

## « Finance Verte et RSE : Entre Crédibilité et Défis du Greenwashing »

## « Green finance and CSR: Between Credibility and the challenges of Greenwashing. »

**GNAOUI Imane : Doctorante**

Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestions des Organisations  
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion  
Université Ibn Tofail- Kenitra - Maroc

**MOUTAHADDIB Aziz : Professeur d'Enseignement Supérieur**

Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestions des Organisations  
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion  
Université Ibn Tofail- Kenitra - Maroc

**HABBOUCH Sami : Maitre de Conférences**

Laboratoire de Recherche en Sciences de Gestions des Organisations  
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion  
Université Ibn Tofail- Kenitra - Maroc

---

**Résumé :** La RSE et la finance verte sont deux notions mutuellement connectées et étroitement liées. Les engagements et initiatives prises dans le cadre d'une démarche RSE, se concrétisent par la mise en place des instruments de la finance verte, permettant ainsi à l'entreprise de se positionner en tant qu'acteur écologique et de contribuer au développement durable. Toutefois, ces deux notions peuvent être menacées par des risques du greenwashing. Ce phénomène est qualifié par des pratiques trompeuses et mensongères, des communications flous de la part des entreprises ayant comme perspective d'attirer l'attention des investisseurs, tout en réorientant leurs fonds vers des projets non durable et nuisible à l'environnement.

Pour assurer la crédibilité de la démarche RSE et les pratiques de la finance verte, plusieurs approches et techniques sont mise en œuvre pour renforcer les engagements en matière de responsabilité sociale et d'améliorer la réputation de l'entreprise. Parmi ces techniques, figurent la réalisation des missions d'audit, la publication des rapports extra-financiers, ainsi que l'adoption de nouveaux modèles d'analyse tels que la Fintech, blockchain, et l'orientation vers les néobanques écologiques. L'objectif est d'attirer des investisseurs désireux d'investir leurs fonds dans des projets qualifié de « Verts » contribuant ainsi à la protection de l'environnement et au développement durable.

**Mots clés : RSE ; Finance verte ; Greenwashing ; Fintech ; Crowdfunding ; Développement durable.**

**Abstract :**

Green finance and CSR are mutually connected and closely linked. The commitments and initiatives undertaken as part of a CSR approach lead to the implementation of green finance instruments. This helps companies to position themselves as ecological players and contribute to sustainable development. However, both concepts may face greenwashing risks. This phenomenon is characterized by deceptive and misleading practices that aim to attract attention of investors in order to redirect their funds towards projects that are unsustainable and harmful to the environment. To guaranty credibility of the CSR and green finance practices, several technics and approaches are used to enhance and reinforce the CSR commitments in order to ameliorate corporate reputation. Among these techniques are the performance of audit mission, the publication of extra-financial reports, as well as adoption of new analysis models such as Fintech, blockchain, crowdfunding, and orientation towards green neobanks. The aim is to attract investors wishing to invest their fund in “Green project”, thereby contributing to environmental development.

**Key words:** CSR; Green Finance; Fintech; Greenwashing; Crowdfunding ; Sustainable development

---

**Digital Object Identifier (DOI):** <https://doi.org/10.5281/zenodo.14390779>

## **Introduction :**

Parmi les majeures préoccupations des entreprises est la réalisation du profit par le biais de leurs activités. Toutefois, elles font désormais face à des pressions croissantes de la part des parties prenantes, qui exigent une intégration dans les activités de l'entreprise des pratiques écologiques et socialement responsables afin de réduire leurs impacts sur l'environnement.

Cependant, les entreprises se trouvent dans l'obligation de suivre des démarches écologiques, des réglementations et des pratiques socialement responsables qui contribuent à l'amélioration de l'environnement et au développement durable tout en restant économiquement viable.

Pour ce faire, la démarche RSE intervient pour intégrer des préoccupations d'ordre sociales, environnementales et éthiques dans les décisions et stratégies des entreprises, au-delà de la réalisation du profit. La mise en œuvre de la démarche repose sur la réalisation d'un ensemble d'action que l'entreprise doit entreprendre et accomplir. L'obtention d'un label RSE délivré par des organismes et des confédérations tels que le label de la CGEM, atteste l'orientation de l'activité de l'entreprise vers des actions impactant positivement l'environnement. Des communications sur la démarche RSE de façon transparente, claire et précise, renforcent la confiance des investisseurs et des parties prenantes envers l'entreprise. Cela permet de gagner en termes de compétitivité et de se positionner stratégiquement sur le marché. La concrétisation des actions et initiatives de la démarche RSE se réalise par l'intégration de la finance verte dans la stratégie de l'entreprise. Ceci implique l'utilisation des instruments financiers qualifiés de « Vert » tels que les obligations vertes, prêts verts, fonds d'investissement vert, dans l'objectif de financer des projets axés sur la protection de l'environnement, le développement des énergies renouvelables et l'accélération de la transition écologique.

