables et sur une « transition verte », alors que la réalité était toute autre.

En effet, BP investissait massivement dans les énergies fossiles, dont les impacts sur l'environnement se révélaient désastreux (la marée noire d'avril 2010 dans le golfe du Mexique, au large des côtes de la Louisiane). De plus, ses dépenses en énergies vertes représentaient moins de 1 % de ses dépenses totales.

**Le greenwashing symbolique** : le greenwashing symbolique désigne une action de façade où l'entreprise met surtout l'accent sur la communication et les symboles de durabilité par des campagnes, rapports ESG, slogans, labels ou politiques internes superficielles servant à projeter une image écologique sans preuve tangible ou vérifiable d'actions concrètes ou des performances environnementales réelles (Delmas et Burbano, 2011 ; Walker et Wan, 2012).

Ces pratiques ont un effet désastreux sur la crédibilité et la valeur de l'entreprise, car, une fois la supercherie découverte par les parties prenantes (investisseurs, consommateurs, etc.) qui perçoivent la différence entre le discours et les faits, l'entreprise finit par perdre sa légitimité, ce qui à la longue entraîne également une perte de performance (Walker et Wan, 2012).

Cette situation n'est pas sans rappeler le scandale de H&M<sup>7</sup> avec sa gamme « Conscious », qu'elle a désignée comme écoresponsable. Le fabricant suédois a affirmé qu'elle était fabriquée à partir de « 50 % de matériaux durables, tels que du coton biologique et du polyester recyclé ». Or, en réalité, les vêtements étaient confectionnés à partir de polyester non recyclé qui n'est pas du tout un produit écologique, car non biodégradables.

S'il a longtemps été perçu comme relevant du domaine de la communication ou de la publicité mensongère, le greenwashing est aujourd'hui conceptualisé comme un ensemble de stratégies complexes et évolutives déployées par les organisations pour fausser la perception des parties prenantes sur leurs performances environnementales (Delmas et Burbano, 2011 ; Feghali *et al.*, 2025 ; Lyon et Montgomery, 2015).

De Freitas Netto *et al.*, (2020) affinent cette classification en s'inspirant de la classification effectuée par TerraChoice dans son rapport des « sept péchés du greenwashing » pour ainsi identifier plusieurs typologies, notamment le greenwashing par allégation et d'exécution qui permettent de percevoir le phénomène non pas comme une simple manipulation, mais plus comme un tout où les entreprises se positionnent selon leur degré de sincérité, de transparence et d'engagement réel pour la durabilité.

En somme, de ce qui précède, il résulte une synthèse structurée des principaux types de greenwashing identifiés dans la littérature, qui permet d'approfondir la compréhension du phénomène ainsi que ses implications empiriques pour la recherche en gouvernance, en audit et en reporting ESG.

---

<sup>7</sup> <https://ancre-magazine.com/hm-greenwashing-plainte-justice-poursuite-fast-fashion-durabilite/>

#### **1.2.1.1. Le greenwashing informationnel**

Le greenwashing informationnel ou communicationnel est une forme d'écoblanchiment qui regroupe toutes les stratégies de communication trompeuses fondées non pas sur des actes réels de l'entreprise, mais plus sur la manipulation, l'omission ou la distorsion de l'information environnementale (de Freitas Netto *et al.*, 2020 ; Delmas et Burbano, 2011 ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Walker et Wan, 2012). Il est l'une des formes de greenwashing les plus citées dans la littérature. Ce type de greenwashing vise à créer une fausse image de durabilité, à renforcer la réputation d'une entreprise comme étant responsable sur le plan environnemental et à influencer la perception des parties prenantes, telles que les investisseurs axés sur les facteurs ESG, les régulateurs et les consommateurs, pour qui les actifs « verts » sont un facteur clé.

#### **1.2.1.2. Le greenwashing de produit**

Le greenwashing sur le produit est une forme d'écoblanchiment qui consiste à tromper les consommateurs sur les avantages environnementaux d'un produit ou service plutôt que sur l'ensemble de l'organisation (Delmas et Burbano, 2011). De Freitas Netto *et al.* (2020) identifient deux principales manifestations de ce type de greenwashing :

- soit par déclarations verbales ou visuelles trompeuses ("claims") avec des affirmations vagues ou non vérifiables ("100% naturel". "emballage recyclable");
- soit par des mises en scène visuelles trompeuses (executional greenwashing) où l'entreprise n'affirme pas explicitement que le produit est "vert", mais elle fait recours à des images, couleur pour projeter cette notion d'écoresponsable (la nature, la couleur verte).

#### **1.2.1.3. Le greenwashing organisationnel**

Le greenwashing organisationnel est un système global de dissimulation environnementale mis en place par les organisations visant à projeter une fausse image écologique à travers l'ensemble de ses activités, de sa communication et de sa gouvernance sans que cela se traduise par des pratiques environnementales réelles ou cohérentes (Delmas et Burbano, 2011 ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Walker et Wan, 2012).

L'entreprise présente des standards écologiques positifs, tels les rapports sur la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), la communication institutionnelle (labels, engagements « net

zero »), les relations publiques tout en continuant des pratiques nuisibles ou incohérentes avec ses déclarations (Lyon et Montgomery, 2015).

Delmas et Burbano (2011) distinguent l'écoblanchiment sur le produit qui est axé sur l'image de marque ou un produit et l'écoblanchiment au niveau de l'entreprise qui a trait à la stratégie globale de l'entreprise (vision, reporting, gouvernance, structure, etc.). Les stratégies les plus courantes incluent :

- la mise en avant des réussites écologiques et la dissimulation des échecs;
- l'emploi de terme vague ou flou comme « durable »;
- le décalage entre les engagements stratégiques et les pratiques réelles;
- le recours à des actions symboliques, comme l'organisation de journées vertes sans aucun changement réel au niveau des pratiques, etc.

#### **1.2.1.4. Le greenwashing de performance**

Le greenwashing de performance désigne une pratique trompeuse par laquelle une entreprise présente de façon biaisée ou embellie ses performances environnementales réelles, dans le but de paraître plus écologique qu'elle ne l'est en réalité (Bernini *et al.*, 2024 ; Boiral, 2013 ; Cho *et al.*, 2015 ; Gu *et al.*, 2023 ; Hao *et al.*, 2025 ; Terrachoice, 2007, 2010).

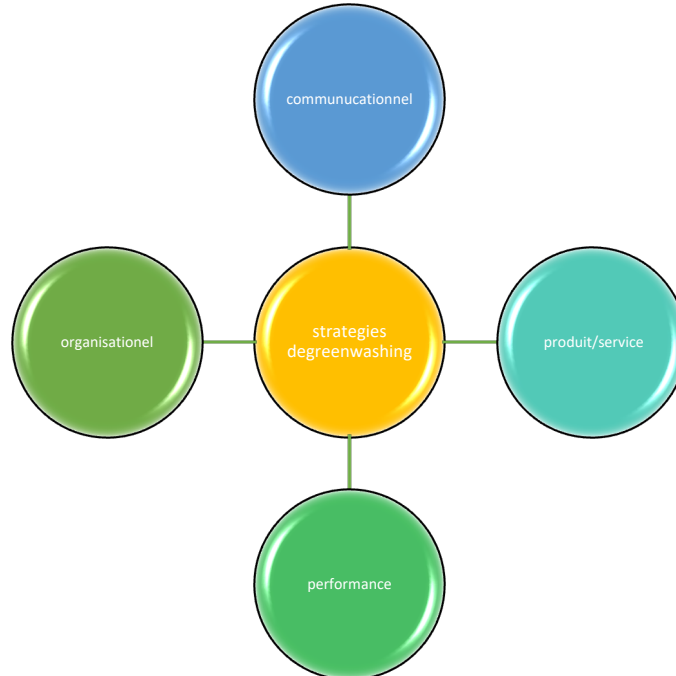
Cette dynamique est clairement explicite chez Boiral (2013), qui remarque que de nombreux rapports de durabilité vulgarisés par les entreprises, mettent en avant les aspects positifs de leurs pratiques environnementales et à passer sous silence les aspects négatifs, manipulant ainsi la perception des parties prenantes en leur offrant, un aperçu partiel et biaisé de la véritable performance environnementale de leurs organisations.

Dans ce même élan, Cho *et al.* (2015) soulignent que les rapports de durabilité servent de façade organisationnelle pour les entreprises, donnant une illusion de conformité et d'engagement pour la durabilité sans pour autant changer leurs pratiques internes. Elles mettent en place ces façades afin de répondre aux pressions externes sans forcément améliorer leurs performances environnementale et sociale.

Les travaux susmentionnés tendent à démontrer que le greenwashing n'est pas le simple fait du hasard, mais plutôt la résultante d'une stratégie (*figure 1.1*) rationnelle de légitimation, institutionnalisée dans les pratiques de reporting ESG.

Toutefois, face à la pluralité des définitions recensées ainsi qu'au manque de consensus dans la littérature, cette étude retient comme cadre de référence, la définition proposée par de Freitas Netto et al. (2020), qui, à ce jour, est non seulement la plus largement reprise dans la recherche, mais elle s'apparente également à la notion de fraude, dans la mesure où elle place l'intention de tromper au cœur du phénomène. Selon ces auteurs, « le greenwashing est l'acte d'induire en erreur les consommateurs concernant les pratiques environnementales d'une organisation (au niveau de la firme) ou les bénéfices environnementaux d'un produit ou service (au niveau du produit/service) ».

*Figure 1.1 les stratégies de greenwashing (proposition de l'auteur)*



Si l'objectif visé par ces différentes stratégies est d'influencer la perception des parties prenantes afin de bénéficier d'avantages réputationnels ou financiers tout en limitant les engagements tangibles, une fois dévoilés ses stratégies produisent des conséquences à double tranchant, dont

la perte de confiance des parties prenantes ainsi que des sanctions réglementaires et économiques (Ballan et Czarnezki, 2024 ; Liu *et al.*, 2023).

### **1.2.2. Les conséquences du greenwashing**

En déformant la réalité des engagements écologiques, le greenwashing, mine les efforts sincères de la transition écologique. Ses conséquences sont néfastes pour les entreprises, les consommateurs et l'environnement lui-même, particulièrement en contexte d'anthropocène où le dépassement des limites planétaires entraîne un scepticisme accru qui compromet les efforts de durabilité (Bernini et La Rosa, 2024 ; Liu *et al.*, 2023 ; Lyon et Maxwell, 2011 ; Maria *et al.*, 2024 ; Pham et Barretta, 2024 ; Steffen *et al.*, 2011).

Comme le soulignent Ballan et Czarnezki (2024) et Ben Mahjoub (2024), les accusations de greenwashing compromettent la crédibilité des politiques ESG et provoquent la perte de confiance des parties prenantes, quant au sérieux des engagements de durabilité. Lorsque les entreprises sont reconnues coupables de pratiques d'écoblanchiment, elles courent le risque de perdre la confiance des parties prenantes, tels les investisseurs, ainsi que de subir une perte de réputation, au-delà de cela, elles font face à des coûts juridiques considérables liés aux litiges (Ballan et Czarnezki, 2024).

Au-delà de la performance financière des entreprises, les travaux de Bernini et La Rosa (2024), Liu *et al.* (2023) et Pham et Barretta (2024) montrent que ses effets se manifestent à plusieurs niveaux. Ceux-ci incluent l'affaiblissement de la confiance des investisseurs à une instabilité de la valeur boursière et la hausse du risque de litiges ESG à l'altération de la confiance des consommateurs en la marque. Cette perte de confiance entraîne également des campagnes de boycotts sous l'égide d'activistes cherchant à sanctionner les entreprises identifiées comme « greenwashers » (Lyon et Maxwell, 2011).

L'analyse des conséquences du greenwashing se présente donc comme une étape essentielle pour mieux cerner la portée ainsi que la gravité de ce phénomène qui se décline en trois dimensions : l'entreprise, les consommateurs et l'environnement.

### 1.2.2.1. Les conséquences du greenwashing pour l'entreprise

Le greenwashing fragilise les entreprises sur les plans économique, juridique, réputationnel et organisationnel. Lorsque les pratiques d'écoblanchiment sont mises en évidence, les investisseurs réagissent négativement à la différence entre les discours de durabilité et les actions réelles des entreprises, ce qui influence fortement leur valeur boursière (Ballan et Czarnezki, 2024 ; Du, 2015 ; Lyon et Montgomery, 2015).

Cho *et al.* (2015) mentionnent une hypocrisie organisée qui fragilise la légitimité des entreprises au niveau des parties prenantes, tandis que la divergence entre les discours et les faits au niveau éthique (Bernini et La Rosa, 2024) conduit à une augmentation des litiges et ruine à leur réputation.

*Conséquences économiques et financières* : Au-delà de l'aspect communicationnel, les conséquences du greenwashing se révèlent aussi d'ordre économiques et financières. Lorsque les pratiques de greenwashing sont dévoilées, cela crée un effet boomerang sur la réputation des entreprises. Cette perte réputationnelle entraîne immédiatement une sanction des marchés boursiers, qui provoque une chute du cours des actions et une hausse perçue du risque d'entreprise (Du, 2015 ; Lyon et Montgomery, 2015). Les recherches de Bernini et La Rosa (2024) et Liu *et al.* (2023) confirment et approfondissent ce constat en reliant le greenwashing à la perte de la valeur économique et sociale de l'entreprise et à la hausse du coût du capital en raison de l'asymétrie de l'information accrue. Les études s'accordent à démontrer que le greenwashing représente un risque économique systémique qui fragilise la rentabilité et la continuité des entreprises.

*Conséquences juridiques et réglementaires* : les recherches récentes tendent à démontrer que le greenwashing influence fortement le cadre juridique et réglementaire qui encadre la responsabilisation des entreprises. L'augmentation des sanctions réglementaires démontre la volonté de judiciaireiser le reporting durable, où la divulgation d'informations trompeuses sur les pratiques environnementales devient un motif de litiges ESG, exposant les entreprises à des enquêtes et, si elles sont condamnées, à des amendes et à des sanctions administratives (Ballan et Czarnezki, 2024 ; Ben Mahjoub, 2024). Bernini et La Rosa (2024) et Du (2015) mettent en évidence le fait que ces pratiques constituent une violation des normes de transparence imposées

par la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) et des IFRS S1 et S2 qui exposent les entreprises au retrait de leur certification et à leur exclusion des marchés de durabilité.

Enfin, comme mentionné dans la loi sur la concurrence, le greenwashing relève du droit de la consommation, qui le qualifie de pratique de communication trompeuse passible de poursuites destinées à protéger les consommateurs, et dissuader les entreprises de pratiques trompeuses (Walker et Wan, 2012).

*Conséquences réputationnelles et organisationnelles* : le greenwashing compromet la réputation et la stabilité organisationnelle des entreprises. Sur le plan réputationnel, il altère la confiance et la crédibilité au niveau des parties prenantes. Il génère des écarts éthiques entre les discours et les actions réelles des entreprises, fragilisant ainsi leur légitimité morale et leur capital réputationnel (Bernini et La Rosa, 2024 ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Torelli et al., 2020 ; Walker et Wan, 2012). De surcroît, avec l'avènement du numérique, les incohérences sont facilement perceptibles, ce qui conduit à des crises réputationnelles et des litiges ESG (Ballan et Czarnezki, 2024).

Sur le plan organisationnel, les incohérences notoires entre les engagements environnementaux et les pratiques réelles entraînent un désalignement ainsi qu'une perte d'avantage concurrentiel d'une part, et, d'autre part, elle suscite un scepticisme interne marqué par la perte de confiance chez les employés (Kaplan et al., 2023).

Le greenwashing accroît aussi les risques juridiques et les coûts de conformité, qui fragilisent la gouvernance et la continuité des entreprises (Li et al., 2024), impactant négativement leur réputation.

#### **1.2.2.2. Les conséquences du greenwashing pour les consommateurs**

L'une des conséquences les plus directes des pratiques d'écoblanchiment est la perte de confiance des consommateurs, qui, trompés par les divulgations mensongères des entreprises, développent une méfiance et un scepticisme envers ces dernières (Delmas et Burbano, 2011). Cette désillusion produit un désintérêt chez les consommateurs qui se manifestent par une baisse de l'intention d'achat, compromettant ainsi la promotion de comportements de consommation durables (Chen et Chang, 2013 ; Leonidou et Skarmeas, 2017).

*Perte de confiance et scepticisme accru* : le greenwashing accroît la méfiance envers la communication environnementale. Selon Delmas et Burbano (2011), Leonidou et Skarmeas (2017) et Liu et al. (2023), la prolifération de fausses informations écologiques ou d'informations trompeuses, pousse les consommateurs à développer un scepticisme vert, qui les conduit à exprimer un doute quant aux avantages réels des produits taxés de « verts ». Ce scepticisme engendre une quête approfondie d'informations, une communication négative et une baisse de l'intention d'achat. Dans cette lancée, Pham et Barretta (2024) soulignent que les messages publicitaires vagues ou flous renforcent la méfiance envers le produit ou service, surtout chez les personnes avec une forte conscience environnementale.

Ce scepticisme est d'autant plus accru à l'ère de l'anthropocène, où les limites planétaires sont dépassées, que les parties prenantes exigent de la communication environnementale une transparence réelle qui s'appuie sur une démarche cohérente et produit des données vérifiables plutôt qu'une communication illusoire dans le but de verdir son image sans réelle transformation (Ergene et al., 2018 ; Heikkurinen et al., 2021 ; Rockström et al., 2009 ; Steffen et al., 2011).

Enfin, pour Walker et Wan (2012), les différences entre les discours écologiques et les pratiques réelles des entreprises qu'ils traduisent de « green talk vs green walk » détruisent la crédibilité perçue et conduisent les consommateurs à reconnaître les entreprises comme opportunistes et pas dignes de confiance.

*Confusion cognitive et perte de crédibilité perçue* : les pratiques d'écoblanchiment finissent par développer chez les consommateurs une confusion cognitive. En effet, à force de les bombarder d'informations ambiguës ou floues, les consommateurs ne parviennent plus à distinguer les entreprises réellement écoresponsables de celles qui se disent « greenwasher » (celles qui font de l'écoblanchiment). Cela entraîne une méfiance généralisée (Chen et Chang, 2013). Pour Leonidou et Skarmeas (2017), cette confusion alimente un scepticisme vert : le consommateur attribue aux entreprises des intentions opportunistes, réduit ses intentions d'achat et diffuse un bouche-à-oreille négatif.

Dans cette perspective, Torelli et al. (2020) et Walker et Wan (2012) soulignent que l'une des conséquences de cette méfiance est la perte de crédibilité, car, jugées hypocrites, les entreprises voient leur légitimité environnementale et leur réputation s'effondrer. Ainsi, par ses pratiques

fallacieuses, le greenwashing provoque une confusion et un scepticisme qui minent la confiance des consommateurs envers de soi-disant produits ou services « verts ».

**Cynisme et désengagement moral :** le fait pour les entreprises de recourir à des stratégies pour manipuler ou masquer leurs informations environnementales afin d'influencer la perception des parties prenantes finit par éroder la confiance de ces dernières, entraînant la rupture du lien de crédibilité perçue entre les entreprises et les consommateurs (Lyon et Maxwell, 2011). Bien évidemment, cette perte de confiance développe un cynisme moral chez les consommateurs qui expriment leur doute et leur désillusion en face des discours de durabilité (Leonidou et Skarmeas, 2017 ; Pham et Barretta, 2024). Ainsi, face à trop de contradictions entre les discours écologiques et les pratiques réelles des entreprises, les consommateurs adoptent une posture défensive et prennent de la distance. Ce cynisme entraîne un désengagement moral de l'individu qui justifie son inaction en minimisant l'utilité de ses efforts (Leonidou et Skarmeas, 2017 ; Pham et Barretta, 2024). Ce désengagement est dû à une rupture du contrat moral qui lie l'entreprise à la société, ce qui affaiblit le sens collectif de la responsabilité environnementale (Cherry et Sneirson, 2010).

**Érosion de la confiance collective :** l'asymétrie d'information induit par les pratiques d'écoblanchiment conduit à une perte de confiance du public et remet en cause la crédibilité du discours environnemental (Lyon et Maxwell, 2011). Amplifiée par l'incertitude réglementaire évoquée par Delmas et Burbano (2011), cette opacité développe une méfiance collective et fragilise la perception d'authenticité des engagements écologiques. Les incohérences entre discours et pratiques réelles conduisent à une érosion de la confiance sociale qui finit par se diffuser à l'échelle du marché.

Pour Leonidou et Skarmeas (2017), cette défiance transforme la prudence individuelle en phénomène collectif qui, comme le soulignent Cherry et Sneirson (2010), compromet la légitimité sociale des entreprises et l'adhésion de la société à leurs initiatives environnementales.

### **1.2.2.3. Les conséquences du greenwashing pour l'environnement et la société**

S'il est défini comme une stratégie communicationnelle trompeuse, le greenwashing va bien au-delà et se présente comme une menace systémique pour la durabilité et la confiance sociale. Effectivement, grâce à leurs méthodes d'écoblanchiment, qui reposent sur des affirmations promotionnelles trompeuses alors que leurs performances réelles sont médiocres, les entreprises

propagent une image trompeuse de durabilité. Non seulement cela détourne les richesses, mais cela entrave aussi la transition écologique, en allant au-delà des limites planétaires. Cette situation entraîne des conséquences considérables, tant sur l'environnement que sur la société, qui menacent la durabilité réelle et érodent la confiance collective (Ballan et Czarnezki, 2024 ; de Freitas Netto et al., 2020 ; Delmas et Burbano, 2011 ; Kaplan et al., 2023 ; Maria et al., 2024).

*Les conséquences directes sur l'environnement* : les pratiques d'écoblanchiment ont des effets directs sur l'environnement qu'elles impactent négativement, car elles projettent une image trompeuse des efforts réels des entreprises. Les entreprises profitent du manque de contrôle pour se présenter comme écologiques sans réel changement dans leurs pratiques (Delmas et Burbano, 2011), tout cela dans le but de se présenter comme des entreprises durables, qui agissent pour la planète alors qu'en réalité, leurs activités continuent d'avoir des impacts polluants.

De Freitas Netto et al. (2020) expliquent que les entreprises véhiculent de fausses informations ou exagérées quant à leurs activités « vertes ». Ces fausses divulgations prêtent à confusion et empêchent les parties prenantes de différencier les entreprises réellement engagées de celles qui ont recours au greenwashing. Cela rend aussi plus difficile l'application de politiques environnementales efficaces. Aussi, le Greenwashing fausse les informations sur lesquelles consommateurs, investisseurs, régulateurs et citoyens s'appuient pour orienter leurs choix dans un contexte d'urgence climatique et de dépassement des limites planétaires. En produisant un récit de durabilité qui masque la poursuite de logiques d'accumulation carbone-intensive, il contribue à ce que Wright et al. (2018) décrivent comme une corruption des réponses corporatives au changement climatique, où le langage de la responsabilité environnementale est mobilisé pour stabiliser le « business as usual ».

Dans l'anthropocène, le greenwashing se présente comme un frein à la responsabilité organisationnelle et au respect des limites planétaires. Les pratiques d'écoblanchiment retardent les changements réels pour la biosphère, ce qui discrédite la gouvernance ESG (Banerjee et Arjaliès, 2021 ; Bebbington et al., 2019 ; Delmas et Burbano, 2011 ; Rockström et al., 2009 ; Whiteman et al., 2013).

D'un autre côté, Bernini et al. (2024) se réfèrent au scandale « dieselgate » de Volkswagen, où les données ont été falsifiées quant à l'émission réelle de CO<sub>2</sub>, pour démontrer que les entreprises vont jusqu'à manipuler leurs rapports environnementaux afin de dissimuler les impacts négatifs réels de leurs activités sur l'environnement. Ce qui fait perdre toute crédibilité aux engagements écologiques affichés et à des conséquences directes sur l'environnement et les écosystèmes planétaires (Banerjee et Arjaliès, 2021 ; Rockström et al., 2009), puisque les individus se retrouvent à avoir des pratiques ayant des impacts environnementaux bien plus importants que ce qu'ils pensent.

*Les conséquences indirectes sur la société* : le greenwashing constitue aujourd'hui un phénomène aux implications sociales et institutionnelles majeures, qui dépasse largement le simple cadre de la communication organisationnelle, et impacte indirectement la société.

La fluctuation des divulgations mensongères accroît le niveau du scepticisme collectif (Leonidou et Skarmeas, 2017 ; Liu et al., 2023), qui dépasse la simple relation entreprise et consommateur et touche les institutions publiques, la société civile, notamment les médias, les cadres normatifs, tout comme les standards ESG.

Ainsi, la perte de confiance et la faiblesse de crédibilité de l'information environnementale dues aux pratiques continues de greenwashing, agissent comme un frein à la mobilisation citoyenne et compromettent dans la même lancée l'efficacité des politiques de transition écologique. Cette perte de confiance génère également des effets négatifs sur le plan institutionnel, car, en l'absence de contrôles et d'audits rigoureux, la frontière entre engagement réel et stratégies trompeuses de divulgation devient floue, fragilisant la légitimité des acteurs publics (Delmas et Burbano, 2011 ; Kaplan et al., 2023).

Aussi Bernini et La Rosa (2024), Boiral (2013), Cho et al. (2015), de Freitas Netto et al. (2020), Liu et al. (2023) et Lyon et Montgomery (2015) mettent l'accent sur le fait que le greenwashing est une hypocrisie organisée pour détourner l'attention des véritables enjeux sociaux et environnementaux, tels que la pollution, la dégradation des ressources et les inégalités écologiques. En projetant l'image d'un progrès fictif, il retarde les changements nécessaires pour une durabilité réelle.

En somme, le greenwashing agit comme un frein sociétal majeur qui érode la confiance du public, déstabilise les repères collectifs, compromet les politiques de transition écologique, qui vise à bâtir une société durable dont le socle de base repose sur la transparence et la justice environnementale.

Face à l'ampleur de ses répercussions, il devient essentiel de pousser la réflexion sur des mécanismes de dissuasion à mettre en place afin de limiter le greenwashing.

### **1.2.3. Les mécanismes de dissuasion contre le greenwashing**

Face à la multiplication des pratiques d'écoblanchiment qui entraînent une fragilité de la crédibilité des engagements écologique, la question n'est plus seulement de repérer le greenwashing, mais de comprendre comment le décourager. Plusieurs études, Kaplan *et al.* (2023), Li, Zhang et Gao (2024), Lyon et Montgomery, (2015) soulignent que la lutte contre ces pratiques repose notamment sur la crainte de sanctions légales et réglementaires, des audits, des contrôles des rapports ESG, les pressions réputationnelles, mais aussi et surtout les avancées technologiques, telles l'intelligence artificielle se dresse comme des garde-fous qui renforcent l'effet dissuasif en rendant les mensonges plus difficiles à dissimuler.

#### **1.2.3.1. Mécanismes de dissuasion par les sanctions juridiques et réglementaires**

La dissuasion du greenwashing passe aujourd'hui par un encadrement juridique et réglementaire de plus en plus affirmé. Les nouvelles règles de reporting durable, comme la directive européenne CSRD ou la taxonomie verte, imposent désormais aux entreprises de communiquer de façon claire et vérifiable sur leurs performances environnementales (Ben Mahjoub, 2024). Ces exigences légales limitent les zones d'ombre et rendent plus difficile la manipulation des informations.

Ainsi, dès que la loi devient contraignante et appliquée avec rigueur, les entreprises sont naturellement moins tentées de recourir au greenwashing (Delmas et Burbano, 2011), car les cadres volontaires, sans véritable force juridique, restent trop faibles pour garantir une transparence réelle (Boiral, 2013). Les sanctions juridiques et le risque de procès représentent une menace concrète, d'autant plus qu'une entreprise qui pratique de l'écoblanchiment s'expose à des pertes financières, mais surtout à une atteinte durable à sa réputation.