Le croisement entre la volonté de réalisation du profit et l'engagement dans des projets socialement responsables exerce une pression sur les entreprises. Cela peut pousser les à manipuler leurs informations extra-financières, à diffuser des discours flous, d'utiliser des packagings trompeurs ou à adopter des faux labels. Tous ces pratiques entraînent l'émergence du phénomène du Greenwashing. Ce dernier reflète toute manipulation ou acte trompeur et/ou mensongère visant à faire croire en un engagement des entreprises dans des projets, activités ou toutes initiatives en faveur de l'environnement et le développement durable. Cette pratique risque non seulement de nuire à l'image et réputation de l'entreprise mais également à perdre la confiance des investisseurs et des parties prenantes dans les projets dits « verts ». Cependant,

le financement des projets durables et authentique diminue face à la montée du scepticisme des investisseurs, ce qui ralentit la transition écologique et affaiblit les initiatives environnementales.

Cet article adopte une approche qualitative, centrée sur une revue de littérature, à travers laquelle nous procéderons, en utilisant la technique de recueil documentaire, à la collecte des données et des informations en s'appuyant sur les études préalables, les écrits et documents déjà existant. L'objectif est de définir avec précision les concepts de base : RSE, finance verte et greenwashing et de décortiquer la relation entre le 3 concepts.

Nous concentrerons notre étude à l'analyse des liens de causalité entre les notions de base, en examinant la nature de leur relation pour déterminer s'il s'agit d'un cercle vertueux ou vicieux. Enfin, nous présenterons divers moyens, permettant à l'entreprise de réduire les illusions du greenwashing et de prévoir ses risques afin d'assurer une transparence et une crédibilité de leurs engagements socialement responsables. Cela vise à contribuer à l'amélioration de l'environnement et à accélérer la transition écologique.

Cette étude permet de répondre à la problématique suivante : **comment garantir la crédibilité des pratiques de la finance verte et de la RSE des entreprises afin d'éviter les risques greenwashing ?**

Dans la première partie de l'article « 1. Clarification des concepts : RSE, Finance Verte et Greenwashing », nous explorerons les définitions des concepts de base afin de clarifier chaque notion et de maîtriser les caractéristiques qui leurs sont propres.

Dans la deuxième partie « 2. RSE, Finance verte et greenwashing : Cercle vertueux ou vicieux ? » nous analyserons la nature de la relation entre ces notions, et décortiqueront chaque cas en mettant en lumière les points essentiels.

Enfin, dans la troisième partie « 3. Garantir une crédibilité face aux illusions du greenwashing » nous aborderons les outils et moyens disponibles que l'entreprise peut adopter afin de faire face aux illusions du greenwashing, tout en maintenant sa performance et son positionnement stratégique.

## 1. Clarification des concepts : RSE, Finance Verte et Greenwashing.

### 1.1 La responsabilité sociale de l'entreprise :

#### A. Présentation théorique de la RSE :

La plupart des dirigeants s'orientent vers l'engagement des actions de l'entreprise dans des pratiques socialement responsables afin de valoriser le volet sociétal, social et environnemental de leurs stratégies, et inculquent dans leurs discours toutes notions reflétant pleinement l'essence de cet engagement.

La RSE est une notion parmi d'autre exploitée par les dirigeants de l'entreprise et qui reflète toute une démarche, mise en œuvre afin de faire preuve d'une entreprise socialement responsable disposant d'une image « d'entreprise citoyenne » par le biais des pratiques sociales.

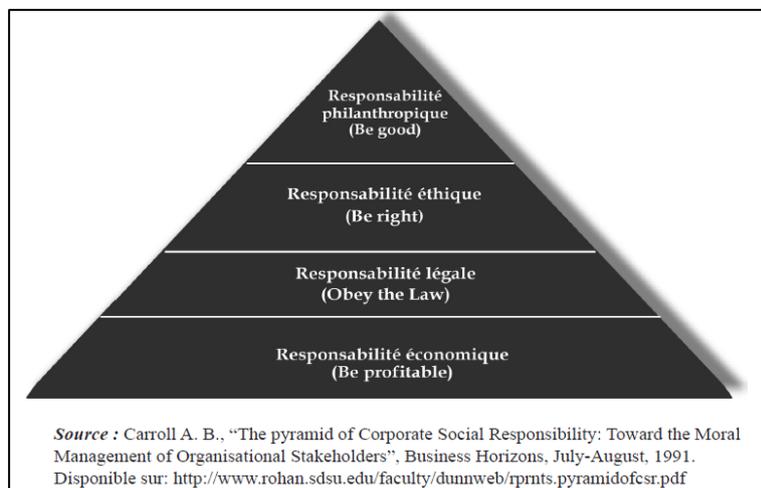
Le concept a fait l'objet de plusieurs acceptions et définitions sans pour autant se dégager un consensus. La RSE d'origine Anglo-américaine a vu le jour aux Etats-Unis en 1950. Howard Bowen, en 1953, a établi une définition en se basant sur le recensement des pratiques de la RSE dans son livre « *Social Responsibility of the businessman* » considéré comme le premier livre traitant la notion de RSE dans les milieux académiques. Il a ouvert le débat sur la RSE tout en évitant d'enfermer le concept dans une définition trop étroite. Selon lui, la RSE « renvoie à l'obligation pour les hommes d'affaires d'effectuer des politiques, de prendre les décisions et de suivre les lignes de conduite répondant aux objectifs et aux valeurs qui sont considérées comme désirable dans notre société » (Bowen, 1953).

Carroll (1979), intervient pour présenter la RSE sous forme de pyramide à quatre niveaux (**Voir figure 1**) montrant que la responsabilité économique représente la base et condition pour toute démarche de RSE, car elle englobe toutes autres responsabilités sociales. L'idée stipule que le rôle principal des entreprises est de réaliser des profits et d'apporter des bénéfices, puisque seules les entreprises qui font des profits peuvent fonctionner à des niveaux de responsabilités supérieurs.

Le 2<sup>ème</sup> niveau est la responsabilité légale. Celle-ci signifie que l'entreprise doit être conforme aux lois et réglementations. La responsabilité éthique représente le 3<sup>ème</sup> niveau indique l'obligation d'agir de manière éthique, équitable et juste dans l'objectif d'éviter les comportements indésirables. Du fait qu'on progresse dans la pyramide l'intensité des responsabilités diminue afin d'atteindre la responsabilité philanthropique qui reflète les actions volontaires de l'entreprise dans le soutien actif de la société tout en s'investissant dans

des causes sociales. Cet engagement reflète une volonté d'agir pour le bien commun, même lorsque ces initiatives n'apportent pas de bénéfice financier direct.

**Figure 1 : Pyramide de RSE d'après Carroll en 1979**



Plusieurs chercheurs se penchaient sur la notion en accordant chacun une définition en fonction de sa propre perspective. Selon **Jones T (1980)**, la RSE est une notion selon laquelle l'entreprise a une obligation envers les acteurs sociétaux autre que les actionnaires et au-delà des prescriptions légales et contractuelles. **Igalens (2003)**, évoque l'avènement d'un nouveau paradigme avec la notion RSE. Elle peut être envisagée comme le concept managérial du développement durable. **Cazel (2006)**, considère la RSE : « protéiforme, polysémique, floue, imprécise, confuse, autant d'adjectif dont on affuble fréquemment la notion de RSE. Pourtant si la notion est sans doute d'origine scientifique, elle a largement débordé les cercles académiques pour se répandre dans le grand public, devenant également une notion profane »

Le concept de RSE peut être présenté selon plusieurs modèles et ceci en posant la question : Qui définit la responsabilité sociale des entreprises ?

Cependant, 3 catégories de partenaire peuvent influencer la définition de la notion :

❖ **Le modèle de Shareholders** : Les actionnaires définissent la RSE :

Selon **Friedman (1970)**, ceux qui définissent la notion de RSE sont clairement identifiés. La RSE dépend des exigences des actionnaires qui sont sensibles aux applications des règles de droit et éthique, et des dirigeants qui sont considérés comme garant de l'application de ces règles.