Dans leurs travaux Ballan et Czarnezki (2024) rappellent que, dans le cadre de la protection des consommateurs ainsi que des actions pour publicités trompeuses, le droit érige désormais le greenwashing en un risque judiciaire concret. Cette réalité est mise en évidence par l'augmentation des procédures judiciaires concernant le greenwashing, en particulier aux États-Unis et en Europe, y compris en France, l'un des rares pays à avoir pénalisé les pratiques d'écoblanchiment. La loi climat et résilience de 2021 prévoit des amendes pouvant atteindre 80 % des coûts engagés pour la publicité mensongère<sup>8</sup>. Ce phénomène montre que les entreprises ne sont plus seulement jugées sur leurs résultats financiers, mais aussi sur la sincérité de leurs engagements ESG.

Les directives européennes récentes vont également dans ce sens en interdisant les allégations environnementales vagues ou non prouvées. Au Canada, la Loi sur la concurrence (L.R.C., 1985), par exemple, rend illégal le fait de tromper les consommateurs sur les caractéristiques écologiques d'un produit. La dissuasion juridique repose donc sur la peur du risque : plus les règles sont claires et appliquées, moins les entreprises osent s'aventurer dans le greenwashing. Ainsi, la loi s'impose comme un véritable garde-fou environnemental.

### **1.2.3.2. Mécanismes de dissuasion par l'audit et les vérifications indépendantes**

De nombreuses recherches reconnaissent que l'audit et la vérification indépendante consistent en des mécanismes efficaces qui dissuadent les entreprises à présenter des informations trompeuses quant à leurs pratiques environnementales.

Pour Gu *et al.* (2023) et Kaplan *et al.* (2023), lorsque les données de durabilité sont soumises à un contrôle, les entreprises ont plus tendance à produire des informations plus sincères, ce qui permet de réduire l'asymétrie d'information avec les parties prenantes.

De surcroît, comme le mentionne Gu *et al.* (2023), avec l'introduction du concept d'audit 4.0 qui a recours aux outils technologiques, comme l'intelligence artificielle, la télédétection par satellite ou les capteurs de données carbone qui permettent de corroborer facilement la véracité de l'information fournie, les pratiques de greenwashing sont de plus en plus réduites. L'IA permet

---

<sup>8</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000043956924>

également d'analyser le langage utilisé dans les rapports ESG pour repérer des signes de greenwashing (Li, Zhang et Gao, 2024).

Lyon et Maxwell (2011) ainsi que Kurpierz et Smith (2020) mettent en avant l'effet psychologique et réputationnel de l'audit sur les entreprises en précisant que la simple menace d'un audit suffit souvent à dissuader les entreprises d'exagérer ou d'omettre leurs données environnementales. En effet, la peur d'être démasquée ou de voir sa crédibilité entachée pousse les entreprises à se conformer davantage aux standards, à être plus transparentes (Li *et al.*, 2024).

Ainsi, plus la vérification est indépendante et rigoureuse, plus elle agit comme un mécanisme de dissuasion, transformant l'audit en véritable outil de prévention du greenwashing. La qualité de l'audit réduit donc l'opportunité de fraude, en augmentant la probabilité de détection (Tarjo *et al.*, 2024).

L'audit agit donc comme une forme de pression morale et économique qui augmente le risque de se faire prendre, tout en renforçant la crédibilité de ceux qui respectent les règles.

### **1.2.3.3. Mécanismes de dissuasion économique, réputationnelle et concurrentielle**

Au-delà des dispositifs juridiques et des vérifications externes, la dissuasion du greenwashing s'appuie aussi sur les mécanismes économiques, réputationnels et concurrentiels qui impactent directement le comportement des entreprises qui, par crainte de perdre leurs avantages économiques, de voir leur réputation ruinée ou de se faire distancer par des concurrents plus crédibles, limitent le recours aux pratiques trompeuses.

Sur le plan économique, les entreprises savent que faire de l'écoblanchiment peut leur coûter très cher. Le risque encouru ici est notamment la perte d'investissements, car les marchés ne leur accordent plus leur confiance, la baisse de leur valeur boursière, le retrait de leurs labels durables (Feghali *et al.*, 2025 ; Maria *et al.*, 2024). La menace d'un audit ou d'une sanction pousse les entreprises à modérer les discours environnementaux, car le risque de détection renchérit le coût du mensonge (Lyon et Maxwell, 2011). Dans la même logique, Li *et al.* (2024) démontrent que de bonnes performances ESG inhibent le risque de fraude en renforçant la transparence et la réputation financières.

Sur le plan réputationnel, la plus grande crainte des entreprises est la perte de confiance du public et des parties prenantes, car l'écart entre les promesses et les pratiques, une fois révélé, provoque une dégradation durable de l'image et de la légitimité (Delmas et Burbano, 2011). Cette peur d'un « effet boomerang » médiatique ou sociétal oblige les entreprises à être plus cohérentes dans leur communication environnementale ainsi que sur leur performance réelle en matière de durabilité (Cho et al., 2015 ; de Freitas Netto et al., 2020).

Sur le plan concurrentiel, Bernini et La Rosa (2024) et Leonidou et Skarmeas (2017) montrent que la transparence dans la communication environnementale est un avantage compétitif qui dissuade les concurrents des pratiques trompeuses. Plus l'entreprise est transparente, plus elle améliore son capital réputationnel, tandis que celles qui pratiquent l'écoblanchiment perdent toute crédibilité. La concurrence agit donc comme un mécanisme d'autorégulation du marché, poussant les firmes à privilégier la crédibilité plutôt que la façade.

En résumé, le socle de cette forme de dissuasion repose sur un principe : le mensonge coûte toujours plus cher que la vérité.

#### **1.2.3.4. Mécanismes de dissuasion institutionnelle et normative**

Les mécanismes de dissuasion institutionnelle et normative du greenwashing s'appuient sur un double socle légal et moral.

Sur le plan institutionnel, la mise en place de règles et procédures claires et précises ainsi que d'un système d'évaluation dissuade les entreprises de pratiques d'écoblanchiment. Yu *et al.* (2020) montrent que la présence d'investisseurs institutionnels et d'administrateurs indépendants joue un rôle clé du fait qu'ils exercent une pression constante sur les entreprises en exigeant la mise à disposition d'informations fiables et vérifiables.

Lorsque la régulation reste floue ou peu appliquée, le phénomène de greenwashing prend de l'ampleur, il faut des prescriptions légales, des audits crédibles et des normes de transparence, comme celles des rapports ESG ou de la directive CSRD (Bernini et La Rosa, 2024 ; Delmas et Burbano, 2011). Mukherjee et Ghosh (2025) confirment aussi que les politiques publiques, les contrôles et les amendes constituent des outils de dissuasion efficaces, même si des sanctions trop sévères peuvent parfois décourager les efforts sincères.

D'autres, comme Liu *et al.* (2023) mettent l'accent sur le rôle des médias et des réseaux sociaux dans la dissuasion en mettant en avant le fait que plus l'entreprise est exposée au regard public, plus il devient risqué pour elle de mentir sur ses performances environnementales.

Sur le plan normatif, la dissuasion relève des valeurs, des habitudes et de la pression sociale. Les entreprises cherchent avant tout à conserver leur légitimité sociale et être perçu comme « greenwasher » nuit considérablement à leur image. Or, une réputation ternie ne se reconstruit presque pas (Bernini et La Rosa, 2024 ; Delmas et Burbano, 2011 ; Persakis *et al.*, 2025), ce qui devient une forme de punition morale.

Kaplan *et al.* (2023) soulignent aussi que les audits extrafinanciers servent à instaurer une culture de responsabilité partagée, car plus la société connaît le greenwashing, plus elle devient exigeante et tolère moins l'hypocrisie (de Freitas Netto *et al.*, 2020).

Ainsi, la dissuasion repose autant sur les lois et la conscience collective, car, quand les règles et les valeurs avancent ensemble, elles agissent comme une barrière structurelle qui cadre la communication environnementale et contribue à rendre la manipulation plus visible, donc moins tentante.

#### **1.2.3.5. Mécanismes de dissuasion technologique**

Les avancées technologiques ont ouvert une nouvelle ère dans la détection du greenwashing. Les approches fondées sur l'intelligence artificielle et l'apprentissage machine permettent de détecter automatiquement les incohérences entre les rapports ESG et les performances réelles, ce qui renforce la crédibilité des informations environnementales et oblige les entreprises à être plus responsables et transparentes (Del Vitto *et al.*, 2023 ; Dempere *et al.*, 2024). Mukherjee et Ghosh (2025) avancent le recours à l'IA comme un outil numérique de surveillance et de dissuasion pour limiter les comportements opportunistes liés à la concurrence environnementale.

Li, Zhang et Gao (2024) suivent cette logique en montrant que l'IA est désormais capable d'analyser les rapports ESG pour y repérer des signaux de manipulation, des incohérences ou des formules typiquement trompeuses. Malgré cela Del Vitto *et al.* (2023) et Dempere *et al.* (2024) mentionnent que la traçabilité des notations ESG elle-même doit être explicable et contrôlable, afin d'éviter que la technologie ne reproduise pas les biais humains.

Gu *et al.* (2023) expliquent que les technologies de l'audit numérique, notamment l'imagerie satellitaire, la collecte et l'analyse automatisée de données carbone pour corroborer la fiabilité des rapports ESG, rendent les déclarations environnementales plus traçables, ce qui renforce la transparence et réduit les risques de greenwashing. Cette transparence technologique agit comme une dissuasion à la source, car il devient difficile d'affirmer quelque chose qui peut être vérifié en temps réel (Li, Zhang et Gao, 2024).

En d'autres termes, la technologie ne se limite plus à détecter le greenwashing elle va au-delà en se présentant comme un moyen de prévention, rendant le mensonge presque impossible à dissimuler.

#### **1.2.3.6. Mécanismes de dissuasion éthique et organisationnelle**

Au-delà des différents mécanismes susmentionnés, de nombreuses études, Boiral (2013), Leonidou et Skarmeas (2017) et Torelli et al. (2020) montrent que la dissuasion du greenwashing passe par une culture organisationnelle solide qui allie une supervision des régulateurs, des auditeurs et agences de notation pour une meilleure crédibilité des informations de durabilité. Selon Torelli et al. (2020), les dispositifs de gouvernance et de contrôle externe jouent un rôle clé dans la limitation du greenwashing en prônant notamment l'instauration d'une culture éthique et cohérente qui renforce la crédibilité des rapports ESG, car les parties prenantes sanctionnent toutes incohérences entre le discours et la réalité. Boiral (2013) montre l'écart éthique et organisationnel entre les discours et les pratiques réelles de durabilité et plaide pour une contre-comptabilité qui permet de garantir la transparence et la sincérité des informations environnementales, puisque la communication environnementale doit reposer sur une culture interne d'intégrité plutôt que d'entretenir un simulacre de durabilité.

Kurpierz et Smith (2020) proposent d'adapter les outils de dissuasion de la fraude, notamment la promotion d'une culture éthique forte intégrée aux valeurs organisationnelles (contrôle interne, formation du personnel, responsabilisations des dirigeants, etc.) pour dissuader des comportements d'écoblanchiment. Ce qui s'arrime aux préoccupations de Cho et al. (2015), qui présentent le greenwashing comme une réponse institutionnelle stratégique des entreprises, où les rapports de durabilité sont manipulés afin de servir de façade symbolique servant à maintenir une légitimité organisationnelle dans un environnement contradictoire.

La dissuasion éthique et organisationnelle du greenwashing repose donc sur une culture d'entreprise solide ainsi que d'une conscience morale, car on ne peut pas prévenir le greenwashing uniquement par la peur de sanctions.

Malgré ces mécanismes mis en place pour dissuader les comportements d'écoblanchiment, le phénomène persiste sous des formes plus discrètes et souvent intentionnelles. Ce qui démontre qu'il ne s'agit pas seulement d'une simple erreur de communication, mais qu'il découle plus d'une stratégie proche de la fraude. Kurpierz et Smith (2020) et Li et al. (2024) soulignent que les deux phénomènes reposent sur les mêmes facteurs : pression, opportunité et rationalisation. Tarjo et al. (2024) dans le même sens, ajoutent que la fraude ESG découle d'un système où l'information environnementale est utilisée pour maintenir une image positive.

Partant de ce constat, la suite de ce travail s'intéresse à la fraude, et plus précisément à la fraude ESG, qui découle des manipulations liées aux informations environnementales, sociales et de gouvernance. L'objectif ici est de mieux comprendre cette notion et de montrer ses liens étroits avec le greenwashing, souvent perçu comme l'une de ses formes concrètes.

### **1.3. La fraude à l'ère de la durabilité : fondements, typologies et essor de la fraude ESG**

Les chapitres précédents mettent en exergue les conséquences qui découlent de l'ampleur que prend la durabilité dans la vie des entreprises. Celles-ci pour faire face aux pressions externes finissent par avoir recours à des pratiques d'écoblanchiment pour conserver une légitimité institutionnelle, ce qui a un impact négatif sur elles tant sur le plan organisationnel que dans leurs relations avec les parties prenantes.

Ces pratiques ne sont pas sans rappeler celle de la fraude ESG (Tarjo et al., 2024), une forme de tromperie intentionnelle au niveau de la performance environnementale, sociale ou de gouvernance pour l'obtention d'un avantage indu relatif aux activités de durabilité.

L'objectif ici est de mieux comprendre ce type de fraude, ses différentes formes et ses liens avec le greenwashing.

### 1.3.1. Les fondements de la fraude ESG

Dans son livre "Principles of fraud examination", Wells (2014) définit la fraude comme un acte de tromperie intentionnelle qui consiste notamment en la présentation de fausses informations, la dissimulation d'informations importantes ou la divulgation inappropriée de programmes et de mesures dans le but de tromper les parties prenantes sur la véritable situation de l'entreprise afin d'obtenir un avantage illégal. Les auteurs affirment que, pour pouvoir parler de fraude, il faut :

1. Une fausse déclaration importante
2. La connaissance que la déclaration était fausse au moment où elle a été prononcée
3. La confiance de la victime dans la fausse déclaration
4. Les dommages résultant de la confiance de la victime dans la fausse déclaration

D'après Wells (2014), trois éléments principaux conduisent à la réalisation d'un acte frauduleux. Ces trois éléments forment le triangle de la fraude (*figure 1.2*) issue de la théorie de la fraude de Donald Cressey.

Toutefois, d'autres études intègrent deux autres dimensions de la fraude, le "diamond fraud" et le "pentagone fraud" pour expliquer pourquoi la plupart des fraudes majeures impliquent toujours des individus présentés comme compétents et disposant d'un certain pouvoir (Abdullahi et Mansor, 2015 ; Dorminey et al., 2012 ; Vousinas, 2019). Le diamond fraud (Abdullahi et Mansor, 2015 ; Dorminey et al., 2012 ) qui introduit le facteur capacité et le pentagone fraud (Vousinas, 2019) qui fait suite au diamond fraud et implique, en plus de la capacité, le facteur arrogance ou ego qui s'imbrique aux trois autres et complète le triangle classique pour donner le modèle SCORE (Abdullahi et Mansor, 2015 ; Dorminey et al., 2012 ; Vousinas, 2019).

*La pression (ou motivation)* : Il s'agit des motivations internes ou externes qui poussent une personne à envisager la fraude comme des difficultés financières ou des pressions professionnelles. D'un autre côté, l'ego, la concurrence ou les attentes irréalistes des marchés sont également mentionnés comme facteurs de pression (Abdullahi et Mansor, 2015 ; Dorminey et al., 2012 ; Soltani, 2014 ; Vousinas, 2019).

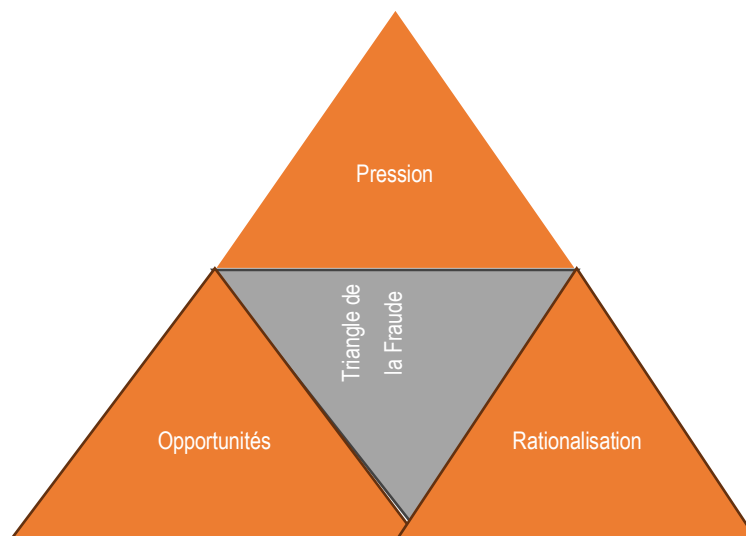
*L'opportunité* : C'est la manière dont une personne examine la possibilité de commettre une fraude sans se faire attraper. C'est le cas lorsque les contrôles internes sont faibles ou quand les

tâches ne sont pas clairement définies ou qu'il y a une concentration de pouvoir ainsi que la collusion (Dorminey *et al.*, 2012 ; Skousen *et al.*, 2009 ; Soltani, 2014).

*La rationalisation* : C'est le processus psychologique par lequel une personne justifie sa fraude pour atténuer la dissonance morale. Par exemple, quelqu'un pourrait se dire qu'il "emprunte temporairement", ou qu'il "mérite" cet argent en raison de mauvais traitements perçus au travail, le tout ici est d'avoir une projection positive de la fraude (Dorminey *et al.*, 2012 ; Soltani, 2014 ; Vousinas, 2019). Contrairement aux deux précédentes dimensions, la rationalisation peut être difficile à mesurer empiriquement (Skousen *et al.*, 2009).

Wells (2014) classifie la fraude en trois types, à savoir : les détournements d'actifs, la corruption et la fraude aux états financiers.

*Figure 1.2 le triangle de la fraude* - à partir du modèle de Donal



Partant de là, Tarjo *et al.* (2024) mentionnent que la fraude ESG correspond à des pratiques frauduleuses dans la mise en œuvre des facteurs ESG, et qu'elle repose sur les mêmes facteurs psychologiques et organisationnels que la fraude traditionnelle (*figure 1.3*). Selon l'ACFE et Grand Thornton, il existe deux types d'auteurs de fraude ESG, à savoir les fraudeurs issus de parties internes et externes.

La fraude ESG interne est commise par les gestionnaires et les employés. Habituellement, la fraude ESG consiste à rapporter des informations ESG fausses ou trompeuses en omettant des

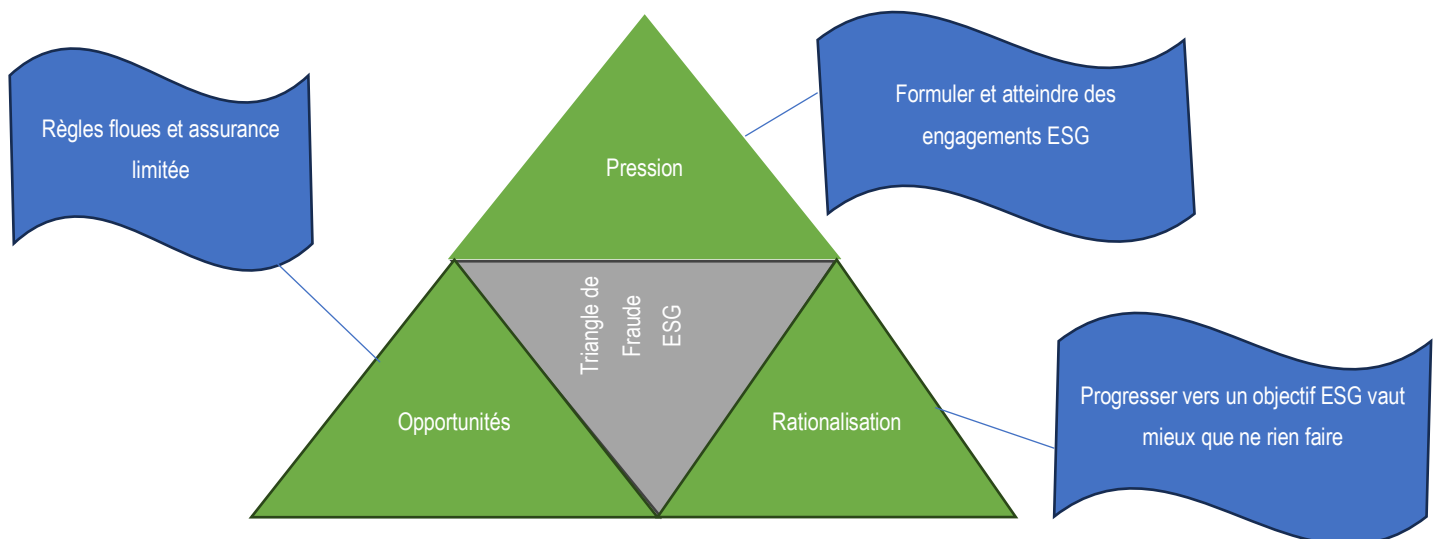
faits ESG matériels ou en procédant à une divulgation inappropriée d’initiatives, de programmes et d’indicateurs ESG. La fraude ESG interne peut également impliquer des actes de corruption.

Pendant ce temps, la fraude ESG externe est commise par des fournisseurs dans la chaîne d’approvisionnement de l’organisation, des entrepreneurs, des clients ou d’autres tiers. Les actes de fraude ESG externe prennent la forme d’actions délibérées visant à tromper une organisation en omettant des faits matériels ou en divulguant des informations fausses ou trompeuses liées au programme ESG.

À partir de ce qui précède, on peut résumer la fraude ESG comme le recours à des stratagèmes frauduleux consistant à présenter de fausses informations, à dissimuler des informations importantes en omettant des faits ESG pertinents ou à divulguer de façon inappropriée des programmes et mesures ESG, dans le but de tromper les parties prenantes sur la véritable situation de l’entreprise.

La fraude ESG est un domaine émergent de la fraude financière qui trouve ses racines dans la montée en puissance du reporting extrafinancier et dans l’écart observé entre la transparence déclarée et performance réelle des entreprises (Boiral, 2013 ; Tarjo *et al.*, 2024). Ce phénomène s’inscrit dans un vide normatif où les rapports de durabilité ne font l’objet que d’une assurance limitée, insuffisante pour prévenir les manipulations (Kaplan *et al.*, 2023).

Figure 1.3 Triangle de la fraude ESG - à partir du modèle de Tarjo et al., (2024)



### 1.3.2. Les différents types de fraude ESG

L'ACFE, en collaboration avec le cabinet Grant Thornton, identifie quatre stratagèmes de fraude liés aux facteurs ESG, dont la corruption, le détournement d'actifs, la fraude aux états financiers et la fraude aux rapports non financiers (*voir figure 1.4*)<sup>9</sup>

De leur côté, Tarjo et al. (2024) s'appuient sur le triangle de la fraude pour expliquer comment les entreprises finissent par commettre de la fraude ESG sans pourtant proposer une classification exhaustive. En plus de la typologie classique de la fraude, leur étude se concentre notamment sur fraude non financière qui s'exerce au niveau des rapports ESG.

Bien que les cas de détournements d'actifs et de corruption soient plus élevés, avec respectivement 86,7 % et 33,4 % contre 7,6 % pour la fraude aux états financiers, la perte médiane de cette dernière s'élève à 1 000 000 \$ US contre respectivement 120 000 \$ et 250 000 \$ pour les deux premières (Wells, 2014).

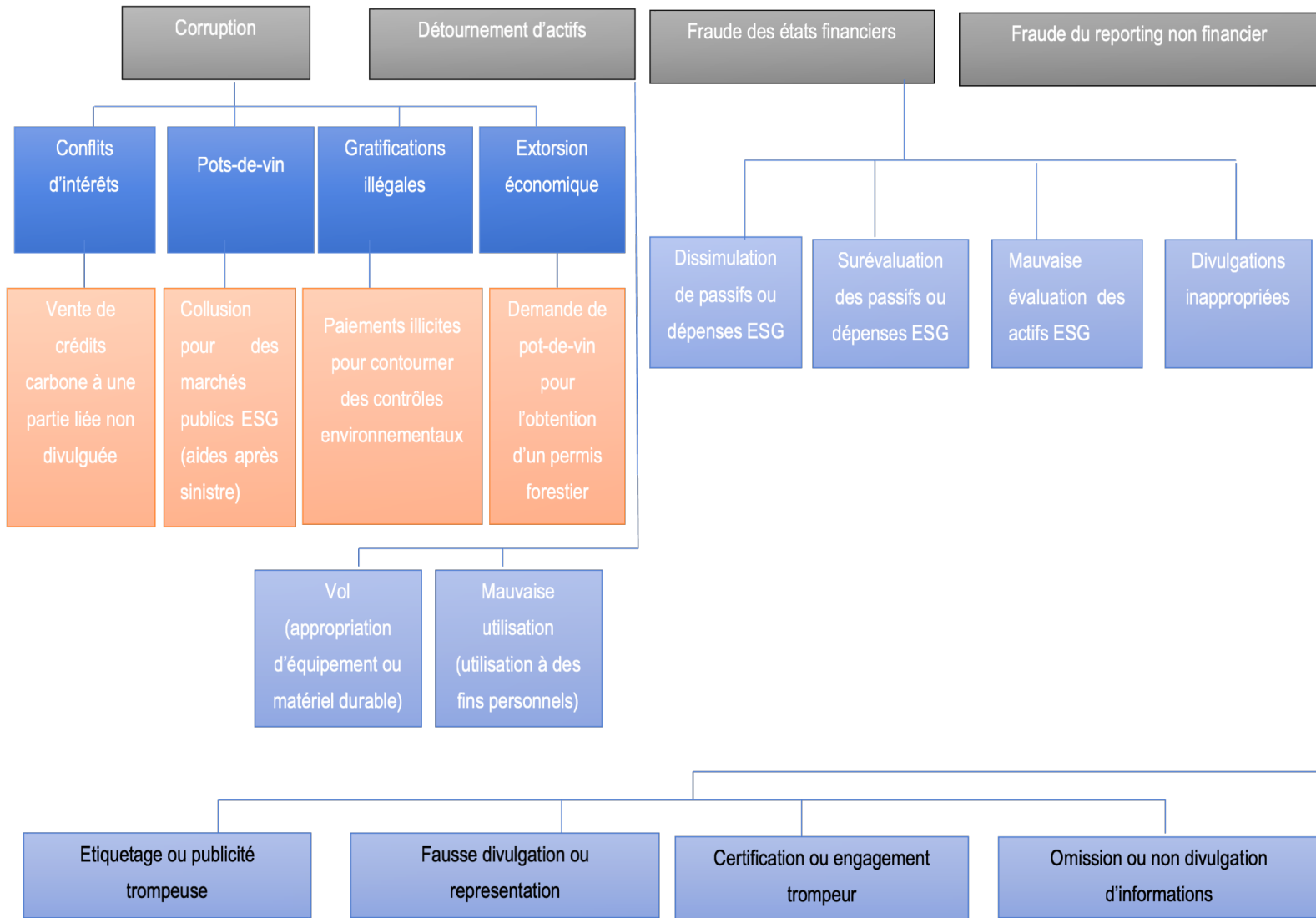
Avec l'importance croissante des facteurs ESG, la fraude ESG peut suivre cette même tendance, avec un accent sur la fraude relative au reporting non financier où la manipulation est beaucoup plus fréquente (ACFE et Grant Thornton, 2022), augmentant de ce fait le volume et la diversité de la fraude dans les organisations. Surtout que l'étude de Dyck et al. (2024) souligne que la majorité des cas de fraude ne sont pas détectés et que cela a un impact économique fortement élevé, sachant que, même si les procédures juridiques visent à réparer les dommages subis d'une part et à produire un effet dissuasif d'autre part, la quantification des préjudices environnementaux s'avère très difficile (Leucci, 2022).