Friedman, dans son article intitulé « *The social Responsibility of business is to increase its profit* » considère que la RSE doit se limiter aux respects de la loi et réglementation et à la maximisation des profits. Dans le cas où le concept va au-delà des deux volets : économique et juridique, on constate l'apparition d'un problème d'agence, selon lequel les managers utilisent les bénéfices des actionnaires dans des actions ou causes sociétales qu'ils jugent intéressantes. Ce qui risque d'entraîner des conflits d'intérêt. De surcroît, ceci amène également à évoquer l'usurpation des rôles du gouvernement suite au lancement de l'entreprise dans des initiatives sociales ou écologiques ce qui risque d'empiéter sur tous ce qui est fonction d'ordre étatique et gouvernementale. Selon Friedman, seul l'Etat a le pouvoir de prélever des impôts et de décider des programmes sociaux à financer.

❖ **Le modèle de Stakeholders** : Les partenaires définissent la RSE :

**Freeman (1984)**, se base sur le modèle partenarial reflétant la capacité de la RSE à satisfaire les intérêts, quelque fois contradictoires, des différents Stakeholders. Les décisions donc de l'entreprise vise essentiellement à équilibrer les intérêts de l'ensemble des parties prenantes, y compris les actionnaires.

Selon cette vision, il défend l'idée stipulant que la RSE représente une approche équilibrée capable de concilier les intérêts multiples et divergents des parties prenantes afin d'assurer la pérennité de l'entreprise.

**Martinet et Reynaud (2001)**, considèrent l'entreprise, comme une entité de production mais également une organisation sociale et un système politique. Par conséquent, la légitimité de ses décisions ne dépend pas uniquement des attentes des actionnaires mais aussi de la pression exercée par un ensemble de partie prenante.

❖ **Le modèle du volontarisme social** : La société définit la RSE :

Le volontarisme social est un courant qui met l'accent sur l'intérêt du volontariat et de l'engagement bénévole dans la société. **Brummer (1991)**, avance que les entreprises favorisent les projets sociaux malgré le risque d'engendrer des conflits avec l'objectif de maximisation de profit. Selon lui, la RSE est une action volontaire qui consiste à prendre en considération l'ensemble des attentes des parties prenantes exprimées dans la société.

Selon **Amadiou (1999)**, la RSE est défini comme l'ensemble des effets humains et sociaux liés aux activités d'une entreprise. Cette définition permet de saisir que la RSE est un construit

social impacté et influencé par les contextes culturels qui relève de divers domaines scientifiques.

### B. Notion proche du concept RSE :

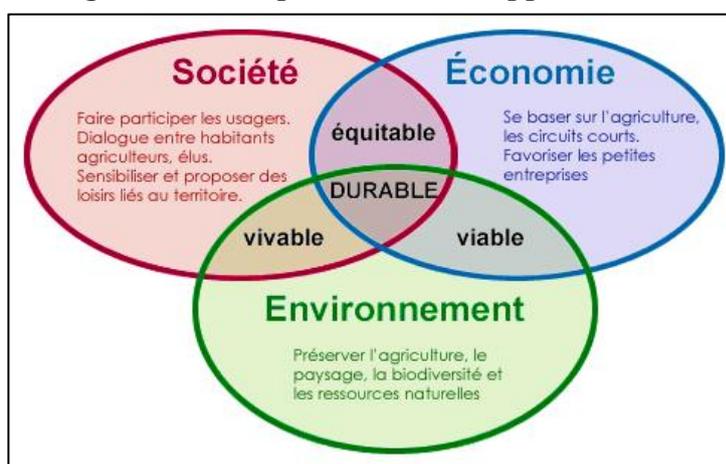
L'émergence de la notion de RSE a été accompagné par l'apparition d'autres concepts qui peuvent, certes différer parfois en termes de nomination et d'appellation, mais restent toutefois unis par des objectifs similaires et des finalités communes. On distingue :

#### ❖ Développement durable :

La notion de « développement durable » a vu le jour en 1987 sous l'impulsion de la commission de l'ONU, présidé par Brundtland remplaçant ainsi la notion d'« Eco-développement ».

Le développement durable ou bien « sustainable development » en anglais, signifie « un mode de développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs »<sup>1</sup>. Selon **Taylor (2016)**, l'idée était de chercher une approche intégrant les 3 piliers du développement durable afin de concilier ces dimensions et de garantir un avenir durable aux générations futures. Les 3 piliers se traduisent sous l'appellation de « 3P » : *Profit* (économique), *People* (sociale) et *Planet* (environnement), et sont présentés comme suit :

**Figure 2 : Les 3 piliers du Développement durable**



Source : [Le Triangle Vert \(globactu-info.blogspot.com\)](http://globactu-info.blogspot.com)

Le pilier « économie » reflète la création de richesse tout en promouvant une gestion responsable et équitable des ressources. Le pilier « Social » consiste à garantir une équité

<sup>1</sup> [Le Rapport Brundtland, la définition du développement durable \(vedura.fr\)](http://vedura.fr)

sociale, une satisfaction des besoins en santé, éducation, emploie...etc. Et le pilier « Environnement » repose sur la préservation des écosystèmes et la biodiversité puisque l'environnement est composé d'élément vivant et non vivant et qui est affectée par des changements sociaux culturels et physiques.

Lorsqu'on rassemble les deux piliers « Environnement » et « économie », on parle d'un développement durable viable. Cela signifie la capacité des systèmes économiques et environnementaux à fonctionner de manière durable sur le long terme suite à la mise en place d'une gestion responsable des ressources naturelles. Un développement viable, résultant du croisement de la dimension environnemental avec celle sociale, vise à assurer aux individus une vie saine et épanouissante. Le volet environnemental intégré dans le social se concrétise dans l'objectif d'assurer aux individus l'accès aux ressources essentielles dans un environnement favorable et propice à leur bien-être. Un développement équitable repose sur une répartition des ressources de façon juste entre l'ensemble des individus de la société afin de maintenir une gestion stable et équilibrée entre l'aspect social et économique pour un futur plus juste et durable.

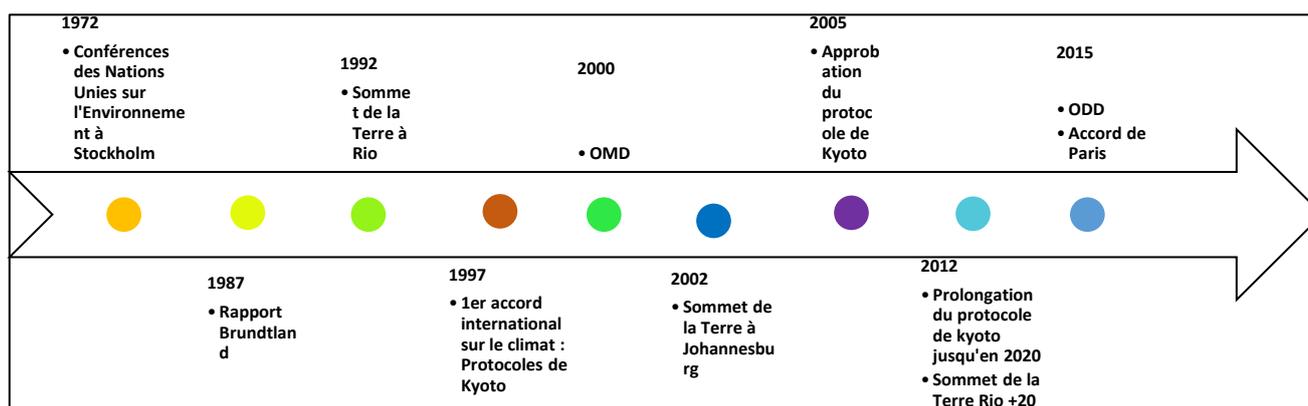
Un développement viable, viable et équitable, ne peut être abouti que par un équilibre harmonieux entre les 3 piliers fondamentaux de la notion : économie, social et environnemental. Si l'ajustement de ses éléments est accompli, ceci mène vers un développement durable solide et robuste qui permettra une croissance économique significative, un respect de l'environnement et une équité sociale.