Si la littérature existante s'est largement penchée sur les formes traditionnelles de la fraude, comme la corruption, le détournement d'actifs et la fraude aux états financiers (Abdullahi et Mansor, 2015 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Li et al., 2024 ; Soltani, 2014 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014) et les techniques de prévention et de détection (Bolton et Hand, 2002 ; Dornadula et Geetha, 2019 ; Kou et al., 2004 ; Skousen et al., 2009 ; West et Bhattacharya, 2016), cette analyse s'inscrit à l'instar de Tarjo et al. (2024) et l'ACFE dans une approche centrée sur la fraude liée au reporting non financier qui a trait au rapport ESG.

---

<sup>9</sup> (ACFE et Grant Thornton, 2022)

Figure 1.4 Typologie de la fraude ESG- à partir du modèle de l'ACFE et Grant Thornton



**1.3.2.1. La fraude aux états non financiers ESG**

La fraude de reporting non financier ESG consiste en la falsification ou la manipulation du reporting relatif aux informations extrafinancières liées aux facteurs ESG. Cela vise à masquer des manquements ou des comportements non conformes aux engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance (Tarjo *et al.*, 2024).

Il s'agit donc d'une manipulation délibérée des données extrafinancières afin de tromper les parties prenantes de l'entreprise quant à la réalité des pratiques ESG. En d'autres termes, certaines organisations exagèrent leurs performances ESG afin d'attirer les investisseurs ou le public.

Cette fraude peut aller d'un simple oubli d'informations à de vraies falsifications, comme inventer des données sur les émissions de carbone ou sur les conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement (ACFE et Grant Thornton, 2022).

Au regard de la pression que les entreprises subissent autour des engagements ESG, ceux-ci se présentent comme un facteur déterminant à la fois dans l'essor des comportements d'écoblanchiment et de la fraude ESG.

### **1.3.3. L'essor de la fraude ESG**

Tarjo *et al.* (2024) s'accordent à dire que la fraude constitue un phénomène émergent dans la littérature, résultant d'une augmentation significative des controverses autour des rapports de durabilité. Les auteurs indiquent que la tendance des parties prenantes à la mise en œuvre des critères ESG, surtout celle des médias qui soulèvent des questions ESG controversées, entraîne des pressions qui poussent de nombreuses entreprises à commettre des fraudes ESG, soulignant ainsi que la pression institutionnelle et médiatique contribue directement à la montée des pratiques frauduleuses liées aux ESG.

L'ACFE et Grant Thornton (2022) relèvent que la pression que subit les dirigeants d'entreprises pour attester des avancées concrètes en matière d'ESG « crée un environnement propice à la fraude », d'autant que, comme le notent (Kaplan *et al.*, 2023), la majorité des rapports ESG font l'objet d'une assurance limitée, et non d'un audit complet, souvent réalisé par des consultants, ce qui favorise la prolifération d'informations non vérifiées et contribue à l'expansion de la fraude en matière de reporting non financier.

D'un autre côté, l'essor du phénomène de manipulation des informations de durabilité est notamment documenté dans la littérature avec de nombreuses études consacrées au greenwashing, qui connaît une croissance exponentielle depuis une dizaine d'années (Bernini et La Rosa, 2024 ; Chen et Chang, 2013 ; de Freitas Netto *et al.*, 2020 ; Kurpierz et Smith, 2020 ; Li *et*

*al.*, 2024 ; Liu *et al.*, 2023 ; Lyon et Maxwell, 2011 ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Maria *et al.*, 2024 ; Montgomery *et al.*, 2024 ; Persakis *et al.*, 2025 ; Yu *et al.*, 2020). Les études précurseurs, comme Delmas et Burbano (2011) ou Lyon et Maxwell (2011), mettent l'accent sur l'intentionnalité des pratiques qui vise à projeter une fausse image d'écoresponsabilité tout en ayant des pratiques non respectueuses de l'environnement. Lyon et Montgomery (2015) examinent, quant à eux, le rôle du contrôle réglementaire et de l'audit dans les mécanismes de dissuasion du greenwashing. Maria *et al.* (2024) et Montgomery *et al.* (2024) mettent en exergue les facteurs économiques et l'importance d'adopter un agenda de recherche qui combinent plusieurs domaines, tandis que Terrachoice (2007, 2010) présente une classification largement utilisée pour décrire le phénomène. Les conséquences des pratiques de greenwashing sur la réputation et l'image de l'entreprise ainsi que la rupture de confiance avec les parties prenantes qu'elles entraînent sont également mises en évidence dans les études, comme Cho *et al.* (2015), de Freitas Netto *et al.* (2020) et Walker et Wan (2012). Cherry et Sneirson (2010), Yu *et al.* (2020) et Feghali *et al.* (2025) soulignent des pratiques d'écoblanchiment dans le cadre du reporting ESG.

La généralisation du reporting durable a révélé de nombreuses pratiques d'écoblanchiment et de divulgation ESG trompeuses révélant une multiplication des fraudes informationnelles, à mesure que les entreprises adoptent les cadres de reporting qui érigent la transparence comme une norme essentielle (Hao *et al.*, 2025).

Selon Ballan et Czarnecki (2024), lorsque les entreprises omettent ou effectuent des divulgations environnementales trompeuses, cela est un motif clair de litiges ESG qui peut être constitutif de la fraude boursière (*securities fraud*) ou de fausses déclarations (*misrepresentation*), engageant la responsabilité légale des entreprises devant les autorités de régulation et les investisseurs.

Toutefois, la majorité de ces études tendent à présenter le greenwashing comme un manque de transparence dans la communication de l'information plutôt qu'une manipulation intentionnelle des données de durabilité.

Mais, Kurpierz et Smith (2020), à l'inverse, apportent le chaînon manquant en se référant aux mécanismes du triangle de la fraude, pour assimiler directement le greenwashing à une fraude d'information comparable à de la fraude comptable appliquée aux divulgations

environnementales, soulignant que l'écoblanchiment mine la transparence comptable et la fiabilité des audits extrafinanciers.

Toutefois, selon eux, notre société dispose également de deux expressions différentes, mais liées pour décrire les fausses déclarations financières faites sciemment dans l'intention de tromper, mais qui ne répondent pas par ailleurs aux conditions de la fraude : « discours bon marché » et « tentative de fraude ».

En revanche, le rapport de l'ACFE et Grant Thornton (2022) précise que les divulgations trompeuses sur les données ESG, incluant les fausses affirmations de durabilité, relèvent du domaine de la fraude ESG, ce qui n'est pas sans rappeler certaines pratiques d'écoblanchiment. De façon convergente, Tarjo et al. (2024) assimilent le greenwashing à de la fraude au reporting non financier ESG au travers de leur définition de cette dernière, qui implique le faux étiquetage ou la fausse publicité, les divulgations mensongères ou les fausses représentations, ainsi que les omissions d'informations ESG et les fausses certifications.

Ce type de fraude se manifeste souvent dans les pratiques de greenwashing, lorsque les entreprises exagèrent ou falsifient leurs performances environnementales ou sociales pour gagner la confiance des parties prenantes.

Ainsi, plusieurs recherches récentes, notamment celles de l'ACFE et Grant Thornton (2022), Kurpierz et Smith (2020) et Tarjo et al. (2024) tendent à démontrer que le greenwashing pourrait être qualifié de fraude, et plus particulièrement de fraude aux informations extra-comptables liées aux critères ESG.

#### **1.4. Le fondement théorique de la recherche**

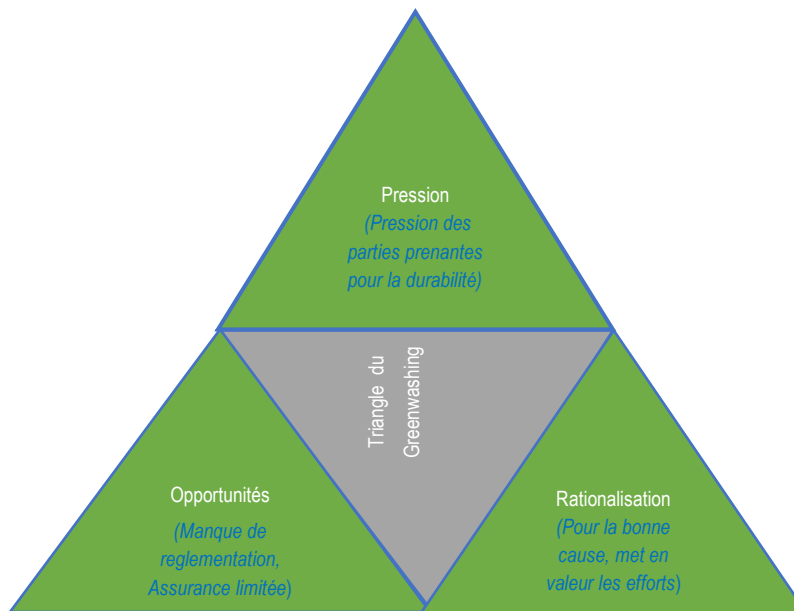
La littérature sur le greenwashing met en lumière de nombreuses théories clés qui permettent d'expliquer le phénomène et ses implications pour les organisations, particulièrement les motivations de l'écoblanchiment et son impact sur les parties prenantes (Feghali *et al.*, 2025). Des théories qui, une fois combinées ensemble, permettraient d'envisager le greenwashing comme un processus frauduleux

C'est ainsi que Kurpierz et Smith (2020), dans leur étude intitulée le triangle du greenwashing, s'inspirent de la littérature comptable sur la fraude pour fournir aux décideurs politiques intéressés par l'application d'une politique de durabilité efficace, un moyen de comprendre et de combattre le greenwashing en présentant les similitudes entre le greenwashing et les rapports frauduleux :

- le greenwashing et la fraude nécessitent tous deux des déclarations trompeuses ;
- Certaines formes de greenwashing, comme toutes les fraudes, sont des déclarations sciemment fausses qui portent préjudice à la victime.

Leur triangle du greenwashing (*figure 1.5*) inspiré du modèle de la fraude présente les leviers (pression, motivation, rationalisation) qui poussent les entreprises à publier des informations environnementales trompeuses.

*Figure 1.5 Triangle du greenwashing* - à partir du modèle (Kurpierz et Smith, 2020)



Tarjo et al. (2024) formulent explicitement une théorie de la fraude ESG en s'appuyant sur la théorie de la fraude. Ils appliquent les trois composantes de la fraude au contexte de la durabilité pour démontrer comment ces facteurs interagissent pour conduire les entreprises à manipuler

leurs informations de durabilité et à commettre de la fraude ESG, dont le greenwashing peut être une des manifestations courantes.

Les auteurs mentionnent que la pression des parties prenantes (les investisseurs, les consommateurs et les régulateurs pour l'adoption des pratiques durables ainsi que celles de la société civile, notamment les médias avec leurs controverses ESG) représente 72% des cas de fraude ESG recensés. L'absence d'audit raisonnable, la non-harmonisation des normes qui encadrent la divulgation des informations de durabilité, telles les IFRS S1 et S2, et la faible vérifiabilité des données extrafinancières constituent des failles en gouvernance et en audit qui représentent 21 % des occasions saisies par les entreprises pour manipuler ou exagérer leurs indicateurs ESG. Enfin, 7% des pratiques frauduleuses liées aux critères ESG sont justifiées par la nécessité pour les dirigeants de répondre aux attentes en matière de durabilité dans l'optique de maintenir la réputation de leur organisation. Pour Tarjo et al. (2024), les dirigeants rationalisent la fraude en se persuadant qu'il s'agit là d'un petit mensonge pour protéger l'image de l'entreprise et maintenir la confiance des parties prenantes.

La théorie des parties prenantes met également l'accent sur le rôle des parties prenantes dans l'essor de la fraude ESG, en ce sens, qu'elles mettent la pression qui conduisent les entreprises à manipuler leurs informations de durabilité (Bernini et La Rosa, 2024 ; Boiral, 2013 ; Hao et al., 2025).

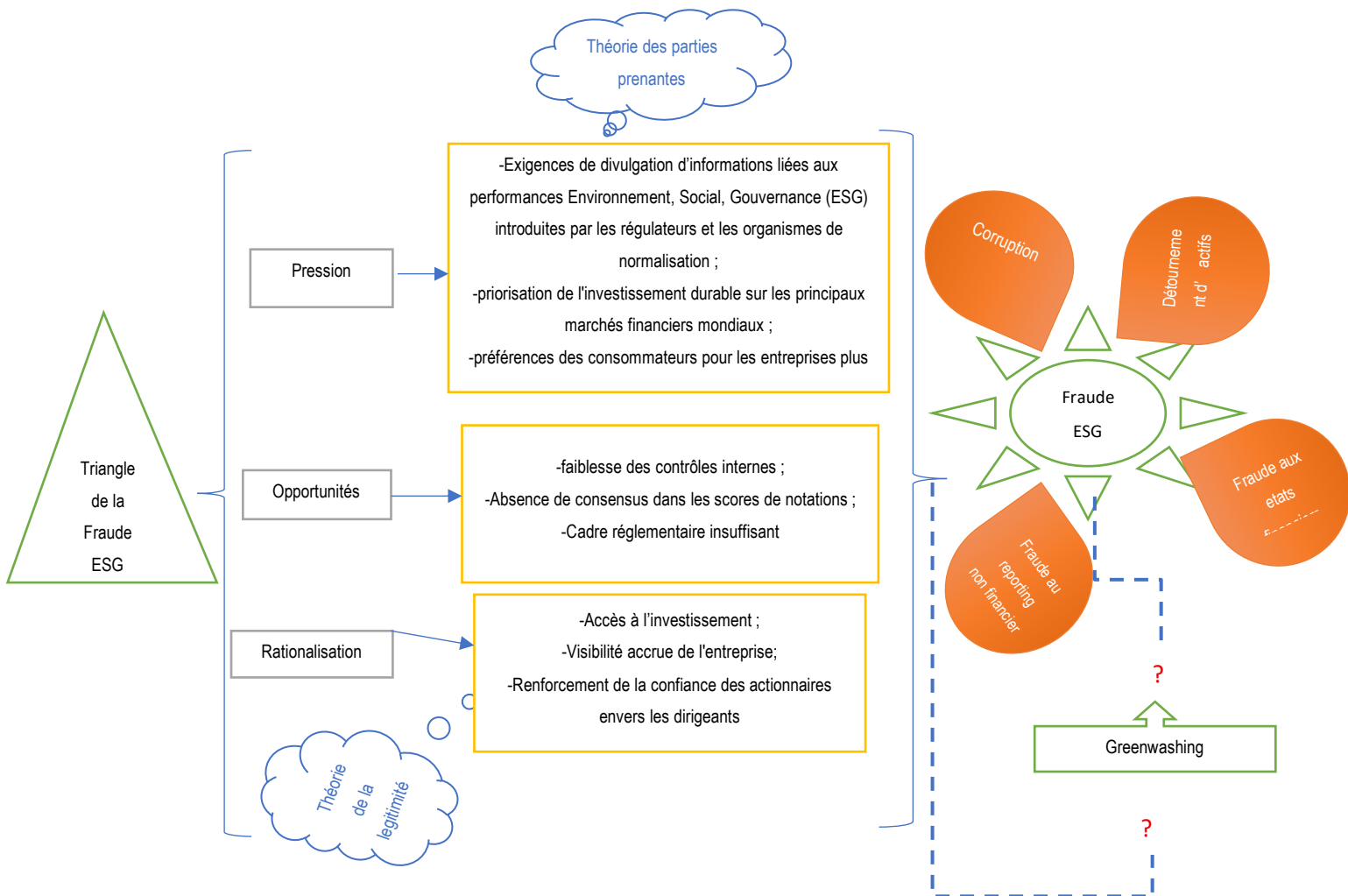
En outre, la théorie de la légitimité permet d'expliquer comment les entreprises rationalisent leurs actions trompeuses pour se doter d'une certaine respectabilité sociale (Bernini et La Rosa, 2024 ; Boiral, 2013 ; Cho et al., 2015 ; de Freitas Netto et al., 2020).

Dans le cadre de cette étude qui vise à examiner le greenwashing comme une forme de fraude, la théorie de la fraude permettrait de mettre en évidence les caractéristiques de la fraude, comme la pression des parties prenantes qui conduit souvent les entités à la manipulation de leurs informations ESG pour donner l'impression que celles-ci sont gérées de manière écoresponsable, durable et transparente. Tout ceci, dans le seul objectif d'être conforme à la réglementation et/ou d'attirer les investissements au détriment des intérêts des autres parties prenantes (consommateurs, actionnaires, investisseurs, etc.), augmentant ainsi le niveau d'asymétrie

d'information quant aux données ESG réelles et au risque d'encourir des sanctions de l'État et des organes de régulation.

Le cadre conceptuel (figure 1.6) que nous proposons s'inspire de la théorie de la fraude ainsi que des travaux antérieurs présentant le greenwashing comme une forme de fraude (Kurpierz et Smith, 2020 ; Tarjo et al., 2024) pour étayer notre approche qui vise à identifier si le greenwashing peut être assimilé à de la fraude ESG à l'ère de l'anthropocène.

Figure 1.6 Cadre conceptuel de la recherche



## **CHAPITRE 2 Méthode de recherche et stratégie de collecte des données**

Si la recherche sur le greenwashing est en pleine expansion, rares sont celles qui tendent à l'assimiler à de la fraude de durabilité. Étant donné que le sujet est très récent et qu'il convient de l'aborder de différentes manières, pour répondre à la question de recherche, cette étude adopte une stratégie de recherche qualitative par étude de cas multiples (Yin, 2018). Cette approche est particulièrement adaptée pour explorer des phénomènes contemporains complexes, comme le greenwashing, permettant une analyse approfondie de cas spécifiques tout en dégagant des régularités transversales. Notre démarche s'inspire de Soltani (2014), qui a utilisé des études de cas pour analyser les mécanismes de fraude financière. Cinq cas de greenwashing ont été choisis selon trois principaux critères : (1) médiatisation internationale, (2) existence de sanctions juridiques ou réglementaires, (3) diversité sectorielle. Les données ont été collectées par analyse documentaire systématique, comprenant des articles de presse, des décisions de justice et des rapports officiels. Ces documents ont été analysés par analyse de contenu thématique (Braun & Clarke, 2006) suivant une grille structurée autour des composantes du triangle de la fraude.

### **2.1. L'analyse de contenu**

L'analyse de contenu implique l'examen de cas de greenwashing les plus médiatisés des dix dernières années, et qui ont fait l'objet de poursuites et de sanctions. Il s'agit surtout d'entreprises qui ont fait l'objet d'accusations publiques pour avoir manipulé leurs informations de durabilité et pour lesquelles les pratiques d'écoblanchiment ont eu un impact à l'international. Pour chacun des cas, une revue de plusieurs médias crédibles est effectuée ainsi que des documents (rapports de l'entreprise, décision de justice, rapport des régulateurs, etc.) afin de mieux comprendre :

- La stratégie adoptée par l'entreprise
- Les conséquences que ces pratiques ont eues (amendes, scandales, retrait de produits, etc.)

L'objectif visé ici est d'abord de vérifier les différents points communs qui existent entre ces cas dans leurs pratiques d'écoblanchiment d'une part et, d'autre part, de rapprocher à travers des cas réel, ces pratiques à la catégorisation de la fraude ESG au reporting non financier de Tarjo et al. (2024) afin de confirmer ou non si le greenwashing peut-être considéré comme de la fraude.

## 2.2. Collecte et analyse des données

Pour assurer la fiabilité de l'information, les cas de greenwashing examinés dans cette étude doivent avant tout être médiatisés par dix des médias traditionnels jugés comme fiables avec une forte couverture et écoute à l'international et un faible biais. La sélection des dix médias qui servent de base à l'identification de nos cas d'étude repose sur une revue systématique des médias jugés comme fiables et crédibles. Ces médias qui regroupent un ensemble de médias traditionnels sont sélectionnés selon les quatre critères suivants :

- a. *La fiabilité factuelle* : ces médias sont évalués par des sites reconnus, tels *Ad fontes media*<sup>10</sup>, *NewsGuard*<sup>11</sup> et *Allsides*<sup>12</sup>.

Bien que ces organismes adoptent des méthodologies différentes, elles restent convergentes, en ce sens qu'elles mesurent les biais politiques et la fiabilité de l'information pour s'assurer de la transparence éditoriale des médias, ainsi que la véracité de l'information diffusée.

- b. *La couverture éditoriale : les médias sélectionnés pour les études de cas disposent d'une rubrique « environnement » et/ou « climat » ; et documentent régulièrement les faits liés aux enjeux ESG, au greenwashing ;*
- c. *Distinctions professionnelles* : les médias ont obtenu des prix, certifications et autres reconnaissances professionnels qui représentent une marque d'excellence dans le domaine;
- d. *Accès aux informations réglementaires et judiciaires*: les sources médiatiques ont une forte couverture des décisions juridiques et des sanctions appliquées aux cas de greenwashing identifiés.

Pour être sélectionné, le média doit tout d'abord obtenir pour l'année 2025 une note minimale de 90/100 sur NewsGuard (figure 2.1), qui se base sur neuf critères apolitiques pour noter plus de 35 000 sources en ligne représentant 95 % des sites que le public consulte.

---

<sup>10</sup> [https://app.adfontesmedia.com/chart/interactive?utm\\_source=adfontesmedia&utm\\_medium=website](https://app.adfontesmedia.com/chart/interactive?utm_source=adfontesmedia&utm_medium=website)

<sup>11</sup> <https://www.newsguardtech.com/ratings/rating-process-criteria/>

<sup>12</sup> <https://www.allsides.com/media-bias/media-bias-chart>

Figure 2.1 Exemple de notation Newsguard 2025

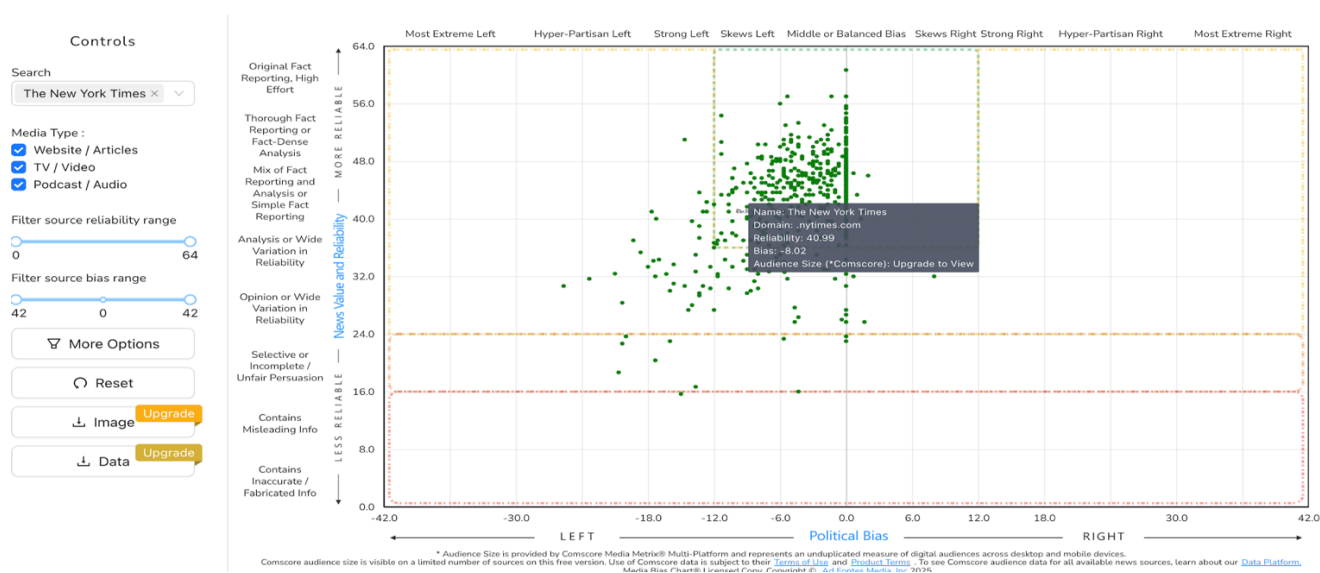
The image shows a screenshot of the New York Times website interface. At the top left, there is a '100%' rating badge next to the site name and URL. Below this, there are several content tiles, each with a '100%' rating badge and a title: 'Today's Paper', 'Book Review', 'Sudoku', 'U.S. News', 'Crossword', and 'Reading List'. Each tile includes a short description of the content. On the right side, there is a separate box titled 'What is The New York Times on the web?' which explains that the web version is an electronic publication containing most news and feature articles. The New York Times logo and a building image are also visible.

Par la suite, le média sélectionné devra également, pour l'année 2025, être bien noté par au moins l'un des deux autres organismes de notation qui intègrent l'orientation politique dans leur notation (figures 2.2 et 2.3).

Figure 2.2 Notation Allsides 2025



Figure 2.3 Exemple de notation Adfontes 2025



Le tableau 1 présente la synthèse des sources médiatiques retenues pour identifier les cas d'études (voir les annexes pour les notations complètes des sources).

Tableau 1 Sources médiatiques et notations 2025

Médias	Notations			Distinctions professionnelles***
	NewsGuard	Adfontes*	Allsides	
The New York Times	100/100	40.97/-8.07	Tendance libérale	152 Pulitzer, etc.
The Guardian	100/100	40.18/-8.10	Progressiste	Prix Pulitzer 2014, etc.
Propublica	100/100	47.22/-6.82	Tendance libérale	8 Pulitzer, etc.
Radio-Canada	92,5/100	44.41/-5.05	****	Prix michener, Prix georges brown, etc
Le Monde	95/100	**	****	Prix albert londres, prix lorenzo natali, etc.

The Washington Post	100/100	38.68/-7.08	Tendance libérale	76 Pulitzer, etc.
Financial Times	100/100	44/-3.98	N/A****	
Reuters	100/100	57.33/-1.32	Neutre	02 Pulitzer, etc.
Bloomberg	100/100	42.25/-3.04	Tendance libérale	Prix Pulitzer 2015, etc.
BBC News	95/100	44.67/-1.34	Neutre	Peabody awards, etc

\*Notation (fiabilité/biais) fiabilité : 0 à 64 pts et biais politique : -42 (extrême droite) à 42 (extrême gauche)

\*\* Classé comme très fiable et légèrement vers la gauche (note disponible sur un autre pack d'abonnement)

\*\*\*Sources Wikipédia

\*\*\*\*Médias non pris en compte dans l'évaluation

- Les cas de greenwashing étudiés (tableau 2) ont été médiatisés par au moins trois des sources susmentionnées au cours de la période 2015 à 2025, ce qui permet de confirmer les faits reprochés aux entreprises, ainsi que les poursuites judiciaires ou réglementaires et les amendes ou autres sanctions infligées. Aussi, nos cas ont été sélectionnés afin d'être représentatifs de différents secteurs d'activités pour mieux analyser les similitudes. Les mots clés utilisés pour la recherche sont : « Greenwashing », « sanction », « lawsuit », « False environmental claims », « regulatory action », « Misleading green advertising » pour les sources anglophones ;
- "Greenwashing" ou "écoblanchiment", "Allégations environnementales trompeuses" "amende, " "autorité de régulation", "procès" "sanction" mesure réglementaire" pour les sources francophones.

Tableau 2 Synthèse des cas de greenwashing médiatisés de 2015 à 2025

Entreprise	Cas	Année	Faits	Sanctions	Sources Médiatiques
Volkswagen	Dieselgate	2015	Installation de logiciels qui ont permis de falsifier les résultats des tests d'émission d'oxyde d'azote (NOx) sur plus de 11 millions de véhicules diesel, masquant leur impact négatif réel sur l'environnement (ces véhicules émettaient du NOx 40 fois plus élevé que les standards)	-30 milliards de dollars d'amendes; -indemnisation et rachat des véhicules ; -plaidoyer de culpabilité ; -inculpation de plusieurs cadres	The New York Times, Le Monde, Radio Canada, The Guardian, BBC, Bloomberg, Propublica, The Washington Post, Financial Times, Reuters
Keurig	K-Cup Recyclable Pods	2022	Allégations de recyclabilité non acceptées dans la plupart des programmes municipaux, générant ainsi des déchets plastiques massifs	Amendes de 3 millions de dollars (Canada, 2022) + don de 800 000 dollars ; Règlement de class action de 10 millions de dollars (jusqu'à 50 dollars par consommateur, 2025) Amende civile de 1,5 million de dollars versés à la (SEC, 2024).	Radio Canada, The New York Times, The Guardian, Reuters
Deutsche Asset Management (DWS)	DWS Greenwashing	2021-2025	Exagération de l'intégration ESG dans les fonds (jusqu'à 50 % des actifs "durables" financés par des secteurs polluants comme les fossiles) investissements fossiles persistants dans 900 milliards d'euros d'actifs ESG ; absence de politiques claires et déclarations mensongères aux investisseurs.	Paiement d'amendes de 25 millions de dollars aux États-Unis en 2023 et (25 millions d'euros en Allemagne en 2025; reclassements forcés de fonds.	The Guardian, Reuters, Le Monde, Financial Times, Bloomberg
Samsung	Smartphone waterproof	2019	Campagnes publicitaires présentant les téléphones Galaxy série S comme étant étanches ;	Amendes de 9,7 millions, modification des publicités; et réparations des téléphones en Australie.	The Guardian, Reuters, The New York Times, BBC
TotalEnergies	Carbon Neutrality Claims	2025	Campagne publicitaire de 2021 minimisant l'impact des activités fossiles et exagérant les objectifs de neutralité carbone d'ici 2050, induisant les consommateurs en erreur sur la portée des engagements environnementaux du Groupe"	10 000 euros à chacune des trois ONG plaignantes ; obligation de publier le jugement sur son site internet pendant 180 jours sous	Le Monde, Bloomberg, Financial Times, Reuters

				<p>astreinte de 20.000 euros par jour de retard ; interdiction et retrait des communications et messages trompeurs sur son site dans un délai d'un mois sous astreinte de 10.000 euros par jour de retard; Reconnu coupable du préjudice moral causé aux intérêts collectifs défendus par les associations.</p>	
--	--	--	--	---	--

Lorsque les cas sont repérés, l'analyse se concentre sur l'examen de toutes les données pertinentes. Cela inclut les articles de presse jugés intéressants, en plus de ceux publiés par les dix médias sélectionnés pour notre échantillon de cas de greenwashing, ainsi que les enquêtes, les décisions des autorités de régulation, les jugements et les communiqués officiels des entreprises en réponse à la situation, si disponibles.

Un codage est effectué pour chaque cas de greenwashing, afin d'analyser leur occurrence. Les codes proviennent de la littérature comptable sur la fraude traditionnelle et la fraude ESG (*tableau 3*). Bien que le codage repose sur les caractéristiques de la fraude, l'objectif ici est de qualifier la fraude et non le fraudeur.

Tableau 3 Grille de codage

Axes	Caractéristiques de la fraude	Références	Exemples (fictifs) pour illustrer la stratégie de codage
<b>Pression</b>	Pression des parties prenantes (marchés boursiers, actionnaires, consommateurs, régulateurs)	(Ballan et Czarnezki, 2024 ; Tarjo et al., 2024)	Les investisseurs menacent de se désengager si l'entreprise n'améliore pas significativement ses résultats, ce qui pousse à manipuler les chiffres pour "présenter des résultats en hausse. L'entreprise veut rester dans un indice boursier "bas carbone" et exagère la baisse de ses émissions pour satisfaire les critères d'inclusion.
	Pressions internes (objectifs imposés, difficultés financières)	(Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Ballan et Czarnezki, 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005)	La direction fixe un objectif de croissance à deux chiffres pour les cinq prochaines années " ce qui incite les équipes à manipuler les charges pour gonfler les profits. Les bonus des dirigeants sont indexés sur l'obtention d'un label "entreprise verte", ce qui crée une incitation forte à surdéclarer les performances environnementales.
	Pressions personnelles (difficultés personnelles, système de rémunération lié aux performances, etc.)	(Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Dorminey et al., 2012 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014)	Un responsable financier qui voit son poste menacé par la baisse de performances valide des écritures comptables douteuses pour masquer cette baisse. Laisse passer des affirmations environnementales trompeuses. Un manager en difficulté de carrière accepte que son équipe embellisse les taux de recyclage transmis au siège afin de montrer des progrès fictifs.
<b>Opportunité</b>	Faiblesse des contrôles internes et des audits	(Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005)	Les indicateurs de ventes sont préparés par le service commercial sans validation par la finance ni le contrôle interne, ce qui permet de publier des chiffres très optimistes. Aucun audit externe n'est réalisé sur les données de durabilité, alors qu'elles sont abondamment utilisées dans les brochures et le rapport annuel pour revendiquer des avancées "vertes".
	Compétences techniques	(Abdullahi et Mansor, 2015 ; Dorminey et al., 2012 ; Vousinas, 2019)	Un Analyste de données choisit l'unité d'intensité carbone (par chiffre d'affaires, par tonne produite, etc.) qui donne l'image la plus favorable, tout en cachant la hausse des émissions absolues.

	Collusion, travail d'équipe ou en réseau	(Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Dorminey et al., 2012 ; Soltani, 2014 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005)	Le département développement durable, la finance et la communication s'accordent pour ne publier que les indicateurs les plus flatteurs et taire ceux qui se dégradent.
	Accès, manipulation d'un système	(Bolton et Hand, 2002 ; Dorminey et al., 2012 ; Dornadula et Geetha, 2019 ; Kaplan et al., 2023 ; Kou et al., 2004 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014)	Un informaticien peut manipuler le système pour que les paiements effectués par les clients soient directement orientés vers son compte personnel.
	Dilution de responsabilité	(Tarjo et al., 2024 ; Zahra et al., 2005)	La collecte des données financières est éclatée entre de nombreux correspondants ; chacun estime "ne faire que transmettre", ce qui rend difficile l'identification des responsables de la manipulation.
<b>Rationalisation</b>	Intention délibérée de tromper, ego, excès de confiance, ambition, préméditation ou organisation	(Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Ballan et Czarnecki, 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005)	Les dirigeants estiment que "tout le secteur manipule ses résultats", ce qui banalise à leurs yeux le recours aux pratiques frauduleuses Un CEO convaincu que la fin justifie les moyens considère qu'il est "normal" de présenter des chiffres embellis pour attirer des capitaux, même si les données sont trompeuses. Une campagne marketing "100 % verte" est planifiée plusieurs mois à l'avance alors que les projets opérationnels associés n'en sont qu'au stade de pilote.
	Recherche d'un avantage indu (économique, sociale, etc.)	(Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Dempere et al., 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005)	L'entreprise appose un logo "éco-responsable" sur un produit sans différence significative de performance environnementale, afin de justifier un prix plus élevé. La société cherche à accéder à des marchés publics "verts" en présentant des engagements climatiques largement exagérés dans son dossier de candidature.
	Imputabilité difficile	(Tarjo et al., 2024 ; Zahra et al., 2005)	Le rapport utilise systématiquement des formulations vagues ("tend vers", "œuvre pour", "s'engage à réduire") qui rendent toute vérification ou mise en cause juridique compliquée. Les responsabilités en matière de reporting financier sont partagées entre plusieurs directions (finance, contrôle de gestion,

			marketing, RSE), de sorte qu'aucune n'est clairement redevable des allégations trompeuses.
<b>Conséquences</b>	Présence d'un préjudice	(Bolton & Hand, 2002; Dyck et al., 2024; Wells, 2014; Zahra et al., 2005)	Des investisseurs orientent leur épargne vers l'entreprise, pensant obtenir un retour sur investissement au regard des performances financières croissantes, et subissent des pertes lorsque la fraude est dévoilée. Des clients choisissent un produit supposé "bas carbone" et paient plus cher, alors que son impact réel sur le climat n'est pas meilleur que celui des alternatives.
	Violation du cadre juridique, réglementaire, normatif ou éthique	(ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Ballan et Czarnezki, 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Zahra et al., 2005)	L'entreprise utilise le terme "neutre en carbone" sans respecter les critères juridiques ou techniques associés, en violation des règles en vigueur. Les obligations de transparence sur les risques climatiques sont remplies de manière trompeuse, avec des omissions majeures sur les impacts les plus importants.
	Risques juridiques, sanctions et litiges	(ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Ballan et Czarnezki, 2024 ; Dyck et al., 2024 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Zahra et al., 2005)	Des investisseurs engagent un recours collectif pour fausses déclarations concernant les performances financières de l'entreprise et sa trajectoire de rentabilité future.
	Perte de confiance et réputationnelle	(Dempere et al., 2024 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Zahra et al., 2005)	L'entreprise est retirée d'indices boursiers durables et voit ses notations ESG fortement dégradées après la révélation de pratiques de greenwashing. Des ONG lancent des campagnes de boycott et associent durablement la marque au scandale financier, ce qui détériore sa réputation auprès des clients et des employés.
	Falsification de données, modification de rapports, des états financiers, des rapports de durabilité, des états non financiers ESG	(ACFE & Grant Thornton, 2022; Bolton & Hand, 2002; Dorminey et al., 2012; Dyck et al., 2024; Kou et al., 2004; Skousen et al., 2009; Soltani, 2014; Tarjo et al., 2024; Zahra et al., 2005)	Certaines sources d'émissions (transport, achats, sites fortement émetteurs) sont supprimées du bilan carbone pour faire apparaître une forte baisse globale.

<b>Comportements frauduleux</b>	Incohérences ou absence des données, informations non vérifiables	(ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Bolton et Hand, 2002 ; Kou et al., 2004 ; Poiriazi et al., 2025 ; Tarjo et al., 2024 ; West et Bhattacharya, 2016)	L'entreprise déclare une hausse d'"environ 40 %" de ses bénéfices en cinq ans sans préciser l'année de référence, le périmètre, ni la méthodologie utilisée. Des graphiques de performance financière sont publiés sans axes chiffrés ni légendes claires, rendant impossible toute vérification externe des résultats revendiqués.
	Usage de faux	(Dorminey et al., 2012 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Wells, 2014)	Le logo d'un label environnemental est utilisé sur un produit sans que la certification correspondante ait été obtenue. Des sceaux ou récompenses fictifs ("Prix de l'entreprise la plus verte de l'année") sont créés pour renforcer la crédibilité des allégations environnementales dans la communication.
	Exagération des performances et des bénéfices financiers et environnementaux	(ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Dyck et al., 2024 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Zahra et al., 2005).	Une amélioration marginale d'efficacité énergétique est présentée comme une "révolution verte" ou une "rupture pour le climat" alors que l'impact global reste limité.
	Manipulation, dissimulation ou omission d'informations importantes	(ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Bolton et Hand, 2002 ; Dempere et al., 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Wells, 2014 ; West et Bhattacharya, 2016)	L'entreprise met en avant uniquement les bons résultats d'une filiale, un projet tout en passant sous silence la baisse financière pour l'ensemble du groupe. La revendication d'une « croissance record » omet de préciser qu'elle repose presque entièrement sur la vente d'une filiale, sans performance propre de l'entreprise.

## CHAPITRE 3 Résultats de l'analyse

Les sections suivantes présentent les résultats obtenus suite à l'analyse des cas de greenwashing constituant notre échantillon, sur la base de la grille de codage développée :

### 3.1. Le greenwashing de Volkswagen

#### Axe 1 – Pressions

Dans le cas Volkswagen (*tableau 4*), les pressions concurrentielles, réglementaires et boursières se traduisent par une exigence forte d'apparaître comme un constructeur « propre » et technologiquement avancé. Le discours sur le « clean diesel » devient un outil central pour répondre à ces attentes, au point que l'image environnementale de l'entreprise devient un actif stratégique à préserver à tout prix. Les objectifs internes très ambitieux (devenir n°1 mondial, conquérir le marché américain) et les systèmes de rémunération liés à la performance renforcent cette focalisation sur les résultats, au détriment de la sincérité de l'information environnementale. Dans ce contexte, le greenwashing n'est pas un simple embellissement communicationnel, mais la réponse structurée à un ensemble de pressions qui poussent l'organisation à franchir la frontière de la fraude.

#### Axe 2 – Opportunités

Le greenwashing frauduleux de Volkswagen s'appuie sur des opportunités très concrètes : complexité des technologies embarquées, asymétrie d'information entre l'entreprise, les régulateurs et le public, et faiblesse des dispositifs de contrôle ex ante. Les ingénieurs disposent de la capacité technique d'intégrer un dispositif de trucage, tout en sachant que ni les tests standardisés ni les consommateurs ne pourront aisément détecter l'écart entre les performances affichées et les émissions réelles. La gouvernance, marquée par une forte concentration du pouvoir et des mécanismes de surveillance interne défaillants, contribue à créer un environnement où la manipulation des données environnementales peut se dérouler sans opposition efficace. Ces éléments montrent que le greenwashing ne repose pas seulement sur des slogans, mais sur la mise à profit d'opportunités structurelles pour organiser une fraude environnementale sophistiquée.

#### Axe 3 – Rationalisation

Les acteurs impliqués peuvent rationaliser le dispositif en se présentant comme protecteurs de l'entreprise, de l'emploi ou même de la compétitivité de l'industrie européenne, ce qui contribue à rendre le greenwashing moralement acceptable à leurs yeux. Le recours au récit du test « irréaliste » ou trop

exigeant permet de se convaincre que l'on ne fait que "corriger" un biais réglementaire, plutôt que de tromper délibérément les autorités et le public. La dilution de la responsabilité entre différents niveaux hiérarchiques renforce cette rationalisation, chacun pouvant se dire qu'il n'est qu'un rouage d'un système plus large. Ainsi, le greenwashing frauduleux est soutenu par un ensemble de justifications internes qui transforment une tromperie environnementale en décision présentée comme "raisonnable" ou "nécessaire".

#### **Axe 4 – Conséquences**

Les conséquences du cas Volkswagen montrent que le greenwashing, lorsqu'il prend la forme d'une fraude, produit des dommages bien réels : aggravation des émissions de polluants, impacts sanitaires pour les populations exposées, et contribution accrue à la dégradation environnementale. Sur le plan économique et institutionnel, la perte de confiance des consommateurs, des investisseurs et des régulateurs illustre comment une information environnementale trompeuse peut déstabiliser tout un secteur, en remettant en cause la crédibilité des labels, des normes et des promesses "vertes". Les salariés et les dirigeants eux-mêmes subissent des répercussions en matière de réputation, de carrière et de responsabilité juridique. Ce faisceau de préjudices confirme que l'on ne se situe pas dans le registre d'une communication maladroite, mais bien dans celui d'une fraude environnementale aux effets systémiques.

#### **Axe 5 – Comportements frauduleux**

Dans ce cas, le greenwashing se matérialise par des comportements typiquement frauduleux : falsification des performances environnementales, utilisation de dispositifs techniques destinés à tromper les tests, et diffusion de messages marketing renforçant l'illusion d'un diesel "propre". L'écart entre ce qui est promis (véhicules respectueux des normes et de l'environnement) et ce qui est effectivement livré (émissions largement supérieures en conditions réelles) répond aux critères classiques de la fraude : intention de tromper, dissimulation de la réalité et préjudice pour des tiers. L'exagération des bénéfices écologiques et l'omission des risques ou impacts réels participent à la construction d'un récit vert mensonger, qui permet à l'entreprise de capter des avantages économiques indus. On voit ainsi que certains dispositifs de greenwashing ne sont pas seulement de la communication discutable, mais relèvent pleinement de pratiques frauduleuses.

Tableau 4 : Volkswagen « Dielsegate »

Axes	Caractéristiques de la fraude	Illustrations
Pression	Pression des parties prenantes (marchés boursiers, actionnaires, consommateurs, régulateurs)	<p>Avec la prise de conscience collective de l'impact environnemental des activités humaines, les véhicules diesel sont désavoués, surtout sur le marché américain, car ils sont beaucoup plus polluants que leurs homologues à essence. D'un autre côté, les standards américains en matière d'émission d'oxyde d'azote (NOx) édictés par l'EPA (Environmental Protection Agency) sont plus stricts que les standards européens NEDC (New european driving cycle) et Volkswagen a pour objectif de dominer le marché américain.</p> <p>Pour cela, Volkswagen devait à tout prix réussir les tests de l'EPA, car, si les tests d'émissions n'étaient pas concluants, l'agence n'allait pas certifier les véhicules diesel de Volkswagen comme respectant la réglementation environnementale aux États-Unis. De facto, Volkswagen n'aurait pas obtenu d'homologation, car elle ne serait pas conforme aux dispositions de la loi « Clean Air Act », ce qui signifie, que les véhicules sont à risque pour l'environnement et la santé, vu leur niveau d'émission de NOx donc de pollution. La conséquence directe de cette situation se traduirait par une perte d'accès au marché boursier américain et bien évidemment à une baisse de ses ventes, car la tendance est orientée sur les véhicules plus respectueux de l'environnement.</p>
	Pressions internes (objectifs imposés, difficultés financières)	<p>Volkswagen, qui incarne l'expertise, la qualité du savoir-faire automobile allemand, évolue dans le contexte de durabilité où il se voit distancé par ses concurrents, notamment Toyota, qui sont présentés comme plus respectueux de l'environnement, car respectant les seuils d'émission légale de substance polluante. De 2006 à septembre 2015, Volkswagen avait pour objectif d'être le n.1 mondial de la construction automobile, de dépasser Toyota, de dominer le marché américain en utilisant l'argument du « clean diesel » qui offre une économie de consommation, avec de meilleures performances tout en polluant moins. Cela aurait permis d'atteindre les objectifs de croissance mondiale établis dans son plan stratégique 2018.</p> <p>La direction voulait que les moteurs soient à la fois performants avec une faible émission de NOx tout en se conformant aux normes qui régissent le secteur. Donc, les ingénieurs et les managers subissaient une pression constante pour atteindre des objectifs irréalistes, rendre les véhicules moins polluants qu'ils ne le sont tout en restant performants.</p>
	Pressions personnelles (difficultés personnelles, système de rémunération lié aux performances, etc.)	<p>Les rémunérations de la haute direction reposaient sur un système de performance. Le Guardian mentionne que, même lorsque le scandale a éclaté, le PDG qui a démissionné a perçu 16,6 millions d'euros avant impôts et que 12 membres du conseil d'administration (à la date du scandale et anciens) se sont partagé la somme de 63 millions d'euros de rémunération pour 2015 malgré leur accord de réduction volontaire de salaire. Reuters mentionne même une décision post-scandale de Volkswagen en 2017 qui consiste à diminuer ou plafonner le bonus des managers, ce qui confirme le système de rémunération sur la base des performances.</p> <p>Les sources médias mentionnent une culture autoritaire où les décisions de la direction étaient souvent incontestables et accroissent ainsi les pressions sur le personnel opérationnel, tels les ingénieurs.</p>

<b>Opportunités</b>	Faiblesse des contrôles internes et des audits	<p>Les rapports de contrôle interne ainsi que les rapports des auditeurs n'ont pas mis en évidence qu'un logiciel de truchage « defeat device » dit de « fenêtre thermique » avait été installé sur les moteurs diesel du groupe de 2006 à 2015.</p> <p>Par ailleurs, il y avait des failles de gouvernance, car le conseil d'administration était dominé par la famille Porsch-Piëch, qui contrôlait plus de 50% des droits de vote, ce qui influence sur les décisions qui étaient prises en comité restreint, telle la nomination du Président du comité de surveillance.</p>
	Compétences techniques	Le « defeat device » était très sophistiqué, puisqu'il détectait les paramètres des tests (roues, vitesse, durée) et les falsifiait pour projeter une émission plus faible, ce qui dénote une certaine compétence technique pour sa mise en place et sa validation (qui ont fait intervenir des ingénieurs et managers).
	Collusion, travail d'équipe ou en réseau	Le tribunal régional de Brunswick en Allemagne a condamné quatre anciens hauts cadres pour fraude commerciale en bande organisée, ce qui montre qu'il s'agissait d'un travail d'équipe. À l'interne, les véhicules passent par plusieurs niveaux de contrôle tout le long du cycle de production et aucun rapport ni test ne mentionnait des incohérences, plutôt les résultats des enquêtes menées par l'EPA démontrent que les rapports ont été manipulés à l'interne pour démontrer une conformité aux tests, ce qui prouve également la collusion.
	Accès, manipulation d'un système	Les quatre hauts cadres condamnés étaient des ingénieurs, notamment le responsable du développement technique de la marque Volkswagen. Ils avaient accès au système et ont développé le logiciel pour manipuler les tests. D'un autre côté, vu la technicité du logiciel (qui arrivait à tromper les tests mis en place par le régulateur même), il ne pouvait être l'œuvre que d'un certain groupe d'individus.
	Dilution de responsabilité	La culture d'entreprise chez Volkswagen étant autoritaire, bon nombre d'employés exécutaient simplement les ordres.
<b>Rationalisation</b>	<p>Intention délibérée de tromper, ego, excès de confiance, ambition, préméditation ou organisation</p> <p>Le logiciel a été conçu pour truquer les tests officiels pendant plusieurs années sur près de 11 millions de véhicules du groupe Volkswagen (Volkswagen, Audi, Porsche, Skoda, Seat). Il y avait deux modes installés : le mode « test » activé lors des tests réglementaires, et le mode « route » dans les conditions réelles, qui permettait de désactiver le système de dépollution du moteur. Aux États-Unis, environ 580 000 berlines, SUV et crossovers ont été vendus sous la marque Volkswagen, Audi et Porsche sous le slogan 'clean diesel' avec une présentation lors du Super Bowl de 2015. L'enquête a mis en évidence des preuves concrètes, tels les échanges de mails ainsi que d'autres rapports internes que Volkswagen savait que ces moteurs ne pouvaient pas réussir les tests, donc le groupe a intentionnellement falsifié ses moteurs.</p> <p>Même quand les premiers tests de l'ICCT (International Council on Clean Transportation) et de l'université de Virginie occidentale (WVU) ont permis de détecter les premières anomalies, le groupe a fourni des explications à ses anomalies, sachant bien que les résultats étaient tronqués par son logiciel.</p> <p>Le scandale de Volkswagen a conduit à des enquêtes sur de nombreux véhicules diesel vendus durant cette période par les autorités de plusieurs pays où des cas similaires ont été découverts (Renault, Peugeot-Citroën, Mercedes, BMW, Nissan, Toyota, etc.), ce qui démontre que c'était une pratique courante dans le milieu.</p>	

	Recherche d'un avantage indu (économique, sociale, etc.)	Le logiciel lui permettait de se positionner sur les marchés boursiers face à Toyota, il permettait de projeter une fausse image de conformité aux normes, il lui permettait d'économiser en réduisant le coût des investissements qu'il lui aurait fallu pour la recherche afin de développer des moteurs conformes aux standards américains. Par ailleurs, le logiciel lui permettait d'accroître ses ventes grâce au fameux label « clean diesel » et, par ricochet, d'augmenter ses bénéfices. Le logiciel lui a permis de voir ses notes environnementales améliorer grâce à cette fausse image de constructeur écoresponsable qu'il projetait.
	Imputabilité difficile	Le dieselgate était structurel, cela se traduit par les révocations, démissions et autres accords ainsi que les procès en cours et condamnations de plusieurs hauts cadres, la démission du président du conseil d'administration du groupe. Au total, 31 ex-employés du groupe seraient concernés par des procédures judiciaires.
<b>Conséquences</b>	Présence d'un préjudice	Environnementale : Les véhicules munis du logiciel émettaient 40 fois plus de NOx que les normes autorisées en mode de conduite normale, ce qui était une source de pollution constante de l'environnement. Sanitaire : Les études ont démontré que l'exposition aux particules polluantes, tel le NOx, comporte des risques pour la santé. Elles aggraveraient les maladies respiratoires (l'asthme, par exemple) et cardiovasculaires et seraient même la cause de plusieurs décès aux États-Unis et en Europe. Économique : Le cours des actions du groupe s'est effondré, ce qui a causé une énorme perte pour les investisseurs qui ont acheté ses actions sur la base de fausses allégations de véhicules performants pour une faible émission de substance polluante. Les consommateurs également ont payé cher ses véhicules sur la base de fausses allégations écologiques et se sont retrouvés avec des véhicules très polluants dont les prix de revente ont considérablement chuté avec l'exposition du scandale et qui, de surcroît, les exposaient eux et leur entourage à des risques sanitaires. Cadre normatif : Les régulateurs ont certifié des véhicules comme respectueux de l'environnement, ce qui a conduit de nombreux consommateurs et investisseurs à investir dans ces modèles. Concurrentiel : certains concurrents honnêtes ont vu leur part de marchés baisser ainsi que le cours de leurs actions Salarial : Les employés qui n'étaient pas impliqués ont soudainement vu leur image associée à ce scandale, ce qui porte un coup à leur réputation et éthique
	Violation du cadre juridique, réglementaire, normatif ou éthique	Le recours au « defeat device » violait à la fois les standards européens (Euro 5 et 6) et américains (EPA). Volkswagen a sciemment induit les régulateurs, les investisseurs, les consommateurs et même les prestataires en erreur. Le groupe violait les règles de la concurrence en trafiquant ses tests d'émission, car il faussait ainsi la base d'évaluation avec certains de ses concurrents honnêtes; Le groupe violait le droit du consommateur par des publicités mensongères en ne l'informant pas sur les caractéristiques réelles des véhicules

	Risques juridiques, sanctions et litiges	<p>Païement de plus de 35 milliards de dollars en amendes et pénalités et indemnisations</p> <p>Indemnisations des victimes</p> <p>Rappel d'environ 11 millions de véhicules à travers le monde et interdiction de vente de plusieurs modèles diesel sur certains marchés</p> <p>Démission du PDG du groupe cinq jours après le scandale, son procès a été suspendu plusieurs fois pour raisons de santé</p> <p>Démission du président du conseil d'administration</p> <p>Condamnation de l'ancien PDG de Volkswagen aux États-Unis en 2017</p> <p>Condamnation de l'ancien PDG de Audi en Allemagne en 2023</p> <p>Quatre hauts cadres (ingénieurs et managers) condamnés à des peines de prison en Allemagne en 2025</p> <p>Le PDG du groupe depuis 2018 et le Président du conseil de surveillance ont conclu des accords en Allemagne en 2020.</p> <p>Au total 31 ex-employés du groupe seraient concernés par des procédures judiciaires</p>
	Perte de confiance et réputationnelle	<p>L'image de marque du groupe s'est effondrée malgré une tentative de reconstruction avec le slogan « together 2025 »</p> <p>Perte de crédibilité de l'industrie automobile allemande considérée autrefois comme une référence de qualité sur le plan mondial</p> <p>Perte de la confiance des investisseurs avec la chute des actions du groupe</p> <p>Perte de la confiance des régulateurs qui se sont vus instrumentalisés en fournissant des certifications erronées</p> <p>Perte de la confiance des consommateurs envers la marque et les véhicules diesel</p>
<b>Comportements frauduleux</b>	Falsification de données, modification de rapports, des états financiers, des rapports de durabilité, des états non financiers ESG	<p>Volkswagen a intentionnellement falsifié les données d'émissions de NOx des moteurs diesel sur plus de 11 millions de véhicules.</p> <p>Le groupe a présenté aux parties prenantes, notamment les régulateurs et investisseurs, des rapports et certificats de conformité falsifiés, qui présentaient les caractéristiques de ses moteurs diesel comme conformes aux normes établies.</p>
	Incohérences ou absence des données, informations non vérifiables	<p>Lors d'une étude de l'ICCT sur la pollution automobile qui regroupait plusieurs marques de l'industrie, les résultats ont soulevé des incohérences concernant 03 véhicules, de la marque Volkswagen censée être conformes aux standards et pour lesquels les émissions de NOx se sont révélés être 35 fois plus élevées que le seuil . Ces incohérences entraîneront des enquêtes de l'EPA dont les conclusions sont que les résultats des tests d'émission du NOx ne correspondaient pas aux émissions réelles lorsque le mode route était activé, les moteurs émettant 40 fois plus que la normale.</p>
	Usage de faux	<p>Tous les documents présentés par le groupe pour étayer les caractéristiques de ses moteurs étaient faux, le rapport performance/écologie présenté pour les campagnes marketing et vendre les véhicules était faux.</p> <p>Les résultats des tests étaient falsifiés à la source dès que le mode test était activé.</p>
	Exagération des performances et des bénéfices financiers, environnementaux	<p>Les résultats des tests d'émission du NOx ne correspondaient pas aux émissions réelles lorsque le mode route était activé, les moteurs émettant 40 fois plus que la normale, donc polluait 40 fois plus que les standards autorisés. Il n'avait aucun bénéfice pour l'environnement qui subissait une pollution constante contraire au message véhiculé par le groupe à travers ses campagnes marketing.</p>

	Manipulation, dissimulation ou omission d'informations importantes	Les ingénieurs connaissaient les points de contrôle des tests de certification et ils ont inséré le « defeat device » à l'intérieur des moteurs pour tronquer les tests et ainsi manipuler les informations <sup>13</sup> .
--	--	---

<sup>13</sup><https://curio.ca/fr/catalogue/3c1648af-e7f2-404d-a4a5-dcebbfd0d6b4>

<https://www.nytimes.com/2019/07/26/business/audi-vw-emissions-scandal.html?searchResultPosition=1>

[https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/05/28/dieselgate-dix-ans-apres-la-revelation-de-la-fraude-un-bilan-sanitaire-exorbitant\\_6608883\\_3244.html?search-type=classic&ise\\_click\\_rank=1](https://www.lemonde.fr/planete/article/2025/05/28/dieselgate-dix-ans-apres-la-revelation-de-la-fraude-un-bilan-sanitaire-exorbitant_6608883_3244.html?search-type=classic&ise_click_rank=1)

<https://www.justice.gov/criminal/criminal-vns/case/volkswagen-diesel-engine-vehicle-matters/update>

<https://curia.europa.eu/site/upload/docs/application/pdf/2020-07/cp200087fr.pdf> <https://www.lefigaro.fr/flash-eco/dieselgate-apres-plusieurs-reports-proces-en-vue-pour-l-ex-pdg-de-volkswagen-20240315?msockid=3ec9b92a4ac261f12519ad524b7b608b>

<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2167402/dieselgate-quatre-anciens-dirigeants-volkswagen-prison>

<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1722710/pollution-scandale-protection-environnement-voitures-dispositifs>

<https://www.theguardian.com/environment/2025/may/28/dieselgate-pollution-killed-16000-people-in-uk-study-estimates#:~:text=The%20excess%20pollution%20emitted%20as,without%20action%2C%20the%20researchers%20said.>

<https://www.theguardian.com/environment/2023/mar/22/dieselgate-millions-of-extremely-polluting-cars-still-on-europes-roads-says-report>

<https://www.epa.gov/vw/documents-related-volkswagen-violations-model-years-2009-2016> <https://www.epa.gov/vw/epa-and-california-air-resources-board-disapprove-volkswagens-proposed-emissions-modification>

<https://www.epa.gov/vw/frequent-questions-about-volkswagen-violations> <https://www.ft.com/content/263c811c-d8e4-11e6-944b-e7eb37a6aa8e>

<https://www.nytimes.com/interactive/2015/business/international/vw-diesel-emissions-scandal-explained.html>

<https://www.nytimes.com/interactive/2017/business/volkswagen-diesel-emissions-timeline.html>

<https://www.justice.gov/archives/opa/pr/volkswagen-engineer-sentenced-his-role-conspiracy-cheat-us-emissions-tests>

[https://www.justice.gov/archives/opa/pr/volkswagen-engineer-pleads-guilty-his-role-conspiracy-cheat-us-emissions-tests?bm-verify=AAQAAAAM\\_xzGbOWei0eb83zwWwS9lvsVy-nj2qUM9V2ySbCnBBqVyCAwds8WDVsJZhi885s\\_D\\_8HV6DfzwxJhWKd-j5IYOMP1xqSdDL2XDq\\_cHUR5j-LJH2YvB2b1uMK5QC3xRFU\\_6nX5w6QNR\\_E\\_NTKhQn2htikUWF94PVnUhdDIAIDX7aZCr3wdWYd44ys\\_6ZnDuHNAUjdaI6PF93o-gGU2d8vkr6PUgs5SRXIk6cPT6JYRmD368sLMNNwEPORqmMmrG2YXGVgQa3tOtcytNzJd6mCNVziWICwWcDC6Fsv8c1JWuEJs7K12IOvkfbDnTSNiRbhVPFWXkPjKhQ067h7dvFRn3P2Gyf9hD4LJo0k3\\_NJj1jDjxsZ0XDcR-sQQnWh2oj7jsOV8bkgh-1pfSnI8](https://www.justice.gov/archives/opa/pr/volkswagen-engineer-pleads-guilty-his-role-conspiracy-cheat-us-emissions-tests?bm-verify=AAQAAAAM_xzGbOWei0eb83zwWwS9lvsVy-nj2qUM9V2ySbCnBBqVyCAwds8WDVsJZhi885s_D_8HV6DfzwxJhWKd-j5IYOMP1xqSdDL2XDq_cHUR5j-LJH2YvB2b1uMK5QC3xRFU_6nX5w6QNR_E_NTKhQn2htikUWF94PVnUhdDIAIDX7aZCr3wdWYd44ys_6ZnDuHNAUjdaI6PF93o-gGU2d8vkr6PUgs5SRXIk6cPT6JYRmD368sLMNNwEPORqmMmrG2YXGVgQa3tOtcytNzJd6mCNVziWICwWcDC6Fsv8c1JWuEJs7K12IOvkfbDnTSNiRbhVPFWXkPjKhQ067h7dvFRn3P2Gyf9hD4LJo0k3_NJj1jDjxsZ0XDcR-sQQnWh2oj7jsOV8bkgh-1pfSnI8)

<https://www.justice.gov/archives/opa/pr/volkswagen-spend-147-billion-settle-allegations-cheating-emissions-tests-and-deceiving>

[https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/07/11/dieselgate-un-troisieme-proces-pour-tromperie-aggravee-requis-contre-renault-apres-volkswagen-et-peugeot-citroen\\_6620672\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/07/11/dieselgate-un-troisieme-proces-pour-tromperie-aggravee-requis-contre-renault-apres-volkswagen-et-peugeot-citroen_6620672_3234.html)

[https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/22/scandale-volkswagen-comment-un-logiciel-a-t-il-pu-tromper-les-tests-antipollution\\_4767405\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/09/22/scandale-volkswagen-comment-un-logiciel-a-t-il-pu-tromper-les-tests-antipollution_4767405_4408996.html)

<https://curio.ca/fr/catalogue/4f535971-64b3-44f4-947c-a70d4d3059e7> <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2016/06/27/volkswagen-agrees-to-pay-consumers-biggest-auto-settlement-in-history/>

<https://www.reuters.com/article/world/volkswagen-caps-executive-pay-tightens-bonus-eligibility-idUSKBN16321N/>

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-09-21/volkswagen-drops-15-after-admitting-u-s-diesel-emissions-cheat>

### **3.2. Le greenwashing de Keurig**

#### **Axe 1 – Pressions**

Dans le cas de Keurig (tableau 5), les pressions externes et internes reposent sur son modèle d'affaires centré sur les capsules K-CUP, qui sont recyclables. Ces pressions se traduisent par la nécessité de conserver une image environnementale dans un secteur taxé de polluant afin de rassurer les investisseurs et les consommateurs sur la perception du risque lié à la recyclabilité des capsules pour ainsi et maintenir sa rentabilité, et ce, même par voie de déclarations environnementales trompeuses, comme « des capsules recyclables » dans ce cas-ci. Le greenwashing devient dans ce contexte un moyen de maintenir une réputation face à des critiques environnementales (pressions) qui menacent un modèle d'affaires rentable, conduisant ainsi l'organisation à franchir la frontière de la fraude.

#### **Axe 2 – Opportunités**

Le greenwashing de Keurig s'appuie comme la fraude sur des opportunités, telles la complexité du recyclage et l'asymétrie d'informations entre l'entreprise, les régulateurs et le public. Keurig sait que le terme « recyclable » est accepté par la réglementation. Il donne l'information comme quoi les capsules sont recyclables sans préciser qu'elles le sont théoriquement, car, dans la pratique, elles sont recyclables sous certaines conditions que le consommateur ne va pas forcément remplir d'une part et d'autre part, Keurig sait bien que le consommateur ne va pas suivre la logistique du tri qui est effectué par les collectivités, ce qui lui permet de transférer implicitement la responsabilité aux consommateurs qui ne recyclent pas les capsules comme il se doit. Comme dans le cas précédent, ces éléments montrent que le greenwashing repose sur la mise à profit d'opportunités structurelles pour organiser une fraude environnementale

#### **Axe 3 – Rationalisation**

La rationalisation repose ici sur l'usage de vérités partielles en présentant les capsules comme étant recyclables tout en omettant les particularités techniques à observer pour qu'elles le soient. Keurig transfère la responsabilité aux consommateurs. Ces mécanismes lui permettent de légitimer une fraude ayant recours à un discours environnemental tout en conservant son modèle d'affaires.

#### **Axe 4 – Conséquences**

Tout comme pour le cas Volkswagen, les conséquences du cas Keurig produisent également des dommages bien réels : aggravation des déchets plastiques, la perte de confiance des consommateurs, des

investisseurs et des régulateurs ainsi que des sanctions financières et administratives qui démontrent que le phénomène va bien au-delà de la simple allégation environnementale trompeuse, mais s'inscrit également dans celui d'une fraude environnementale aux effets systémiques.

#### **Axe 5 – Comportements frauduleux**

Les comportements frauduleux du greenwashing de Keurig se traduisent par l'omission volontaire d'information essentielle à la prise de décision, à savoir que les capsules sont recyclables sous certaines conditions techniques. Par la dissimulation de la réalité et le préjudice causé ainsi aux tiers, le cas Keurig révèle que certaines pratiques de greenwashing sont des actes frauduleux.

Tableau 5 Keurig « K-Cup Recyclable Pods »

Axes	Caractéristiques de la fraude	Illustrations
<b>Pression</b>	Pression des parties prenantes (marchés boursiers, actionnaires, consommateurs, régulateurs)	Le marché du café est très concurrentiel, Keurig comme les autres entreprises de capsules font face à une pression croissante sur la recyclabilité des capsules qui représentent un symbole de pollution et de gaspillage, comme mentionné dans the Guardian <sup>14</sup> . Cette pression est d'ailleurs mise en avant dans un reportage de Radio-Canada <sup>15</sup> qui diffuse ses critiques auprès des consommateurs canadiens quant à la recyclabilité réelle des capsules K-CUP. Cette situation a un impact direct sur sa réputation environnementale et ses finances, particulièrement auprès des investisseurs, d'où la diffusion d'informations environnementales trompeuses quant à la recyclabilité des capsules afin de réduire la perception du risque lié au K-Cup et maintenir la confiance des marchés boursiers.
	Pressions internes (objectifs imposés, difficultés financières)	Le modèle d'affaires de Keurig repose sur ses fameuses capsules à usage unique K-CUP qui fait son succès et lui permet de tenir la concurrence. Malgré les critiques environnementales, les sources médiatiques précisent que les capsules restent le modèle d'affaires central de Keurig <sup>16</sup> . Ce qui démontre une forte pression interne pour conserver un modèle rentable, quitte à diffuser des informations environnementales rassurantes.[.]^/\
	Pressions personnelles (difficultés personnelles, système de rémunération lié aux performances, etc.)	Dans le cas de Keurig, il existait une pression morale et éthique qui se traduisait par le fait que l'inventeur des K-CUP exprimait des regrets pour avoir conçu des capsules non recyclables au regard de l'impact environnemental du produit. Selon certains médias, une fois mises bout à bout, ces capsules pourraient faire 10,5 fois le tour de la planète. <sup>17</sup>
<b>Opportunités</b>	Compétences techniques	Le recyclage des capsules est complexe, car il dépend des collectivités, des infrastructures à dispositions et des gestes en amont des consommateurs qui doivent séparer les composantes des capsules et s'assurer qu'elles sont prises en charge par les centres de tri. Le reportage de Radio-Canada démontre que la plupart des consommateurs ne suivent pas ces étapes, ce qui représente une opportunité qui fait recours au terme « recyclable » pour démontrer que ses capsules sont recyclables sans préciser que les matériaux sont recyclables sous certaines conditions induisant ainsi le consommateur en erreur, car il va acheter le produit en le supposant respectueux de l'environnement. L'entreprise saisit donc cette opportunité pour transférer la responsabilité au consommateur.

<sup>14</sup> <https://www.theguardian.com/environment/2015/jun/21/is-my-coffee-pod-machine-eco-friendly>

<sup>15</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=MapDRRm40S8>

<sup>16</sup> <https://www.theguardian.com/sustainable-business/green-mountain-keurig-coffee-pods-waste-recycling>

<sup>17</sup> <https://www.cbc.ca/radio/asithappens/as-it-happens-wednesday-edition-1.2981396/k-cup-inventor-regrets-creating-non-recyclable-keurig-coffee-pod-1.2983243>

<b>Rationalisation</b>	Recherche d'un avantage indu (économique, sociale, etc.)	Les performances financières de Keurig reposent sur le succès de son segment des capsules qui génère l'essentiel de son chiffre d'affaires en présentant ses capsules comme recyclables, l'entreprise maintient ses ventes sur un marché où l'argument environnemental est un critère de choix face à la concurrence et pour obtenir la confiance des marchés boursiers.
	Imputabilité difficile	Keurig transférait la responsabilité de la non-recyclabilité des capsules aux consommateurs, car ces derniers ne respectaient pas les conditions préalables de tri des capsules en séparant les composantes ou en vérifiant que les capsules sont prises en charge par la municipalité.
<b>Conséquences</b>	Présence d'un préjudice	<p>Environnementale : Les capsules Keurig mal conditionnées pour le tri contribuent à l'augmentation des déchets plastiques, augmentant de facto la pollution environnementale</p> <p>Économique : Les consommateurs ont payé les capsules en prenant en compte leur apport écologique ils se sont retrouvé à payer un surcoût pour un produit sur la base de fausses promesses environnementales. Les municipalités aussi se retrouvent à supporter des coûts pour la gestion des déchets non recyclés aux frais des contribuables</p> <p>Concurrentiel : En présentant les capsules comme recyclables, Keurig fausse les règles de la concurrence face à certains concurrents honnêtes</p>
	Violation du cadre juridique, réglementaire, normatif ou éthique	Le recours au terme « recyclable » pour des capsules qui ne l'étaient que théoriquement, Keurig violait les règles de la concurrence ainsi que le droit du consommateur par des publicités mensongères, car omettant certaines informations clés.
	Risques juridiques, sanctions et litiges	<p>Sanctionné par la SEC au paiement d'une amende civile de 1,5 million de dollars aux États-Unis pour allégations trompeuses destinées aux marchés financiers.</p> <p>Sanction par le bureau de la concurrence du Canada au paiement d'une amende de 3 millions de dollars canadiens pour avoir présenté les capsules de manière générale comme recyclables sans en présenter les conditions</p> <p>Dons additionnels de 800 000 dollars canadiens des organismes environnementaux</p> <p>Obligation de publier un avis correctif sur les caractéristiques des capsules.</p>
	Perte de confiance et réputationnelle	La crédibilité environnementale de Keurig s'effondre graduellement, car le public apprend que les promesses vertes ne le sont que théoriquement, car, bien que les capsules soient constituées de matériaux recyclables, elles le sont sous certaines conditions

<b>Comportements frauduleux</b>	Usage de faux manipulation, dissimulation ou omission d'informations importantes	Keurig savait que ces capsules étaient recyclables que sous certaines conditions, mais a omis volontairement d'en informer le public et manipuler l'information en ayant recours à un terme générique « recyclable » dans ce cas <sup>18</sup> .
---------------------------------	--	--

<sup>18</sup><https://www.nytimes.com/2024/09/10/climate/keurig-coffee-pod-sec-recycle.html> <https://www.theguardian.com/environment/2015/jun/21/is-my-coffee-pod-machine-eco-friendly>  
[https://www.keurig.ca/keurigcanadanotice?srsId=AfmBOorz2zjXVasENuMc\\_Hvohlgow-KhO4PSIXzqKguFcDnMepLKIYw](https://www.keurig.ca/keurigcanadanotice?srsId=AfmBOorz2zjXVasENuMc_Hvohlgow-KhO4PSIXzqKguFcDnMepLKIYw)  
<https://www.canada.ca/fr/bureau-concurrence/nouvelles/2022/01/keurig-canada-paiera-une-sanction-de-3millions-de-dollars-pour-repondre-aux-preoccupations-du-bureau-de-la-concurrence-concernant-les-indications-s.html> <https://www.nytimes.com/2016/04/17/business/energy-environment/keurigs-new-k-cup-coffee-is-recyclable-but-hardly-green.html>  
<https://www.ledevoir.com/monde/etats-unis/819558/keurig-devra-payer-1-5-million-us-affaire-recyclabilite-dosettes>  
<https://www.journaldemontreal.com/2015/03/04/liinventeur-des-capsules-k-cup-de-keurig-les-denonce>  
<https://www.cbsnews.com/news/keurig-coffee-pods-not-recyclable-as-advertised-according-to-class-action-suit/>  
<https://www.theguardian.com/sustainable-business/green-mountain-keurig-coffee-pods-waste-recycling>  
[https://www.reuters.com/business/retail-consumer/keurig-pay-15m-fine-over-inaccurate-pod-recyclability-statements-sec-says-2024-09-10/#:~:text=WASHINGTON%2C%20Sept%2010%20\(Reuters\),the%20regulator%20said%20on%20Tuesday](https://www.reuters.com/business/retail-consumer/keurig-pay-15m-fine-over-inaccurate-pod-recyclability-statements-sec-says-2024-09-10/#:~:text=WASHINGTON%2C%20Sept%2010%20(Reuters),the%20regulator%20said%20on%20Tuesday)

### **3.3. Le greenwashing de DWS**

#### **Axe 1 – Pressions**

L'essor de la finance durable au niveau des marchés boursiers fait peser de fortes pressions concurrentielles, réglementaires et boursières sur les gestionnaires d'actifs : les investisseurs s'intéressent plus aux performances extrafinancières ainsi que la conformité aux critères ESG. Le slogan « actifs durables » est utilisé comme stratégie dans le greenwashing de DWS (*tableau 6*), pour renforcer cette perception et orienter les décisions d'investissements tout en préservant la réputation des actionnaires, notamment le groupe de la Deutsche Bank. Comme dans le cas Volkswagen, il y avait une focalisation sur les résultats plutôt que sur la transparence avec des objectifs internes focalisés à présenter les actifs comme durables pour maintenir la croissance et tenir la concurrence. Le greenwashing devient donc une réponse structurelle aux pressions subies par l'entreprise, ce qui l'incite à la fraude en masquant les décalages entre le discours et les pratiques.

#### **Axe 2 – Opportunités**

Les opportunités qui ont conduit au greenwashing de DWS reposent sur des facteurs organisationnels et informationnels : les contrôles internes défaillants qui n'ont pas permis de prendre en charge les alertes internes, l'asymétrie d'information sur les caractéristiques réelles des actifs labellisés ESG présentés aux investisseurs ainsi que la dilution des responsabilités dans la chaîne de décision ont contribué à la création d'un environnement propice à la fraude.

#### **Axe 3 – Rationalisation**

Le greenwashing frauduleux de DWS trouvait sa rationalisation dans la quête d'avantages économiques et réputationnels due à l'attractivité des fonds ESG : les communications de l'entreprise sur base d'allégations trompeuses mettaient en avant des actifs avec des caractéristiques ESG tout en ayant recours au terme « leader ESG » pour acquérir des capitaux, donc influencer les décisions d'investissement et ainsi maintenir la position de l'entreprise sur les marchés. Aussi, les responsabilités diffuses au sein de plusieurs services confortaient cette rationalisation.

#### **Axe 4 – Conséquences**

Les conséquences de la tromperie en matière de greenwashing de la part de DWS ont entraîné des répercussions sur les plans économique, réglementaire et institutionnel. Sur le plan économique et réglementaire, la violation des cadres réglementaires a entraîné un abus de confiance qui a permis que

les capitaux soient investis dans des secteurs polluants pour l'environnement ralentissant les efforts vers un développement durable. Sur le plan institutionnel, les allégations mensongères ont provoqué une perte de confiance des investisseurs et développé une méfiance générale envers les fonds d'investissement. Ces conséquences démontrent que le greenwashing va au-delà de simples allégations trompeuses, mais illustrent les effets d'une fraude verte sur les marchés financiers.

#### **Axe 5 – Comportements frauduleux**

Le cas DWS se caractérise par une asymétrie d'information qui a facilité son greenwashing frauduleux : la manipulation et la dissimulation d'informations essentielles sur les caractéristiques ESG des actifs, le tout, soutenu par une communication marketing qui présente l'entreprise comme leader en matière d'intégration ESG.

Tableau 6 Deutsche Asset Management « DWS Greenwashing »

Axes	Caractéristiques de la fraude	Illustrations
<b>Pression</b>	Pression des parties prenantes (marchés boursiers, actionnaires, consommateurs, régulateurs)	Les marchés boursiers ont un attrait pour les investissements ESG devenus un critère essentiel pour mobiliser les financements avec des dispositifs réglementaires beaucoup plus stricts, comme le fait qu'une simple intégration d'analyse ESG n'est pas suffisant pour communiquer sur la durabilité d'un fonds. Cette demande croissante des investisseurs pour les performances extrafinancières et les fonds labellisés ESG accroît la pression sur les gestionnaires d'actifs dans un contexte de forte concurrence incite DWS à se positionner comme « leader en matière de durabilité », quitte à mentir sur sa politique d'investissements durables qu'il revendiquait comme ESG pour 459 milliards d'euros d'actifs environ la moitié de son portefeuille alors que seuls 70 milliards étaient des actifs labellisés ESG. DWS est le deuxième plus gros gestionnaire d'actifs en Europe après Amundi et aussi filiale de la Deutsche Bank, il faut à tout prix préserver la crédibilité du groupe.
	Pressions internes (objectifs imposés, difficultés financières)	En tant que leader dans la gestion d'actifs, DWS se doit de maintenir ses performances dans un contexte de durabilité, où les ESG sont un argument commercial clé pour maintenir la rentabilité. Les objectifs de la direction étaient d'être leader dans le développement rapide des fonds labellisés ESG, même si les capacités opérationnelles réelles ne le sous-tendaient pas. Les dénonciations de l'ancienne responsable du développement durable démontrent que les alertes internes n'étaient pas prises en considération. Les ESG auraient dû être le moteur de croissance du fonds d'investissement.
	Pressions personnelles (difficultés personnelles, système de rémunération lié aux performances, etc.)	Comme dans la plupart des organismes de ce type, la rémunération des dirigeants et employés est corolaire aux performances financières et commerciales de l'entreprise. Dans le cas de la DWS, les actifs durables sont le levier de croissance, ce qui représente une source de pression pour promouvoir la durabilité des actifs, même s'il existe un décalage entre le discours et la réalité.
<b>Opportunités</b>	Faiblesse des contrôles internes et des audits	DWS communiquait des informations ESG non étayées par des processus suffisamment formalisés, d'ailleurs, les dénonciations de l'ancienne responsable du développement durable démontrent des défaillances de contrôles internes qui se traduisent par la non-prise en charge adéquate des alertes internes (défaut de supervision).
	Compétences techniques	Les ESG sont complexes et il n'y a pas de standards homogènes définis en la matière
	Accès, manipulation d'un système	Les dirigeants et les cadres avaient accès aux systèmes de reporting et de communication de l'information ESG qui ont été adaptés et diffusés aux investisseurs par voie officielle.

	Dilution de responsabilité	Les enquêtes des autorités de réglementation sur les processus internes, les chaînes de décision et les communications, ainsi que les dénonciations internes, démontrent l'existence de défaillances systémiques. DWS étant une filiale de la Deutsche Bank, les responsabilités sont diffuses au sein des équipes.
<b>Rationalisation</b>	Intention délibérée de tromper, ego, excès de confiance, ambition, préméditation ou organisation.	De mi-mai 2020 à janvier 2023, DWS a intentionnellement menti sur sa politique d'investissements durable. Dans son rapport annuel de fin 2020, il revendiquait que près de la moitié de son portefeuille, soit 459 milliards d'euros d'actifs, répondait aux critères ESG alors que seuls 70 milliards d'euros des actifs répondaient à cette qualification conformément au règlement sur la publication d'informations en matière de finance durable mise en place par l'Union européenne. Selon le parquet de Francfort, « DWS a fait une publicité intensive pour des produits présentant certaines caractéristiques environnementales, sociales et de gouvernance (ESG). Mais certaines déclarations « ne correspondaient pas à la réalité », notamment lorsque DWS affirmait "être leader" dans les ESG ou que les ESG faisaient "partie intégrante de son ADN" Cette attitude offensive de DWS constitue une infraction au code des investissements <sup>19</sup> » Même quand l'alerte a été donnée par l'ancienne responsable du développement durable, DWS a continué à nier toute allégation de greenwashing dans un communiqué affirmant que son rapport annuel présentait clairement la différence entre « actifs sous gestion intégrée ESG et les « actifs sous gestion ESG ». Cette situation démontre l'intention délibérée de tromper.
	Recherche d'un avantage indu (économique, sociale, etc.)	En mettant en avant des portefeuilles constitués d'actifs soi-disant ESG, l'objectif visé par DWS était de lever des capitaux, de renforcer sa compétitivité sur le marché de la finance et particulièrement celui de la finance en se présentant comme leader dans le domaine ESG par des allégations trompeuses.
	Imputabilité difficile	Les portefeuilles d'actifs ESG présentés aux investisseurs relèvent de la collaboration entre plusieurs départements. Ni la démission du directeur général ni les résultats des enquêtes n'ont permis de situer clairement les responsabilités
<b>Conséquences</b>	Présence d'un préjudice	Les investisseurs ont été induits en erreur par de fausses allégations ESG, ce qui a contribué à fausser les décisions d'investissement et à orienter les capitaux vers des secteurs qui ont des impacts négatifs sur l'environnement, telles les énergies fossiles. D'un autre côté, les gestionnaires d'actifs avec des politiques ESG plus strictes se sont retrouvés désavantagés sur les marchés financiers par les allégations trompeuses de DWS.

<sup>19</sup> <https://www.lefigaro.fr/flash-eco/allemande-un-gestionnaire-d-actifs-sanctionne-pour-ecoblanchiment-20250402>

	Violation du cadre juridique, réglementaire, normatif ou éthique	Les allégations trompeuses ESG de DWS violaient le cadre juridique des investissements, dont l'Investment advisers act of 1940 et le code allemand des investissements relatifs notamment à la fiabilité et l'exactitude de l'information financière Les allégations trompeuses violaient les règles de la concurrence en défavorisant les gestionnaires avec des politiques plus strictes.
	Risques juridiques, sanctions et litiges	Condamné au paiement d'amendes de 25 millions de dollars par le SEC Condamné au paiement d'amendes de 25 millions d'euros par le tribunal de Francfort Démission du PDG en juin 2022 au cours des enquêtes et perquisitions
	Perte de confiance et réputationnelle	La pression médiatique et l'ampleur du scandale a déconstruit l'image de DWS, qui était associée dorénavant au greenwashing en tant que gestionnaire d'actifs ESG marque du groupe s'est effondrée malgré une tentative de Perte de la confiance des marchés boursiers avec une chute de la valeur des actions du gestionnaire d'actifs de 14% à l'annonce des perquisitions.
<b>Comportements frauduleux</b>	Incohérences ou absence des données, informations non vérifiables	Les allégations portaient sur des actifs labellisés ESG alors que les pratiques réelles étaient différentes. DWS revendiquait 459 milliards d'euros d'actifs ESG environ la moitié de son portefeuille, alors que seuls 70 milliards étaient des actifs labellisés ESG. Cette situation illustre une totale incohérence dans les informations fournies.
	Manipulation, dissimulation ou omission d'informations importantes	Les rapports présentés aux investisseurs ne présentaient pas les informations essentielles sur le niveau d'intégration ESG, à savoir la différence entre « actifs sous gestion intégrés ESG et les « actifs sous gestion ESG », de surcroît, DWS se présentait comme leader en matière d'actifs labellisés ESG, ce qui contribuait à la manipulation <sup>20</sup> .

<sup>20</sup><https://www.youtube.com/watch?v=d8TzL5-pSYo>

<https://www.france24.com/en/live-news/20250402-deutsche-bank-asset-manager-dws-fined-25-mn-euros-for-greenwashing>

<https://www.cnn.com/2022/06/01/investing/deutsche-bank-dws-greenwashing> <https://www.reuters.com/sustainability/german-asset-manager-dws-fined-25-mln-eur-greenwashing-case-2025-04-02/>

<https://www.reuters.com/business/finance/deutsche-banks-dws-allegations-greenwashing-2022-06-09/> <https://www.lesechos.fr/finance-marches/gestion-actifs/greenwashing-amende-record-de-27-millions-deuros-pour-dws-2157726> <https://www.wsj.com/finance/investing/u-s-authorities-probing-deutsche-banks-dws-over-sustainability-claims-11629923018>

[https://www.challenges.fr/entreprise/green-economie/dws-accuse-de-greenwashing-coup-de-semence-pour-tous-les-gestionnaires-d-actifs\\_778392](https://www.challenges.fr/entreprise/green-economie/dws-accuse-de-greenwashing-coup-de-semence-pour-tous-les-gestionnaires-d-actifs_778392)

[https://www.lemonde.fr/international/article/2022/05/31/perquisitions-chez-deutsche-bank-soupeconnee-de-greenwashing-en-allemande\\_6128357\\_3210.html](https://www.lemonde.fr/international/article/2022/05/31/perquisitions-chez-deutsche-bank-soupeconnee-de-greenwashing-en-allemande_6128357_3210.html)

<https://www.theguardian.com/environment/2025/may/18/revealed-european-green-investments-hold-billions-in-fossil-fuel-majors>

### **3.4. Le greenwashing de Samsung**

#### **Axe 1 – Pressions**

Les pressions concurrentielles, réputationnelles et économiques ont été les éléments déclencheurs du greenwashing de Samsung (*tableau 7*) : la baisse de la demande des puces mémoires a entraîné une baisse de profit dans le secteur à la fois chez Samsung et ses concurrents. Cette baisse suivie du retard de lancement de la gamme Galaxy Fold présentait un risque pour la réputation de Samsung. Pour se positionner face à la concurrence et justifier le prix élevé de ses téléphones Galaxy S devant les consommateurs, l'argument « waterproof » a été mis de l'avant et relayé dans plus de 300 publicités dans l'optique de démontrer la robustesse des smartphones et de les présenter comme écologiques. Ces arguments illustrent que le greenwashing est un ensemble de stratégies mis en place en réponse à certaines pressions qui peut conduire à de la fraude verte.

#### **Axe 2 – Opportunités**

Les opportunités saisies par Samsung pour son greenwashing reposent essentiellement sur l'ambiguïté de la norme IP68 (eau douce seulement), très peu comprise par les consommateurs. D'un autre côté, le secteur est très concurrentiel et les consommateurs ont des attentes très élevées envers les smartphones plus résistants, ce qui présente une opportunité pour vendre les Galaxy présentés comme waterproof à un prix plus élevé tout en se positionnant sur le marché face aux concurrents. Cela est d'autant plus vrai qu'un certain laxisme est observable dans le contrôle interne. En effet, les tests de conformité n'ont pas été suffisamment effectués sur plusieurs types d'eau pour assurer la résistance des téléphones, ce qui a entraîné la diffusion de plus de 300 publicités trompeuses sur la durabilité réelle des téléphones face à l'eau.

#### **Axe 3 – Rationalisation**

La rationalisation du greenwashing frauduleux de Samsung se justifie par sa conformité aux normes techniques, car les téléphones sont certifiés IP 68. D'un autre côté, l'avertissement inscrit sur son site et ses notices, qui déconseillent l'usage prolongé du téléphone en mer ou dans la piscine, transférant la responsabilité en cas de dommages aux consommateurs.

#### **Axe 4 – Conséquences**

Le greenwashing de Samsung est perçu comme une fraude informationnelle où la résistance à l'eau a été mise en avant pour masquer les limites réelles des smartphones, ce qui a entraîné des conséquences

juridiques, économiques et réputationnelles : la perte de confiance des consommateurs, plusieurs plaintes qui entache l'image de marque de l'entreprise et alimente la méfiance collective envers les produits de la marque, et, contribue à démontrer que le greenwashing va au-delà de la simple communication trompeuse.

#### **Axe 5 – Comportements frauduleux**

Le cas Samsung présente des pratiques frauduleuses qui consistent à la mise en avant de bénéfices environnementaux et à la dissimulation des risques réels, afin d'obtenir des avantages indus : les publicités montrant l'usage des téléphones dans différentes situations d'immersion partielle ou totale ont permis à Samsung de vendre les Galaxy plus cher, grâce à une illusion de durabilité. L'écart entre la promesse de téléphones résistants à l'eau et la réalité (des téléphones complètement endommagés après l'immersion) va plus loin que la simple communication trompeuse, mais, représente ici une pratique frauduleuse dénotant une intention de tromper le consommateur.

Tableau 7 Samsung « Galaxy waterproof »

Axes	Caractéristiques de la fraude	Illustrations
<b>Pression</b>	Pression des parties prenantes (marchés boursiers, actionnaires, consommateurs, régulateurs)	Le secteur de la téléphonie haut de gamme est fortement concurrentiel, dominé par Apple et Samsung, qui innovent continuellement pour proposer de nouvelles fonctionnalités, comme le cas des Galaxy S, « smartphones waterproof » mis de l'avant par Samsung, qui mise sur la durabilité, pour se différencier aux yeux des consommateurs. Pour cela, certaines fonctionnalités des appareils sont exagérées (résistantes à tout type d'eau), et l'entreprise obtient un avantage concurrentiel. Surtout que ces téléphones dits waterproof étaient vendus plus chers et permettaient d'augmenter les ventes tout en manipulant les informations d'étanchéité préconisées par les normes IP67 et IP68 de la Commission Électronique Internationale (CEI 60529).
	Pressions internes (objectifs imposés, difficultés financières)	Samsung se trouve dans une situation délicate sa réputation est mise en jeu avec le report du Galaxie Fold par suite des critiques survenues lors des premiers tests par des journalistes spécialisées. D'un autre côté, il faut pallier à la perte de profit subi par la chute des prix des puces mémoires, qui génèrent la majeure partie de ses revenus. « Comme les autres acteurs du secteur, Samsung Electronics souffre indirectement de la baisse d'activité du chinois Huawei, qui a considérablement réduit ses commandes mondiales de composants à la suite de la mise en place des sanctions américaines contre ses produits <sup>21</sup> ».
	Pressions personnelles (difficultés personnelles, système de rémunération lié aux performances, etc.)	Dans les modèles d'affaires comme Samsung, le succès des campagnes marketing repose généralement sur le volume des ventes et la part de marché de l'entreprise face aux concurrents, d'où la diffusion de plus de 300 publicités pour justifier le prix élevé des smartphones. Cette situation traduit que le niveau de pression subit par les services marketing pour l'atteinte des objectifs de vente entraîne de facto des allégations trompeuses quant aux caractéristiques des produits vendus (ici la simplification de la norme IP 67 et 68 relatives à l'étanchéité des composantes électroniques des Galaxy S).
<b>Opportunités</b>	Faiblesse des contrôles internes et des audits	L'Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) note que les allégations de Samsung mettant en avant la qualité « waterproof » ne reposaient sur aucune base et n'ont pas fait l'objet de test sur d'autres types d'eau autre que l'eau claire (la norme IP 68 mentionne l'eau douce). Les tests de conformité ont fait défaut avant la mise sur le marché. L'information véhiculée au travers des publicités de Samsung, comme quoi les Galaxy S7, par exemple, étaient waterproof <sup>22</sup> , ne corroborait pas avec les messages écrits sur le site ou les notices, qui ne recommandaient pas l'usage des téléphones à la plage ou à la piscine.

<sup>21</sup> <https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/votre-smartphone-samsung-fonctionne-sous-leau-mensonge-selon-laustralie-1035486>

<sup>22</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=9lqrUvPyuKs> <https://www.youtube.com/watch?v=T3mIX-9j-Vs>

<b>Rationalisation</b>	Recherche d'un avantage indu (économique, sociale, etc.)	En présentant les séries de Galaxy concernées comme waterproof, Samsung les a vendus plus chers que ses autres modèles, et, par ricochet, a obtenu un avantage concurrentiel, car l'argument d'étanchéité face à l'eau ont rendu les modèles attractifs aux yeux des consommateurs par rapport à ceux présentés sur le marché par les concurrents qui n'avaient pas recouru à de fausses allégations de durabilité.
	Imputabilité difficile	Si les publicités de Samsung présentaient les téléphones Galaxy S séries comme waterproof, les sites et notices de l'entreprise déconseillaient l'usage à la piscine et à la plage. Cet avertissement ainsi que le fait que les téléphones soient couverts par une garantie ont permis à Samsung de transférer la responsabilité des dommages causés aux consommateurs, qui se voyaient refuser la réparation des téléphones endommagés par l'eau.
<b>Conséquences</b>	Présence d'un préjudice	Les publicités trompeuses de Samsung ont causé d'énormes préjudices aux consommateurs dont les décisions d'achat ont été manipulées par l'argument waterproof. Ils ont déboursé plus cher pour acquérir des téléphones soi-disant durables, alors que Samsung refusait les réparations avec pour arguments que ces notices déconseillaient l'utilisation en mer et piscine. Les consommateurs se sont retrouvés à payer un surcoût pour une promesse non tenue. L'ACCC a qualifié les publicités de Samsung comme relevant d'un « avantage concurrentiel injuste » qui a desservi les autres fabricants sur le marché.
	Violation du cadre juridique, réglementaire, normatif ou éthique	En diffusant des publicités trompeuses sur la résistance de ses téléphones face à l'eau, Samsung ne respectait pas les conditions des tests édictées par les normes IP67 et IP68; Samsung violait les règles de la concurrence par ses publicités trompeuses qui défavorisait certains concurrents qui se conformaient aux normes IP67 et IP68; Le groupe violait le droit du consommateur par des publicités mensongères qui projetaient une fausse image de téléphone résistant à l'eau.
	Risques juridiques, sanctions et litiges	La Cour fédérale australienne a condamné Samsung au paiement d'une amende de 9,7 millions de dollars pour neuf publicités trompeuses sur la résistance à l'eau de certains modèles de Galaxy ainsi qu'à une injonction pour modifier ses pratiques publicitaires et à la réparation des téléphones des consommateurs affectés.
	Perte de confiance et réputationnelle	L'ACCC a reçu de nombreuses plaintes de consommateurs trompés par les publicités de Samsung et dont les téléphones ont arrêté de fonctionner après un usage dans l'eau. Ce qui a conduit à une méfiance envers les téléphones et nuit à la réputation de Samsung.
<b>Comportements frauduleux</b>	Incohérences ou absence des données, informations non vérifiables	Les publicités diffusées par Samsung qui présentaient les téléphones comme résistants à l'eau avec des surfeurs à la mer, des baignades, etc., alors que le site et les notices du groupe déconseillaient l'usage en mer et piscine.
	Exagération des performances et des bénéfices financiers, environnementaux	Les publicités de Samsung présentaient les téléphones comme durables, car résistants à l'eau alors qu'en réalité, ils échouaient à certains tests standards pour être conformes aux normes IP67 et IP68. L'ACCC a

		reçu plusieurs plaintes de nombreux consommateurs, dont les téléphones ont été endommagés après utilisation en mer, piscine, etc.
	Manipulation, dissimulation ou omission d'informations importantes	Les publicités de Samsung, qui mettent en avant des téléphones waterproof pour justifier leur prix élevé, ont servi à manipuler les décisions d'achat des consommateurs tout en dissimulant les limites réelles des téléphones <sup>23</sup> .

---

<sup>23</sup><https://www.bbc.com/news/technology-36763932> <https://www.theguardian.com/technology/2019/jul/04/acc-sues-samsung-for-misleading-water-resistant-claims-on-galaxy-phones>

[https://www.letemps.ch/cyber/samsung-accuse-mensonge-telephones?srsItid=AfmBOorvUs0OnTIAtKIUwT\\_KNqb7\\_XsiU5yxl0uFDO2UfN6a8skAc9mf](https://www.letemps.ch/cyber/samsung-accuse-mensonge-telephones?srsItid=AfmBOorvUs0OnTIAtKIUwT_KNqb7_XsiU5yxl0uFDO2UfN6a8skAc9mf)

<https://www.reuters.com/article/technology/samsung-australia-fined-9-7-million-over-false-water-resistance-claims-idUSNIKBN2O4066/>

<https://www.accc.gov.au/media-release/samsung-in-court-for-misleading-phone-water-resistance-advertisements>

<https://www.nytimes.com/2018/08/06/technology/personaltech/smartphones-water-rating.html>

### **3.5. Le greenwashing de TotalEnergies**

#### **Axe 1 – Pressions**

Le greenwashing de Total (*tableau 8*) était avant tout une réponse stratégique aux pressions réglementaires, réputationnelles et boursières subies par le groupe de la part des parties prenantes, mais surtout à une quête de légitimité institutionnelle : la diffusion de messages publicitaires, telle « neutralité carbone », « leader de la transition énergétique » par le groupe et ses filiales, était un moyen d’asseoir la crédibilité de l’entreprise, de projeter cette image d’entreprise durable face aux nombreuses contestations dont elle faisait l’objet. Bien au-delà de simples allégations environnementales, ces communications trompeuses ont servi de flanc à une stratégie frauduleuse destinée à acquérir une légitimité institutionnelle et à se positionner face aux concurrents.

#### **Axe 2 – Opportunités**

Un certain nombre d’éléments se sont révélés être des opportunités qui ont favorisé le greenwashing frauduleux de Total : l’existence de flou juridique caractérisé par l’absence de définition juridique stricte de terme telle « neutralité carbone », « net zéro », l’asymétrie d’information entre l’entreprise et les consommateurs qui ne disposent pas de la compétence technique pour différencier le discours climatique de la pratique réelle de l’entreprise, la faiblesse des sanctions pour greenwashing climatique le cas TotalEnergies est une première en matière de sanction judiciaire dans le secteur, mais aussi la temporalité du discours (neutralité carbone 2050) qui rend inexigible l’obligation de résultat à court terme. Ces éléments contribuent à démontrer que les pratiques de greenwashing reposent sur des opportunités structurelles conduisant à la fraude environnementale informationnelle.

#### **Axe 3 – Rationalisation**

La rationalisation du greenwashing repose sur un mécanisme de neutralisation des critiques et de justification morale pour la poursuite de ses investissements dans les énergies fossiles : TotalEnergies est présenté comme compétitif sur le marché des énergies renouvelables par sa conformité avec l’accord de Paris que l’entreprise projette par ses slogans « leader de la transition énergétique », « neutralité carbone 2050 ». L’entreprise transfère la responsabilité de ses actes aux investisseurs, aux consommateurs qui ne disposent pas de l’information réelle. Le nombre de cas de greenwashing dans le secteur étant élevé, la difficulté d’imputabilité fait que ces pratiques trouvent leur argumentation dans l’indispensabilité de certaines énergies fossiles, tel le gaz pour des questions de sécurité énergétique, pour répondre à la demande, rendant les allégations environnementales nécessaires.

#### **Axe 4 – Conséquences**

Les communications trompeuses de TotalEnergies pour atténuer l'impact de ses investissements dans les énergies fossiles ont entraîné des répercussions défavorables : aggravation de la crise climatique par des émissions supplémentaires de gaz à effet de serre, exposition à des recours collectifs et poursuites judiciaires, perte de la confiance des consommateurs. Le cas TotalEnergies démontre que, lorsque le greenwashing est sophistiqué, il produit des conséquences multidimensionnelles qui contribuent en sa qualification en fraude verte.

#### **Axe 5 – Comportements frauduleux**

Les comportements frauduleux dans le greenwashing de TotalEnergies se résument à une communication trompeuse sur fond d'omissions de dissimulations de l'incompatibilité de son modèle d'affaires avec objectifs de durabilité: mise en avant d'investissements mineurs dans les énergies renouvelables, fausses allégations de conformité avec l'accord de Paris, asymétrie d'information, communication marketing sur des objectifs climatiques « neutralité carbone 2050 » alors qu'il existe un énorme écart entre le discours et la réalité. Les comportements frauduleux sanctionnés résultent de la recherche d'un avantage indu qui favorise la pratique de la fraude verte.

Tableau 8 TotalEnergies« Neutralité carbone 2050 »

Axes	Caractéristiques de la fraude	Illustrations
<b>Pression</b>	Pression des parties prenantes (marchés boursiers, actionnaires, consommateurs, régulateurs)	Avec l'augmentation des contentieux climatiques et le durcissement des normes climatiques en Europe à la suite de l'accord de Paris, TotalEnergies subissait une forte contestation de la part de plusieurs ONG, dont Greenpeace, Les Amis de la Terre, Notre Affaire à tous, quant à son modèle d'affaires qui reposent essentiellement sur les énergies fossiles, impactant ainsi sa crédibilité. Cette pression se trouve d'autant plus renforcée par l'attraction des marchés boursiers et des clients pour les énergies vertes. Dans ce contexte, Total, pour ses 100 ans, a procédé à son rebranding en TotalEnergies, qui affiche sa transition vers les énergies renouvelables comme cœur d'affaires sous le slogan « Neutralité carbone. 2050 », « leader de la transition énergétique », alors que plus de 90% de ses investissements reposent sur des énergies fossiles. Le recours à ses termes sans aucune preuve tangible a permis d'influencer les décisions de consommation, comme mentionné dans la décision du tribunal.
	Pressions internes (objectifs imposés, difficultés financières)	TotalEnergies avait pour objectifs de paraître comme un acteur clé de la transition énergétique et de crédibiliser sa stratégie de neutralité carbone d'ici 2050 face aux accusations des ONG, bien que ses investissements reposent à 90% sur du fossile. Le groupe et les filiales devaient donc concilier sa stratégie commerciale « neutralité carbone d'ici 2050 », « leader de la transition énergétique » avec sa politique d'investissement qui est fortement axée sur les énergies fossiles. Cette pression est mise en avant dans la décision de justice du tribunal judiciaire de Paris, qui a condamné solidaire TotalEnergies et TotalEnergies Électricité et Gaz France, car tous leurs supports publicitaires de la filiale véhiculaient les mêmes allégations environnementales. Cette situation démontre un manque d'autonomie de la filiale, mais aussi une pression interne pour conserver l'image d'entreprise en transition énergétique que le groupe veut projeter.
<b>Opportunités</b>	Faiblesse des contrôles internes et des audits	Malgré les contestations des ONG, les allégations environnementales ont continué à être diffusées sur les supports publicitaires du groupe sans encadrement, et ce, jusqu'à ce que l'affaire soit prise en charge par le tribunal judiciaire de Paris. Il n'est fait mention d'aucun rapport de conformité sur le discours climatique de TotalEnergies, qui a d'ailleurs profité du flou juridique qui encadre la définition des termes « neutralité carbone », « acteur de la transition énergétique », etc. Cette situation traduit une défaillance des systèmes de contrôle interne.
	Dilution de responsabilité	La décision du tribunal montre que les objectifs stratégiques du groupe ont été utilisés comme arguments commerciaux par le groupe et ses filiales, sans prise en compte du droit des consommateurs. L'absence de condamnation personnelle dans ce cas démontre que les responsabilités sont diffuses et partagées entre les départements stratégie, commercial, les filiales, etc.

<b>Rationalisation</b>	Recherche d'un avantage indu (économique, sociale, etc.)	En diffusant des publicités sur la base d'allégations environnementales trompeuses comme « neutralité carbone 2050 », leader de la transition énergétique », TotalEnergies cherchait à influencer les décisions des investisseurs et des clients sensibles à la cause climatique et de consommation, à limiter les effets réputationnels de l'action des ONG climatiques, et à se positionner face à la concurrence comme entreprise en conformité avec l'accord de Paris (réduire le réchauffement climatique en dessous de 2° C et atteindre la neutralité carbone nette).
	Imputabilité difficile	Le greenwashing de TotalEnergies est qualifié de pratique solidaire dont les responsabilités ont été partagées entre le groupe et la filiale, comme attestées par les sanctions prononcées par le tribunal.
<b>Conséquences</b>	Présence d'un préjudice	Les allégations trompeuses de TotalEnergies contribuent à aggraver la crise climatique par des émissions supplémentaires de gaz à effet de serre et à empêcher l'atteinte de l'accord de Paris, dont la réduction jusqu'à 1,5°C du niveau de réchauffement climatique. L'asymétrie d'information a permis d'influencer les décisions des investisseurs et des consommateurs orientés sur les énergies vertes et a permis à TotalEnergies de fausser la concurrence en présentant ses produits dérivés comme ayant une empreinte carbone moins faible que les autres tout en maintenant l'essentiel de ses investissements dans les énergies fossiles. Le tribunal a reconnu également un préjudice moral pour les trois ONG Greenpeace, Les Amis de la Terre, Notre Affaire à Tous pour désinformation du public et atteinte aux objectifs de protection de l'environnement qu'elles défendent.
	Violation du cadre juridique, réglementaire, normatif ou éthique	Les pratiques commerciales de TotalEnergies violaient les dispositions des articles L.121.-1 et suivants du Code de la consommation ainsi que les dispositions de l'article 1240 du Code civil relatif à la responsabilité civile. Les publicités mensongères n'étaient pas conformes à l'accord de Paris concernant la neutralité carbone nette et la réduction du niveau de réchauffement climatique et son maintien à 1,5°C.
	Risques juridiques, sanctions et litiges	TotalEnergies et Total Énergies Électricité et Gaz France ont été condamnées solidairement. Pour TotalEnergies, les sanctions sont : Le paiement de 10 000 euros à chacune des trois ONG demanderesses; Le règlement de 20 000 euros au titre des frais de justice à sa charge; À l'obligation de publier le jugement sur son site internet pendant 180 jours sous astreinte de 10.000 euros par jour de retard ; À l'interdiction et le retrait des communications et messages trompeurs, telle « neutralité carbone 2050 », de son site et de ses supports de communication dans un délai d'un mois sous astreinte de 10.000 euros par jour de retard;
	Perte de confiance et réputationnelle	La condamnation de TotalEnergies, une première, devient une jurisprudence qui l'affaiblit et ébranle la confiance des investisseurs et des consommateurs en ses discours écologiques, notamment en l'optique d'une future transition verte nette sans énergies fossiles.

<b>Comportements frauduleux</b>	Incohérences ou absence des données, informations non vérifiables	Les allégations environnementales faites par TotalEnergies portaient sur des informations non vérifiables comme « acteur » ou « leader » de la transition énergétique, « faible empreinte carbone » ou n'étaient pas soutenues par des données tangibles comme « neutralité carbone 2050 ».
	Manipulation, dissimulation ou omission d'informations importantes	Les communications environnementales servaient à dissimuler l'impact environnemental réel de TotalEnergies, caractérisé par un investissement massif dans les énergies fossiles <sup>24</sup> .

<sup>24</sup><https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2025/10/Decision-Total-Greenwashing.pdf>

<https://www.reuters.com/sustainability/boards-policy-regulation/french-court-rules-totalenergies-misled-consumers-with-carbon-neutrality-claims-2025-10-23/>

<https://totalenergies.com/news/press-releases/clarification-by-totalEnergies> <https://www.rfi.fr/fr/podcasts/questions-d-environnement/20251023-le-g%C3%A9ant-fran%C3%A7ais-totalenergies-fait-il-du-greenwashing>

<https://www.journaldemontreal.com/2020/07/23/shell-et-total-dependent-90-vers-les-fossiles-malgre-leurs-engagements>

<https://www.greenpeace.fr/espace-presse/total-condamnee-pour-greenwashing-un-precedent-juridique-majeur-contre-la-desinformation-climatique-des-majors-petrolieres/>

<https://bonpote.com/total-condamnee-pour-greenwashing-decryptage-dune-decision-qui-fera-date/>

<https://www.amisdela terre.org/communiqu%C3%A9-presse/total-condamnee-pour-greenwashing-un-precedent-juridique-majeur-contre-la-desinformation-climatique-des-majors-petrolieres/>

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-06-05/totalenergies-accused-in-france-of-greenwashing-after-rebrand>

[https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/10/23/ecoblanchiment-totalenergies-condamne-pour-pratiques-commerciales-trompeuses\\_6649036\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2025/10/23/ecoblanchiment-totalenergies-condamne-pour-pratiques-commerciales-trompeuses_6649036_3234.html)

<https://www.france24.com/fr/info-en-continu/20251023-jugement-attendu-jeudi-%C3%A0-paris-dans-le-proc%C3%A8s-de-totalenergies-pour-greenwashing>

[https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/energie/une-premiere-mondiale-accusee-de-greenwashing-totalenergies-est-condamnee-pour-ses-publicites-trompeuses-sur-son-ambition-d-atteindre-la-neutralite-carbone\\_AD-202510230512.html](https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/energie/une-premiere-mondiale-accusee-de-greenwashing-totalenergies-est-condamnee-pour-ses-publicites-trompeuses-sur-son-ambition-d-atteindre-la-neutralite-carbone_AD-202510230512.html)

## CHAPITRE 4 Discussion

Les résultats de cette étude confirment les constats établis dans la littérature selon lesquels le greenwashing est une communication environnementale trompeuse utilisée par les organisations pour manipuler ou pour embellir de façon sélective leurs pratiques environnementales et projeter une fausse image d'entreprise verte (Ballan et Czarnecki, 2024 ; Delmas et Burbano, 2011 ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Montgomery et al., 2024 ; Walker et Wan, 2012).

Toutefois, contrairement à Kurpierz et Smith (2020), qui appliquent les outils de la fraude au greenwashing et maintiennent qu'il faut distinguer les deux concepts en maintenant le greenwashing dans le champ de la simple communication trompeuse et la fraude dans celui de la tromperie délibérée, cette étude démontre que cette manipulation de l'information doit aujourd'hui être considérée au regard des enjeux planétaires dans la perspective d'une fraude ESG structurée, telle qu'illustrée par Tarjo et al. (2024), et cela est encore plus vrai dans un contexte d'anthropocène où les pratiques d'écoblanchiment exercent une forte pression sur les limites planétaires, censées être le fondement de la durabilité des entreprises, comme l'ont développé Whiteman, Walker et Perego (2013), Grabs (2023) et Steffen et al. (2011), puis renforcé par Banerjee et Arjaliès (2021), Bebbington et al. (2019), et Bebbington et Rubin (2022).

En effet, dans l'anthropocène (Bebbington et Rubin, 2022), l'enjeu n'est plus seulement d'« informer » sur la durabilité, mais de rendre possible une gouvernance collective responsable, fondée sur des trajectoires socioécologiques contraintes par des seuils biophysiques. Autrement dit, la crédibilité de l'information environnementale s'érige comme un cadre de référence pour les régulateurs, investisseurs, consommateurs et communautés en ce sens qu'elle oriente l'allocation du capital, la concurrence et la légitimité des modèles d'affaires, dans un contexte où les dommages sont cumulatifs, parfois irréversibles, et où le temps de réaction est décisif. Dans cette configuration, le greenwashing ne peut plus être réduit à une « communication trompeuse » parmi d'autres : il constitue une altération matérielle des mécanismes de reddition de comptes, car il fabrique une apparence de conformité, de progrès ou d'innocuité environnementale là où les pratiques observées révèlent plutôt des logiques de dissimulation, d'omission et de falsification.

Les résultats empiriques de ce mémoire montrent précisément cette dynamique : l'écart n'est pas marginal ni accidentel, il s'appuie sur des dispositifs organisationnels qui produisent un avantage indu tout en reportant les coûts (écologiques, sociaux, réputationnels) sur des tiers. C'est pourquoi, à l'ère de

l'anthropocène, qualifier le greenwashing de fraude n'est pas seulement une posture normative : c'est une requalification cohérente avec la fonction de l'information environnementale et avec la nature du préjudice produit.

Les cinq cas de cette étude montrent des facteurs constitutifs de la fraude, telle l'intention de tromper (Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Ballan et Czarnezki, 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005), la violation de cadre réglementaire (ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Ballan et Czarnezki, 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Zahra et al., 2005), l'avantage indu (Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Dempere et al., 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005) ainsi que le préjudice (Bolton & Hand, 2002; Dyck et al., 2024; Wells, 2014; Zahra et al., 2005), qui prouvent que la frontière entre la simple communication trompeuse et la fraude est franchie, et cela d'autant plus en s'inscrivant dans le paradigme de l'anthropocène où les violations de l'écosystème et de la biodiversité deviennent des enjeux vitaux pour l'humanité. L'écart entre le discours trompeur et la réalité est analysé ici à travers son impact et la manière dont les allégations ont été organisées, institutionnalisées et rationalisées par les organisations.

Dans le cas Samsung, les caractéristiques environnementales (résistance à l'eau) sont mises en avant tout en excluant les dommages hydriques de la garantie, ces derniers sont ainsi transférés aux consommateurs, ce qui peut conduire à une détérioration du produit et de ce fait à une surconsommation (rachat, réparation, etc.). Même si la falsification des données n'est pas manifeste, l'affaire Samsung présente des caractéristiques de fraude. Il y a l'intention de tromper (l'entreprise profite d'une ambiguïté réglementaire, ici la norme IP 68 « résistance à l'eau douce », pour présenter ses téléphones comme résistants à plusieurs types d'eau). Il y a aussi le préjudice causé (les dommages hydriques causés par l'exposition ne sont pas couverts par la garantie, alors que les consommateurs ont payé plus cher pour une fausse promesse de durabilité). Enfin, il y a la recherche d'un avantage indu (vendre les Galaxy S concernés plus chers, obtenir un avantage concurrentiel, réduire les coûts de service après-vente).

Le cas DWS illustre également comment l'écart entre les allégations environnementales et les pratiques internes constitue un pont vers la fraude environnementale. En déclarant aux investisseurs que près de la moitié des actifs sous gestion intégraient les « critères ESG » sans aucune modification réelle des actifs et

en s'autoproclamant comme « leader » du secteur sans aucune preuve, l'entreprise manifeste l'intention de tromper les marchés de durabilité en violant le code des investissements par la présentation d'actifs conformes aux attentes des investisseurs « verts ». L'avantage indu recherché ici était l'accès aux capitaux des marchés durables et l'avantage concurrentiel, ce qui, bien évidemment, a provoqué un préjudice qui s'est traduit par une distorsion des marchés des capitaux durables qui se sont retrouvés à investir dans des actifs nocifs pour l'environnement.

Le cas Keurig exploite un vide réglementaire encadrant la définition de « recyclable » pour présenter ses capsules comme recyclables alors que le décalage entre ces allégations et la réalité produit des tonnes de déchets plastiques pour l'environnement. Keurig sait très bien que toutes les municipalités ne sont pas outillées pour recycler ses capsules, et, que les capsules devraient également être conditionnées par les consommateurs, avant la prise en charge par les collectivités responsable du tri réel et du recyclage. Cette asymétrie d'information révèle l'intention de tromper en amont. Contrairement aux deux premiers cas où le préjudice environnemental est indirect, dans le cas Keurig, les capsules mal conditionnées pour le tri contribuent à l'augmentation des déchets plastiques, augmentant de facto la pollution environnementale ainsi que les coûts de gestion des déchets non recyclés pour les collectivités, sachant que les consommateurs paient un surcoût pour ces capsules sur la base de fausses promesses environnementales. Tout ceci est fait pour maintenir son modèle d'affaires, qui génère l'essentiel de ses revenus et qui lui assure une position concurrentielle (avantage indu).

Le cas TotalEnergies représente un stade avancé de ce continuum vers la fraude. L'entreprise prône une transition énergétique durable dans un échéancier fixe, alors que son modèle d'affaires dépend des énergies fossiles. La stratégie « verte » de TotalEnergies (branding, discours, publicités, etc.) devient une couverture pour masquer le maintien de ses investissements fossiles nocifs pour l'environnement, en totale violation de l'accord de Paris et les dispositions des articles L.121.-1 et suivants du Code de la consommation ainsi que les dispositions de l'article 1240 du Code civil français. La tromperie devient donc plus structurée. Elle a pour objet de se positionner sur le marché des capitaux durables, et de mitiger les risques réputationnels (avantages indus). Sauf que l'asymétrie d'information créée par la stratégie de TotalEnergies nuit à l'atteinte des objectifs de l'accord de Paris, aggrave la crise climatique et crée une distorsion des marchés financiers (préjudice).

Le cas de Volkswagen est le point culminant du continuum. Tous les ingrédients sont réunis pour qualifier ce greenwashing d'acte frauduleux au sens pénal du terme: l'installation d'un logiciel truqué pour falsifier des tests officiels met en évidence l'intention réelle de tromper. Le greenwashing n'est plus structurel, il est systémique, et ce système est mis en place pour mobiliser des capitaux, se conformer en apparence aux normes, augmenter son chiffre d'affaires tout en réduisant les coûts d'investissement. Néanmoins, comme dans toute fraude, cette supercherie a eu, en plus de son impact environnemental (pollution constante avec émission de NOx 40 fois supérieure à la norme), des conséquences sanitaires et économiques énormes.

En plus de répondre à la logique de la définition frauduleuse, les cinq cas étudiés répondent à la définition des trois dimensions du triangle de la fraude.

Ensuite, les résultats de l'étude analysés au travers de la théorie de la fraude contribuent à démontrer, que le greenwashing n'est plus à percevoir comme une communication trompeuse, mais comme une fraude rationalisée qui s'appuie sur des opportunités, pour faire face à des pressions dans le domaine de la durabilité :

**Pressions** : Les résultats de l'analyse des cinq cas mettent en évidence des pressions réglementaires, économiques, concurrentielles, mais surtout réputationnelles pour se conformer aux attentes ESG des marchés de capitaux, des régulateurs, des consommateurs (Feghali et al., 2025; Ballan et Czarnezki, 2024; Tarjo et al., 2024), mais aussi pour atteindre des objectifs très ambitieux que les organisations se fixent dans le but de projeter une image d'entreprise durable (Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Ballan et Czarnezki, 2024 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Skousen et al., 2009 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005).

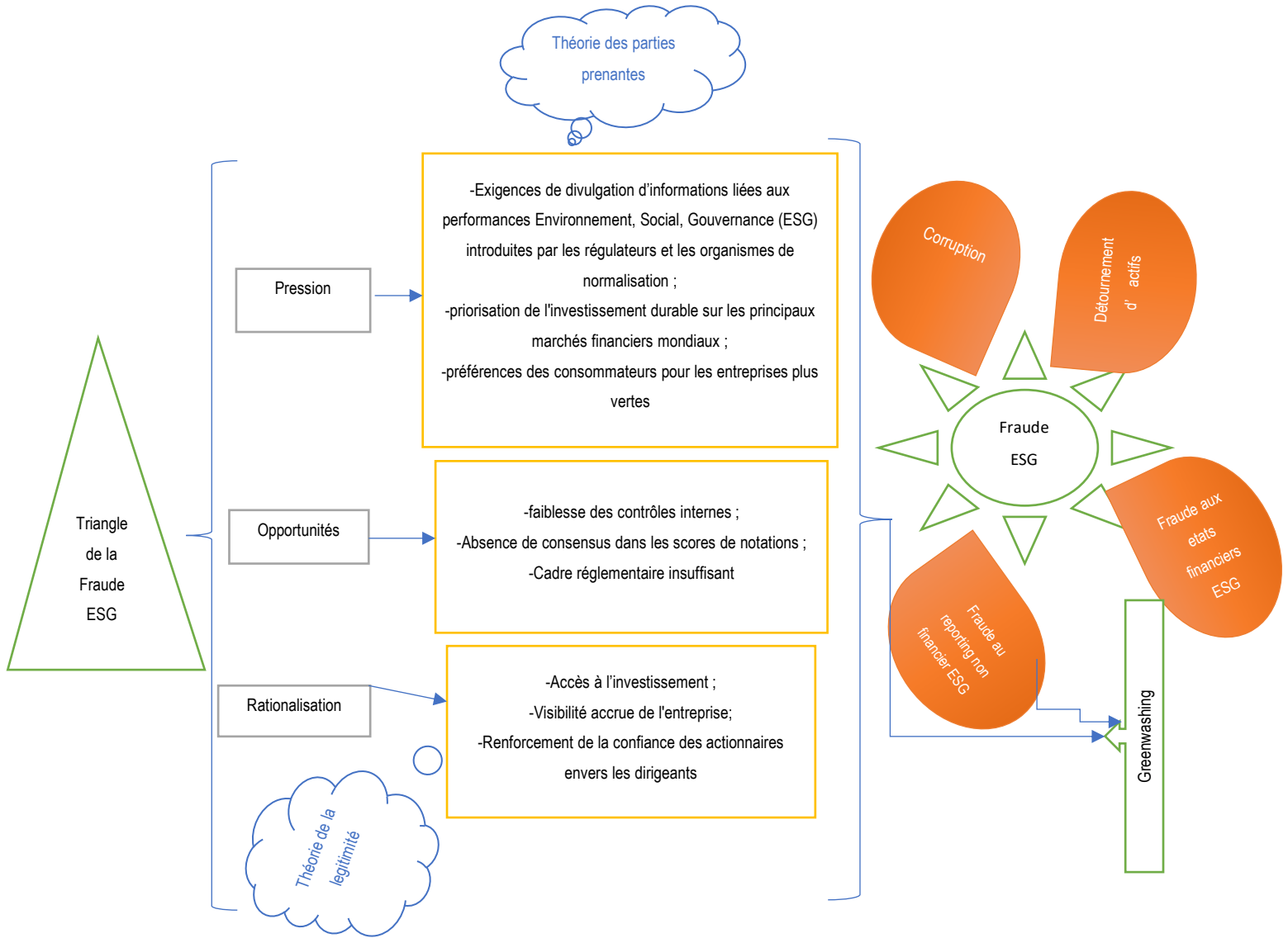
**Opportunités** : Elles reposent souvent sur des failles réglementaires dans la définition des termes de durabilité, la complexité des techniques et terminologies utilisées, la faiblesse des contrôles et plus communément à l'asymétrie dans l'information communiquée par les entreprises aux différentes parties prenantes, comme les régulateurs, les investisseurs, les consommateurs (Abdullahi et Mansor, 2015 ; ACFE et Grant Thornton, 2022 ; Dorminey et al., 2012 ; Dyck et al., 2024 ; Kaplan et al., 2023 ; Soltani, 2014 ; Tarjo et al., 2024 ; Vousinas, 2019 ; Wells, 2014 ; Zahra et al., 2005).

**Rationalisation** : Les cas de greenwashing frauduleux trouvent leur rationalisation dans les discours de transition écologique mis de l'avant, tels que « neutralité carbone » et « leader ESG » (Terrachoice, 2007, 2010), la banalisation des pratiques d'écoblanchiment (de Freitas Netto et al., 2020 ; Delmas et Burbano, 2011a ; Lyon et Montgomery, 2015 ; Walker et Wan, 2012), qui se reflète par la multiplication des cas de greenwashing à travers le monde, montrant ainsi que la pratique est acceptée par de nombreuses organisations ; la dilution des responsabilités entre plusieurs niveaux hiérarchiques et services. Tout ce dispositif contribue à rendre le greenwashing moralement acceptable à leurs yeux.

Enfin, les résultats démontrent ainsi que, dans le contexte des limites planétaires mis au cœur de l'anthropocène, le greenwashing est une réponse organisationnelle aux attentes combinées de durabilité et performance des parties prenantes dont les conséquences freinent les efforts de transition verte (Richardson et al., 2023 ; Steffen, Grinevald, Crutzen et McNeill, 2011; Rockström et al., 2009) par la distorsion d'information qu'il produit.

Ces résultats tirent la sonnette d'alarme sur un nouveau risque de fraude, la fraude ESG, qui, comme la fraude traditionnelle, se lit au travers de la théorie de la fraude (figure 4.1) et dont les répercussions nuisent à l'équilibre écologique.

Figure 4.1 Proposition de cadre conceptuel de la fraude ESG



## CONCLUSION

Cette recherche avait pour objectif d'analyser les pratiques de greenwashing à la lumière des concepts de la fraude traditionnelle, en posant la question suivante : le greenwashing doit-il être considéré comme une fraude à l'ère de l'anthropocène ? Plus particulièrement, elle explore le greenwashing à travers le prisme de la fraude, dans un contexte marqué par l'anthropocène qui met l'accent sur l'impact des activités qui mettent à rude épreuve les limites planétaires. Elle se demande si le greenwashing n'est pas simplement de la fraude ESG.

Pour y répondre, cette étude conceptualise les définitions et les concepts théoriques de la fraude issus de la littérature académique pour analyser le greenwashing à travers des études de cas emblématiques : Samsung (Galaxy waterproof), DWS (fonds ESG), Keurig (K-Cup recyclables), TotalEnergies (neutralité carbone 2050), Volkswagen (Dieselgate).

Les résultats montrent que le greenwashing va au-delà de la simple communication trompeuse pour adopter les caractéristiques d'une fraude environnementale : dans un premier, il repose sur une manipulation intentionnelle de l'information environnementale qui vise à altérer le jugement des parties prenantes (régulateurs, investisseurs, consommateur) dans leur prise de décision. Cette tromperie conduit à une asymétrie d'information comme celle observée dans les pratiques frauduleuses. Aussi, comme dans le cas de la fraude, les pratiques de greenwashing reposent sur une logique opportuniste : face aux pressions réglementaires, concurrentielles, et économiques, les entreprises multiplient les tromperies informationnelles afin d'améliorer leur réputation verte, de paraître plus crédibles aux yeux du public et de mobiliser des capitaux, ce qui contribue à rendre le greenwashing moralement acceptable à leurs yeux, l'alignant ainsi sur le triangle de la fraude (pression, opportunité, rationalisation).

Toutefois, cette étude comporte certaines limites : elle repose pour l'essentiel sur des informations issues de sources secondaires majoritairement nord-américains, qui peuvent comporter des biais et ne couvrent pas le monde entier. Les cas étudiés sont des cas très médiatisés, ce qui n'offre qu'une vision partielle des cas de greenwashing.

Néanmoins, ces limites ouvrent la voie à des pistes de recherche futures intéressantes, telle l'analyse comparative des cadres réglementaires internationaux qui encadrent le greenwashing, la recherche pourrait approfondir les travaux empiriques en analysant un échantillon plus grand, en réalisant des

entretiens avec des professionnels de la fraude, du greenwashing, de la durabilité afin d'évaluer l'intention frauduleuse derrière les pratiques de greenwashing.

En somme, cette étude confirme que le greenwashing devrait être considéré à l'ère de l'anthropocène comme beaucoup plus que de communication informationnelle trompeuse, mais plutôt comme un continuum frauduleux sur la durabilité, aux conséquences désastreuses pour les écosystèmes.

## ANNEXE A

### [Notation News Guard 2025 des médias de l'étude]

lemonde.fr NewsGuard

Le site internet du Monde, l'un des quotidiens français les plus influents au niveau national et international, couvrant l'actualité généraliste française et internationale.

**95 / 100**

Généralement crédible: Ce site adhère à la plupart des standards de base de crédibilité et de transparence.

CRÉDIBILITÉ	TRANSPARENCE
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ne publie pas de contenus faux ou grossièrement trompeurs de manière répétée</li> <li>Recueille et présente l'information de façon responsable</li> <li>Dispose de procédures efficaces pour corriger les erreurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le site indique à qui il appartient et comment il est financé</li> <li>Identifie clairement la publicité</li> <li>Indique qui est responsable des contenus et tous conflits d'intérêts possibles</li> </ul>

[VOIR L'ÉTIQUETTE NUTRITIONNELLE COMPLÈTE](#)

MyIQ [Ouvrir >](#)

**Est-ce un TDAH ou un QI élevé?**  
Écouter de la musique sous la douche

TDAH  QI élevé

[FAIRE LE TEST](#)

**LIVE Les députés examinent la suspension de la réforme des retraites, le PS votera pour et LFI contre: les dernières informations en direct**

BENJAMIN GRÉTTE POUR « LE MONDE »

**L'écrivain Boualem Sansal incarcéré en**

L'HISTOIRE

theguardian.com NewsGuard

The website of The Guardian, a daily newspaper based in London known for its left-of-centre point of view and investigations into governments, politicians, and companies around the world.

**100 / 100**

High Credibility: This website adheres to all nine standards of credibility and transparency.

CRÉDIBILITÉ	TRANSPARENCE
<ul style="list-style-type: none"> <li>Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content</li> <li>Gathers and presents information responsibly</li> <li>Has effective practices for correcting errors</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website discloses ownership and financing</li> <li>Clearly labels advertising</li> <li>Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest</li> </ul>

[SEE THE FULL NUTRITION LABEL](#)

Personalised advertising, advertising measurement, audience research and services development

Personalised content and content measurement

**It's your choice**

When we make the Guardian available to you online, we and our partners may use cookies and similar technologies to help us to do this. Some are necessary to help our website work properly and can't be switched off, and some are optional but support the Guardian and your experience in other ways. To do this we work with a cross section of 132 partners.

Cook...  
tech...  
acce...  
page...  
We u...  
you, ...  
online interactions with us to provide, analyse and improve our services. Depending on your choice, we may also use your data to personalise content or advertising.

Are you happy to accept cookies?  
To manage your cookie choices now, or to opt out where our partners rely on legitimate interests to use your information, [click on manage cookies](#).

[Yes, I accept](#) [No, thank you](#) [Manage cookies](#)

nytimes.com NewsGuard

The website of a New York-based news organization with a network of journalists worldwide whose coverage exerts significant influence on national and international news and on public debate.

**100 / 100**

High Credibility: This website adheres to all nine standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
<ul style="list-style-type: none"> <li>Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content</li> <li>Gathers and presents information responsibly</li> <li>Has effective practices for correcting errors</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website discloses ownership and financing</li> <li>Clearly labels advertising</li> <li>Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest</li> </ul>

[SEE THE FULL NUTRITION LABEL](#)

Epstein Alleged in Emails That Trump Knew of His Conduct

In a message obtained by Congress, the convicted sex offender Jeffrey Epstein wrote that Donald Trump spent hours at his house with one of Mr. Epstein's victims.

8 MIN READ

Read the Epstein Emails That Mention Trump

All the Canals and Charm of Amsterdam. None of the Crowds.

Leiden, a city whose university is often called the Oxford of the Netherlands, features museums.

propublica.org NewsGuard

A nonprofit news organization that publishes deeply reported investigations that have won a variety of awards, including eight Pulitzer Prizes.

**100 / 100**

High Credibility: This website adheres to all nine standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
<ul style="list-style-type: none"> <li>Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content</li> <li>Gathers and presents information responsibly</li> <li>Has effective practices for correcting errors</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website discloses ownership and financing</li> <li>Clearly labels advertising</li> <li>Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest</li> </ul>

[SEE THE FULL NUTRITION LABEL](#)

How Trump Has Exploited Pardons and Clemency to Reward Allies and Supporters

The president's second term has brought a flood of clemency for allies and donors — as well as felons, like him, who were convicted of financial wrongdoing.

by Jeremy Kohler, November 12, 2025, 5:30 am EST

Journalism That Holds Power to Account

Sign up for ProPublica's Big Story newsletter and get our latest stories delivered straight to your inbox.

you@example.com

[Get the Newsletter](#)

cbc.ca NewsGuard

The English-language website of CBC/Radio-Canada, the national public broadcaster for television and radio programming. The website's French-language counterpart is Radio-Canada.ca.

**92.5 / 100**

Generally Credible: This website mostly adheres to basic standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
✓ Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content	✓ Website discloses ownership and financing
✓ Gathers and presents information responsibly	✗ Clearly labels advertising
✓ Has effective practices for correcting errors	✓ Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest

**SEE THE FULL NUTRITION LABEL**

ADONIS

NEWS Top Stories Local Climate World

Former Para skier Marcoux named honorary captain of Canada's Paralympic team for Milan-Cortina Games

Early, unexpected snowfall hits

We and select advertising partners collect some of your data in order to give you a better experience through personalized content and advertising. To limit the collection of your data, please modify your privacy preferences. You can learn more in our [Privacy Notice](#).

Modify my preferences Close

reuters.com NewsGuard

The website for Reuters, an award-winning global news agency that provides content for customers in more than 120 countries.

**100 / 100**

High Credibility: This website adheres to all nine standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
✓ Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content	✓ Website discloses ownership and financing
✓ Gathers and presents information responsibly	✓ Clearly labels advertising
✓ Has effective practices for correcting errors	✓ Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest

**SEE THE FULL NUTRITION LABEL**

myIQ

ADHD

Reuters World Business Markets Sustainability Legal

SPX 6,849.49 +0.04% IXIC 23,395.76 -0.31% DJI 48,281.77 +0.74% STO

Podcast · Reuters World News Flights, Marjorie Taylor Greene and Australia's social media ban

House Democrats release Epstein papers saying Trump 'knew about the girls'

Convicted sex offender Jeffrey Epstein said Donald Trump knew about the girls that Epstein was accused of victimizing, according to emails released on Wednesday by Democrats in the U.S. House of Representatives.

5 mins ago

SPORTING LIFE

ULTIMATE SKI & SNOWBOARD EVENT

ON NOW!

UP TO 50% OFF EQUIPMENT, OUTERWEAR, ACCESSORIES & MORE!

ENDS NOV. 12

SHOP NOW

ft.com NewsGuard

The website of the Financial Times, an international newspaper headquartered in London and best known for its reporting on business, finance, and politics.

**100 / 100**

High Credibility: This website adheres to all nine standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
✓ Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content	✓ Website discloses ownership and financing
✓ Gathers and presents information responsibly	✓ Clearly labels advertising
✓ Has effective practices for correcting errors	✓ Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest

**SEE THE FULL NUTRITION LABEL**

Store and/or access information on a device  
 Personalised advertising, advertising and content measurement, audience research and services development

[Manage Cookies](#) [Accept Cookies](#)

Impartial reporting informed opinion  
As global economic uncertainty to aid your decisions.  
[Try for £1](#)

Jeffrey Epstein  
Trump 'spent hours' at Epstein's house with victim of sex trafficking  
Edward Luce

How the American dream turned out to be pay to play  
Brooke Masters

Chimpanzees are better at reasoning than we thought  
Anjana Ahuja

washingtonpost.com NewsGuard

The website for The Washington Post, a leading daily newspaper owned by Amazon founder Jeff Bezos, publishing local, national, and international news and in-depth analysis.

**100 / 100**

High Credibility: This website adheres to all nine standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
✓ Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content	✓ Website discloses ownership and financing
✓ Gathers and presents information responsibly	✓ Clearly labels advertising
✓ Has effective practices for correcting errors	✓ Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest

**SEE THE FULL NUTRITION LABEL**

[Subscribe](#) [Sign in](#)

Ecofriendly Premium Beachwood Space Saving Hangers

The Washington Post  
Democracy Dies in Darkness

Politics Opinions Style Investigations Climate Well-Being Business Tech World D.C., Md. & Va. Sports Crosswords & Games Ask The Post AI

Trending Northern lights Jack Schlossberg Cleto Escobedo III Hongqi bridge collapse Surprising cancer symptoms Cheryl Hines's memoir

Newly released Epstein email claims that Trump 'spent hours' with victim  
In the 2011 email released by House

Opinions > Mitch Daniels Public norms have been warped. Is the damage permanent?

for justice after husband's death dies aged 63 **The Guardian** Western US states fail to agree on plan to manage Colorado River before federal deadline **Fast Company** Heavy solar storms could trigger northern lights all [Hide](#)

bloomberg.com

AGF European Equ  
Learn More

**NewsGuard**

The website of Bloomberg News, one of the world's largest news organizations, named after founder Michael Bloomberg, the billionaire philanthropist and former New York City mayor.

**100 / 100**

High Credibility: This website adheres to all nine standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
✓ Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content	✓ Website discloses ownership and financing
✓ Gathers and presents information responsibly	✓ Clearly labels advertising
✓ Has effective practices for correcting errors	✓ Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest

SEE THE FULL NUTRITION LABEL

Top Securities S&P 500 6,838.39 ▼0.13% Nasdaq 23,357.71 ▼0.4%

**Shutdown Is Now the Longest in US History**

● Democratic presidencies ● Republican presidencies

Date	Party	Duration (Days)
10/6/1990	Republican	~10
11/14/1995	Democratic	~15
12/16/1995	Democratic	~25
10/1/2013	Democratic	~20
1/20/2018	Republican	~15
12/22/2018	Republican	~35
10/1/2025	Republican	~45

**Atlanta Fed's Bostic to Retire When Term Ends in February**

**Latest** All categories

- 20 min Pulte Cites 'Portable Mortgages' After 50-Year Idea Draws Fire
- 27 min Wall Street Bankers in Switzerland Seek Pay Bump on Franc Surge
- 50 min Pentagon Overstated Shutdown Impact on Secretive Missile Program
- 55 min Toyota Pledges to Invest Up to \$10 Billion in Its US Operations

bbc.com

Home News Sport Business

Israel-Gaza War War in Ukraine US & Canada UK Africa

**NewsGuard**

The website for the BBC, the world's largest public news broadcaster. Its international news coverage is published in more than 40 languages.

**95 / 100**

Generally Credible: This website mostly adheres to basic standards of credibility and transparency.

CREDIBILITY	TRANSPARENCY
✓ Does not repeatedly publish false or egregiously misleading content	✓ Website discloses ownership and financing
✓ Gathers and presents information responsibly	✓ Clearly labels advertising
✓ Has effective practices for correcting errors	✓ Reveals who's in charge, including any possible conflicts of interest

SEE THE FULL NUTRITION LABEL

**NEWS**

**LIVE White House says release of emails claiming Trump spent hours with Epstein victim is 'fake narrative'**

The White House says the victim - whose name is redacted in the emails - is the late Virginia Giuffre.

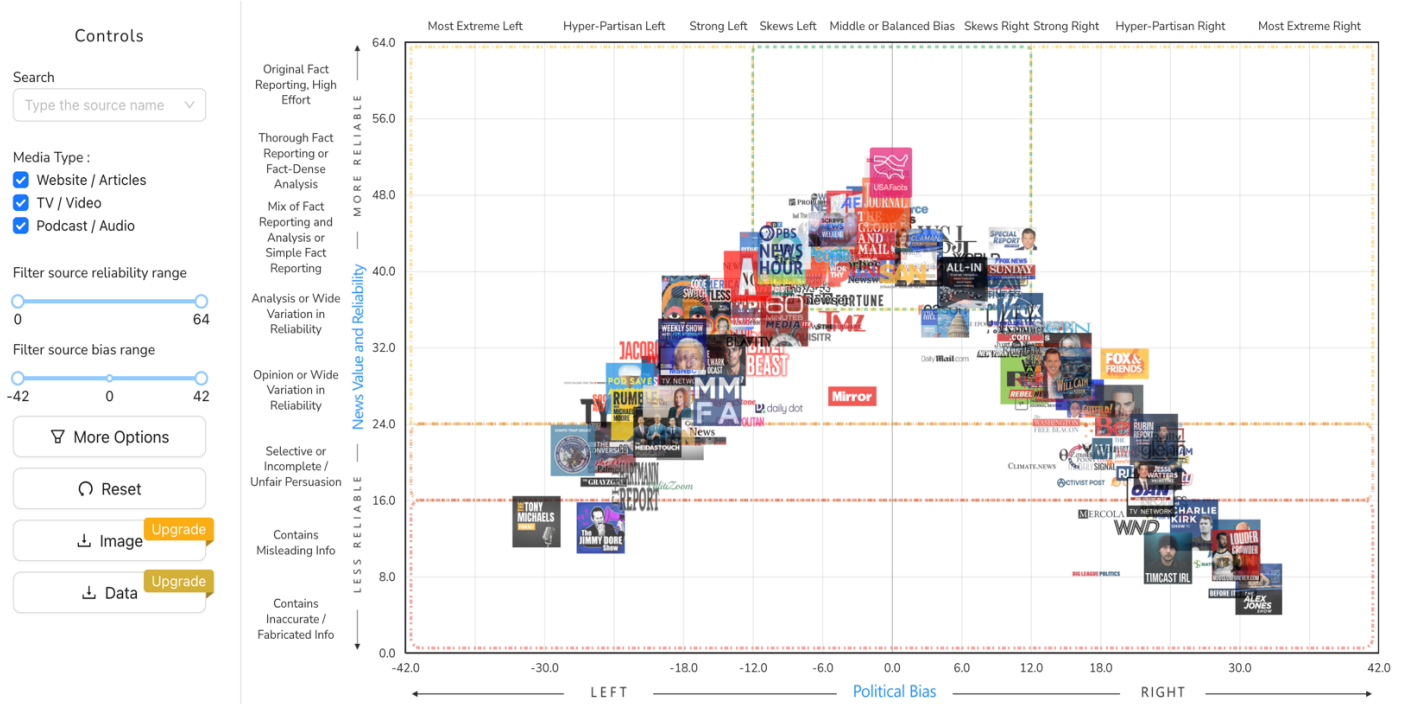


**US House set for crunch vote on ending historic government shutdown**

Republicans sound confident the bill will

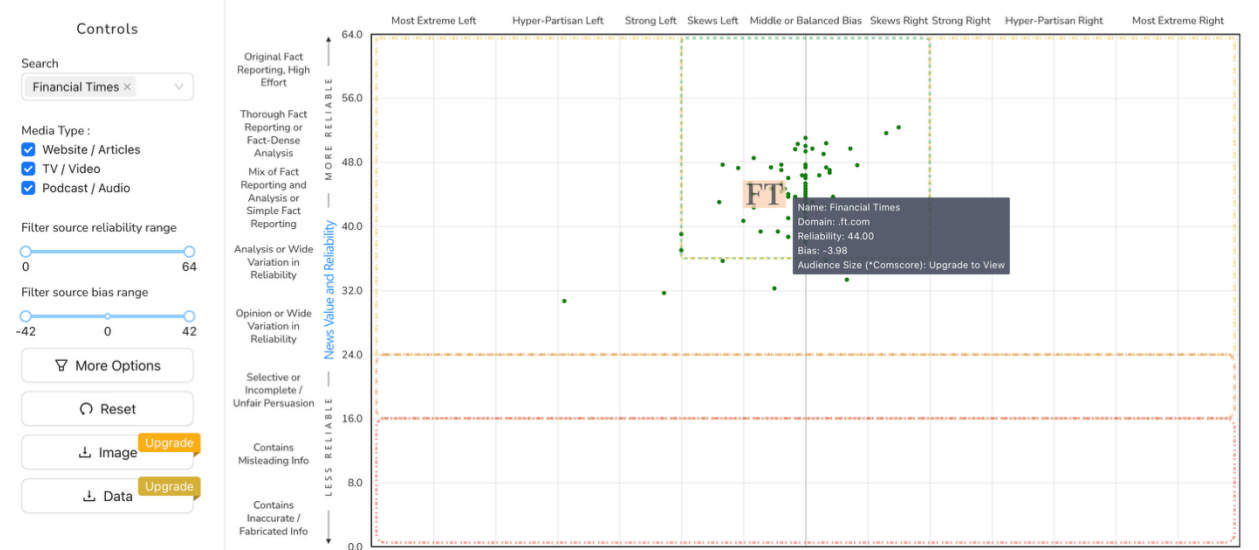
# ANNEXE B

[Notation Adfontes 2025 des médias de l'étude]

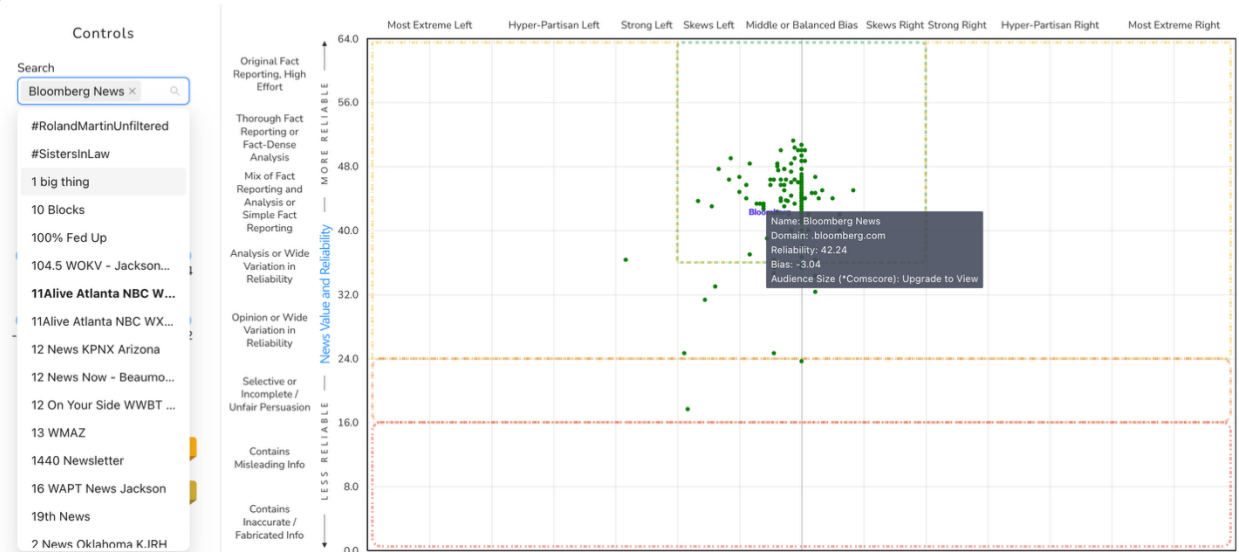


Get Media Bias Chart® Lite Version on the Mobile App

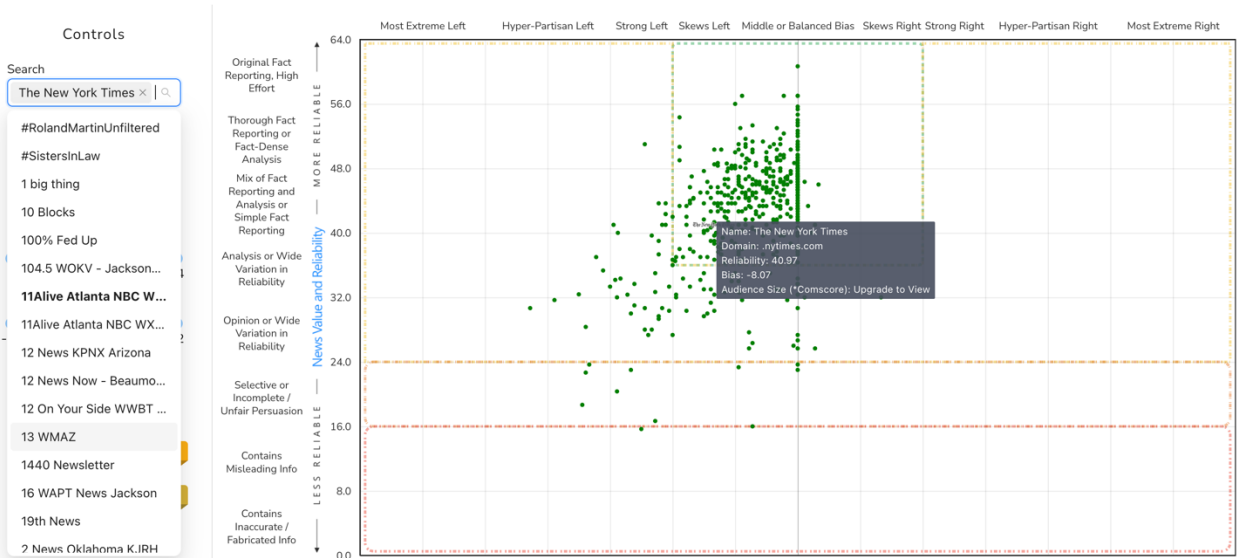
or episodes. Use search box to isolate the displayed sources (in bold) and see their individual articles c



Use search box to isolate the displayed sources (in bold) and see their individual articles or episodes.



Use search box to isolate the displayed sources (in bold) and see their individual articles or episodes.



Use search box to isolate the displayed sources (in bold) and see their individual articles or episodes.

### Controls

Search

ProPublica x

- #RolandMartinUnfiltered
- #SistersInLaw
- 1 big thing
- 10 Blocks
- 100% Fed Up
- 104.5 WOKV - Jackson...
- 11Alive Atlanta NBC W...**
- 11Alive Atlanta NBC WX...
- 12 News KPNX Arizona
- 12 News Now - Beaumo...
- 12 On Your Side WWBT ...
- 13 WMAZ
- 1440 Newsletter
- 16 WAPT News Jackson
- 19th News
- 2 News Oklahoma K.IRH



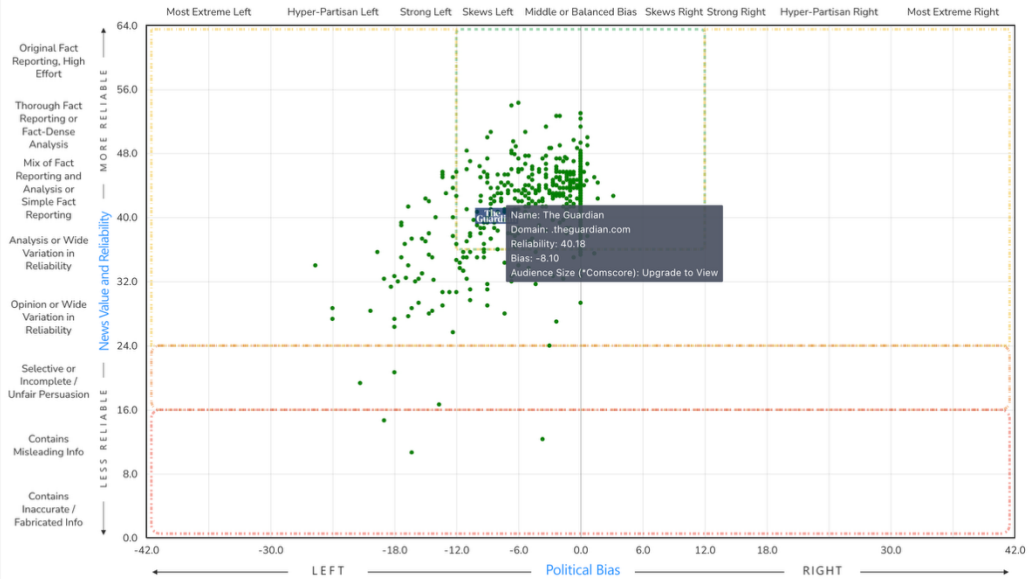
\* Audience Size is provided by Comscore Media Metrix® Multi-Platform and represents an unduplicated measure of digital audiences across desktop and mobile devices. Comscore audience size is visible on a limited number of sources on this free version. Use of Comscore data is subject to their [Terms of Use](#) and [Product Terms](#). To see Comscore audience data for all available news sources, learn about our [Data Platform](#). Media Bias Chart® Licensed Copy. Copyright © [Aut Fontes Media Inc](#) 2025

### Controls

Search

The Guardian x

- #RolandMartinUnfiltered
- #SistersInLaw
- 1 big thing
- 10 Blocks
- 100% Fed Up
- 104.5 WOKV - Jackson...
- 11Alive Atlanta NBC W...**
- 11Alive Atlanta NBC WX...
- 12 News KPNX Arizona
- 12 News Now - Beaumo...
- 12 On Your Side WWBT ...
- 13 WMAZ
- 1440 Newsletter
- 16 WAPT News Jackson
- 19th News
- 2 News Oklahoma K.IRH



\* Audience Size is provided by Comscore Media Metrix® Multi-Platform and represents an unduplicated measure of digital audiences across desktop and mobile devices. Comscore audience size is visible on a limited number of sources on this free version. Use of Comscore data is subject to their [Terms of Use](#) and [Product Terms](#). To see Comscore audience data for all available news sources, learn about our [Data Platform](#). Media Bias Chart® Licensed Copy. Copyright © [Aut Fontes Media Inc](#) 2025

## RÉFÉRENCES

- Abdullahi, R., & Mansor, N. (2015). Fraud Triangle Theory and Fraud Diamond Theory. Understanding the Convergent and Divergent For Future Research. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 5(4), Pages 38-45. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v5-i4/1823>
- ACFE, & Grant Thornton. (2022). ACFE and G. Thornton, Managing Fraud Risks in an Evolving ESG Environment. 2022—Recherche Google. [https://www.acfe-mexico.com.mx/inicio/sitepad-data/uploads//2022/06/ACFE\\_GT\\_ESGReport-digital.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.acfe-mexico.com.mx/inicio/sitepad-data/uploads//2022/06/ACFE_GT_ESGReport-digital.pdf?utm_source=chatgpt.com)
- Ballan, B., & Czarnecki, J. J. (2024). Disclosure, Greenwashing, and the Future of ESG Litigation. 81(2), 545-654.
- Banerjee, S. B., & Arjaliès, D.-L. (2021). Celebrating the End of Enlightenment : Organization Theory in the Age of the Anthropocene and Gaia (and why neither is the solution to our ecological crisis). *Organization Theory*, 2(4), 26317877211036714. <https://doi.org/10.1177/26317877211036714>
- Bebbington, J., Österblom, H., Crona, B., Jouffray, J.-B., Larrinaga, C., Russell, S., & Scholtens, B. (2019). Accounting and accountability in the Anthropocene. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 33(1), 152-177. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-11-2018-3745>
- Bebbington, J., & Rubin, A. (2022). Accounting in the Anthropocene : A roadmap for stewardship. *Accounting and Business Research*, 52(5), 582-596. <https://doi.org/10.1080/00014788.2022.2079780>
- Ben Mahjoub, L. (2024). Greenwashing practices and ESG reporting : An international review. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 45(1-2), 173-188. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-08-2024-0365>
- Bernini, F., Giuliani, M., & La Rosa, F. (2024). Measuring greenwashing : A systematic methodological literature review. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 33(4), 649-667. <https://doi.org/10.1111/beer.12631>
- Bernini, F., & La Rosa, F. (2024). Research in the greenwashing field : Concepts, theories, and potential impacts on economic and social value. *Journal of Management and Governance*, 28(2), 405-444. <https://doi.org/10.1007/s10997-023-09686-5>
- Boiral, O. (2013). Sustainability reports as simulacra? A counter-account of A and A+ GRI reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(7), 1036-1071. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2012-00998>
- Bolton, R. J., & Hand, D. J. (2002). Statistical Fraud Detection : A Review. *Statistical Science*, 17(3), 235-255. <https://doi.org/10.1214/ss/1042727940>

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chen, Y.-S., & Chang, C.-H. (2013). Greenwash and Green Trust : The Mediation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489-500. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1360-0>
- Cherry, M. A., & Sneirson, J. F. (2010). Beyond Profit : Rethinking Corporate Social Responsibility and Greenwashing after the BP Oil Disaster. *Tulane Law Review*, 85, 983.
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W., & Rodrigue, M. (2015). Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 40, 78-94. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.12.003>
- Crutzen, P. J. (2002). The “anthropocene”. *Journal de Physique IV (Proceedings)*, 12(10), 1-5. <https://doi.org/10.1051/jp4:20020447>
- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. da L. (2020). Concepts and forms of greenwashing : A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Del Vitto, A., Marazzina, D., & Stocco, D. (2023). ESG ratings explainability through machine learning techniques. *Annals of Operations Research*, 1-30. <https://doi.org/10.1007/s10479-023-05514-z>
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Dempere, J., Alamash, E., & Mattos, P. (2024). Unveiling the truth : Greenwashing in sustainable finance. *Frontiers in Sustainability*, 5. <https://doi.org/10.3389/frsus.2024.1362051>
- Dorminey, J., Fleming, A. S., Kranacher, M.-J., & Riley, R. A. (2012). The Evolution of Fraud Theory. 27(2), 555-579.
- Dornadula, V. N., & Geetha, S. (2019). Credit Card Fraud Detection using Machine Learning Algorithms. *Procedia Computer Science*, 165, 631-641. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.01.057>
- Du, X. (2015). How the Market Values Greenwashing? Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 128(3), 547-574. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2122-y>

- Dyck, A., Morse, A., & Zingales, L. (2024). How pervasive is corporate fraud? *Review of Accounting Studies*, 29(1), 736-769. <https://doi.org/10.1007/s11142-022-09738-5>
- Ergene, S., Calás, M. B., & Smircich, L. (2018). Ecologies of Sustainable Concerns : Organization Theorizing for the Anthropocene. *Gender, Work & Organization*, 25(3), 222-245. <https://doi.org/10.1111/gwao.12189>
- Feghali, K., Najem, R., & Metcalfe, B. D. (2025). Greenwashing in the era of sustainability : A systematic literature review. *Corporate Governance and Sustainability Review*, 9(1), 18-31. <https://doi.org/10.22495/cgsrv9i1p2>
- Grabs, J. (2023). Business accountability in the Anthropocene. *Environmental Policy and Governance*, 33(6), 615-630. <https://doi.org/10.1002/eet.2081>
- Gu, Y., Dai, J., & Vasarhelyi, M. A. (2023). Audit 4.0-based ESG assurance : An example of using satellite images on GHG emissions. *International Journal of Accounting Information Systems*, 50, 100625. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2023.100625>
- Hao, X., Tian, T., Dong, L., Wong, C. W. Y., & Lai, K. (2025). Unmasking greenwashing in ESG disclosure : Insights from evolutionary game analysis. *Annals of Operations Research*. <https://doi.org/10.1007/s10479-025-06538-3>
- Heikkurinen, P., Clegg, S., Pinnington, A. H., Nicolopoulou, K., & Alcaraz, J. M. (2021). Managing the Anthropocene : Relational Agency and Power to Respect Planetary Boundaries. *Organization & Environment*, 34(2), 267-286. <https://doi.org/10.1177/1086026619881145>
- Kaplan, R., Soonawalla, K., & Stroehle, J. (2023). How to avoid greenwashing through audits ? A framework for social and environmental assurance.
- Kou, Y., Lu, C.-T., Sirwongwattana, S., & Huang, Y.-P. (2004). Survey of fraud detection techniques. *IEEE International Conference on Networking, Sensing and Control*, 2004, 2, 749-754 Vol.2. <https://doi.org/10.1109/ICNSC.2004.1297040>
- Kurpierz, J. R., & Smith, K. (2020). The greenwashing triangle : Adapting tools from fraud to improve CSR reporting. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(6), 1075-1093. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-10-2018-0272>
- Leonidou, C. N., & Skarmeas, D. (2017). Gray Shades of Green : Causes and Consequences of Green Skepticism. *Journal of Business Ethics*, 144(2), 401-415. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2829-4>

- Leucci, F. (2022). Valuing Environmental Damages : Fundamental Issues and Methods. *Erasmus Law Review*, 15(3), 156-172. <https://doi.org/10.5553/ELR.000234>
- Li, D., Ma, C., Yang, J., & Li, H. (2024). ESG performance and corporate fraud. *Finance Research Letters*, 62, 105212. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105212>
- Li, D., Zhang, Z., & Gao, X. (2024). Does artificial intelligence deter greenwashing? *Finance Research Letters*, 67, 105954. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105954>
- Liu, Y., Li, W., Wang, L., & Meng, Q. (2023). Why greenwashing occurs and what happens afterwards? A systematic literature review and future research agenda. 30(56), 118102-118116. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-30571-z>
- Lyon, T. P., & Maxwell, J. W. (2011). Greenwash : Corporate Environmental Disclosure under Threat of Audit. *Journal of Economics & Management Strategy*, 20(1), 3-41. <https://doi.org/10.1111/j.1530-9134.2010.00282.x>
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The Means and End of Greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223-249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- Maria, M. M. L., Zonatto, V. C. da S., Maria, E., Louzada, L. C., & Nascimento, S. P. (2024). The Practice of Green Washing Motivated by Financial Constraints : An Analysis in Global Economies. 18(7), 1-26. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-060>
- Montgomery, A. W., Lyon, T. P., & Barg, J. (2024). No End in Sight? A Greenwash Review and Research Agenda. *Organization & Environment*, 37(2), 221-256. <https://doi.org/10.1177/10860266231168905>
- Mukherjee, A., & Ghosh, S. (2025). Greenwashing Risks in Environmental Quality Competition : Detection and Deterrence. *Games*, 16(2), 14. <https://doi.org/10.3390/g16020014>
- Persakis, A., Nikolopoulos, T., Negkakis, I. C., & Pavlopoulos, A. (2025). Greenwashing in marketing : A systematic literature review and bibliometric analysis. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. <https://doi.org/10.1007/s12208-025-00452-x>
- Pham, N. T., & Barretta, P. G. (2024). Green Marketing or Greenwashing : How Consumers Evaluate Environmental Ads. 26(1), 19-33.
- Poiriazzi, E., Zournatzidou, G., Konteos, G., & Sariannidis, N. (2025). Analyzing the Interconnection Between Environmental, Social, and Governance (ESG) Criteria and Corporate Corruption : Revealing the Significant Impact of Greenwashing. *Administrative Sciences*, 15(3), 100. <https://doi.org/10.3390/admsci15030100>

- Richardson, K., Steffen, W., Lucht, W., Bendtsen, J., Cornell, S. E., Donges, J. F., Drüke, M., Fetzer, I., Bala, G., von Bloh, W., Feulner, G., Fiedler, S., Gerten, D., Gleeson, T., Hofmann, M., Huiskamp, W., Kummu, M., Mohan, C., Nogués-Bravo, D., ... Rockström, J. (2023). Earth beyond six of nine planetary boundaries. *Science Advances*, 9(37), eadh2458. <https://doi.org/10.1126/sciadv.adh2458>
- Rockström, J., Steffen, W., Noone, K., Persson, Å., Chapin, F. S., Lambin, E. F., Lenton, T. M., Scheffer, M., Folke, C., Schellnhuber, H. J., Nykvist, B., de Wit, C. A., Hughes, T., van der Leeuw, S., Rodhe, H., Sörlin, S., Snyder, P. K., Costanza, R., Svedin, U., ... Foley, J. A. (2009). A safe operating space for humanity. *Nature*, 461(7263), 472-475. <https://doi.org/10.1038/461472a>
- Shrivastava, P., Zsolnai, L., Wasieleski, D., Stafford-Smith, M., Walker, T., Weber, O., Krosinsky, C., & Oram, D. (2019). Finance and Management for the Anthropocene. *Organization & Environment*, 32(1), 26-40. <https://doi.org/10.1177/1086026619831451>
- Skousen, C. J., Smith, K. R., & Wright, C. J. (2009). Detecting and predicting financial statement fraud : The effectiveness of the fraud triangle and SAS No. 99. In M. Hirschey, K. John, & A. K. Makhija (Éds.), *Corporate Governance and Firm Performance* (Vol. 13, p. 0). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1569-3732\(2009\)0000013005](https://doi.org/10.1108/S1569-3732(2009)0000013005)
- Soltani, B. (2014). The Anatomy of Corporate Fraud : A Comparative Analysis of High Profile American and European Corporate Scandals. 120(2), 251-274. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1660-z>
- Steffen, W., Grinevald, J., Crutzen, P., & McNeill, J. (2011). The Anthropocene : Conceptual and historical perspectives. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 369(1938), 842-867. <https://doi.org/10.1098/rsta.2010.0327>
- Steffen, W., Persson, Å., Deutsch, L., Zalasiewicz, J., Williams, M., Richardson, K., Crumley, C., Crutzen, P., Folke, C., Gordon, L., Molina, M., Ramanathan, V., Rockström, J., Scheffer, M., Schellnhuber, H. J., & Svedin, U. (2011). The Anthropocene : From Global Change to Planetary Stewardship. *AMBIO*, 40(7), 739-761. <https://doi.org/10.1007/s13280-011-0185-x>
- Sun, W., Chen, S., Jiao, Y., & Feng, X. (2024). How does ESG constrain corporate earnings management? Evidence from China. *Finance Research Letters*, 61, 104983. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.104983>
- Tarjo, T., Anggono, A., Said, J., & Sakti, E. (2024). Environmental, Social, and Governance (ESG) Fraud : A bibliometric study and systematic literature review. *E3S Web of Conferences*, 499, 01002. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202449901002>
- Terrachoice. (2007). THE SINS OF GREENWASHING. [https://sustainability.usask.ca/documents/Six\\_Sins\\_of\\_Greenwashing\\_nov2007.pdf](https://sustainability.usask.ca/documents/Six_Sins_of_Greenwashing_nov2007.pdf)

- Terrachoice. (2010). THE SEVEN SINS OF GREENWASHING HOME AND FAMILY EDITION 2010. [https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice The Sins of Greenwashing - Home and Family Edition 2010.pdf](https://www.twosides.info/wp-content/uploads/2018/05/Terrachoice%20The%20Sins%20of%20Greenwashing%20-%20Home%20and%20Family%20Edition%202010.pdf)
- Torelli, R., Balluchi, F., & Lazzini, A. (2020). Greenwashing and environmental communication : Effects on stakeholders' perceptions. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 407-421. <https://doi.org/10.1002/bse.2373>
- Vousinas, G. L. (2019). Advancing theory of fraud : The S.C.O.R.E. model. *Journal of Financial Crime*, 26(1), 372-381. <https://doi.org/10.1108/JFC-12-2017-0128>
- Walker, K., & Wan, F. (2012). The Harm of Symbolic Actions and Green-Washing : Corporate Actions and Communications on Environmental Performance and Their Financial Implications. *Journal of Business Ethics*, 109(2), 227-242. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1122-4>
- Wells, J. T. (2014). *Principles of fraud examination (fourth edition)* (Wiley).
- West, J., & Bhattacharya, M. (2016). Intelligent financial fraud detection : A comprehensive review. *Computers & Security*, 57, 47-66. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2015.09.005>
- Whiteman, G., Walker, B., & Perego, P. (2013). Planetary Boundaries : Ecological Foundations for Corporate Sustainability. *Journal of Management Studies*, 50(2), 307-336. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2012.01073.x>
- Williams, A., Perego, P., & Whiteman, G. (2025). Boundary Conditions for Organizations in the Anthropocene : A Review of the Planetary Boundaries Framework 10 Years On. *Journal of Management Studies*, 62(4), 1811-1846. <https://doi.org/10.1111/joms.13150>
- Wright, C., Nyberg, D., Rickards, L., & Freund, J. (2018). Organizing in the Anthropocene. *Organization*, 25(4), 455-471. <https://doi.org/10.1177/1350508418779649>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications (6th ed.)*. Sage Publications, Inc.
- Yu, E. P., Luu, B. V., & Chen, C. H. (2020). Greenwashing in environmental, social and governance disclosures. *Research in International Business and Finance*, 52, 101192. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101192>
- Zahra, S. A., Priem, R. L., & Rasheed, A. A. (2005). The Antecedents and Consequences of Top Management Fraud. *Journal of Management*, 31(6), 803-828. <https://doi.org/10.1177/0149206305279598>

Zhang, J., & Liu, Z. (2023). Study on the Impact of Corporate ESG Performance on Green Innovation Performance—Evidence from Listed Companies in China A-Shares. *Sustainability*, 15(20), Article 20. <https://doi.org/10.3390/su152014750>