L'émergence du développement durable au niveau international s'est caractérisée par un ensemble d'évènement mise en œuvre afin d'assurer la prise de conscience des politiques mondiales qui visent à intégrer le développement économique, l'équité sociale et la protection de l'environnement. En 1972, la conférence des Nations Unies sur l'environnement humain à Stockholm, était le premier grand sommet international ayant comme objectif de traiter des questions et enjeux environnementaux. C'est à ce sommet que le programme des nations unies pour l'environnement (PNUE) a vu le jour ayant pour objectif de coordonnées les actions environnementales et de promouvoir les pratiques durables. Le 2<sup>ème</sup> sommet était celui de la conférence de Rio, sous l'appellation de sommet de la terre en 1992, dans lequel s'introduit officiellement le concept de développement durable au niveau internationale. Le sommet a fait l'objet d'adoption de 3 documents jugés importants et majeurs : **Agenda 21** (représente le plan

d'action pour le développement durable), **Convention sur la biodiversité**, et **Convention-cadre des nation unies sur les changements climatiques (CNUCC)**

En 2002, le sommet de Johannesburg (Rio+10) faisait le point sur les 10 ans de progrès réalisés au niveau mondial concernant le développement durable depuis Rio 1992. La conférence des Nations Unies sur le développement durable (Rio+20), tenu en 2012, mettait l'accent sur le progrès fait depuis 1992, c'est-à-dire 20 ans après la conférence de Rio de 1992. Lors de cette conférence, la notion d'économie verte a été introduite, les engagements ont été réaffirmés et les bases des objectifs du développement durable (ODD) ont été initiées dans un document intitulé « L'avenir que nous voulons ». En 2015, les ODD, qui sont au nombre de 17 objectifs mondiaux ont été mise en place remplaçant ainsi les OMD (Objectifs du millénaire pour le développement) en intégrant des aspects environnementaux, économiques et sociales pour éradiquer la pauvreté d'ici 2030 et poursuivre un avenir durable. <sup>2</sup>

**Figure 3 : Transition progressive du développement durable vers les ODD**



Source : Réalisé par nos propres soins

### ❖ L'investissement socialement responsable :

L'investissement socialement responsable (ISR) se caractérise par une complexité conceptuelle et une multiplicité de définition. L'absence de transparence claire autour de la définition de l'ISR constitue un obstacle réel pour son développement et sa diffusion. La notion reste toujours polysémique et peu stabilisée suite à l'absence d'un consensus autour de sa définition.

<sup>2</sup> [Les Etats membres de l'ONU adoptent un nouveau programme de développement audacieux | Division for Inclusive Social Development \(DISD\)](#)  
[L'Accord de Paris | CCNUCC \(unfccc.int\)](#)



avec les dirigeants, à l'exercice actif des droits de vote et à la proposition d'un certain nombre de résolutions relatives aux critères ESG.

Les investissements socialement responsables (ISR), également appelés investissements durables, sont des stratégies qui intègrent des critères environnementaux, sociaux et de gouvernances dans le processus de sélection des placements. L'objectif principal de l'ISR est de concilier les rendements financiers tout en contribuant à des objectifs sociaux et environnements positifs. Il est ainsi perçu comme une extension avancée de la RSE, en ce sens qu'il reflète un engagement social de l'entreprise au niveau de ses décisions d'investissement.

## 1.2 La finance verte :

L'intérêt académique pour la notion de « finance verte » reste toujours limité, et les articles sur ce sujet sont relativement rare. **(Zhang et al., 2018)** ont montré l'absence de définition universellement acceptée de la notion de « finance verte » soulignant la nécessité de poursuivre et réaliser des recherches futures surtout dans les pays en développement. Selon **K. Toussaint du Wast**<sup>4</sup>, bien qu'il n'existe pas de définition officielle de la finance verte, il est possible de la considérer comme un ensemble d'actions et d'opérations financières tendant à favoriser et encourager la transition énergétique et la lutte contre le réchauffement climatique.

**(Long et al., 2022)** affirment que la finance verte est une entreprise économique qui œuvre en faveur de l'amélioration de l'environnement, de la consolidation de l'utilisation des ressources et la réduction de l'impact du changement climatique. **(Chiesa and Barua, 2019)** stipule que la finance verte représente un avantage pour gérer judicieusement les risques inhérents à l'environnement, tout en conciliant les préoccupations environnementales et économiques. **(Zhou and Cui, 2019)** démontre que la finance verte a un impact positif en favorisant l'amélioration de l'environnement et en renforçant la responsabilité sociale des entreprises.

**(P. Deschryver 2020)** annonce que la finance verte peut être définie comme toute initiative, produit, processus ou service financier, ainsi que des réglementations financières et fiscales afférentes, conçus dans l'objectif de protéger l'environnement naturel et/ou atténuer l'impact

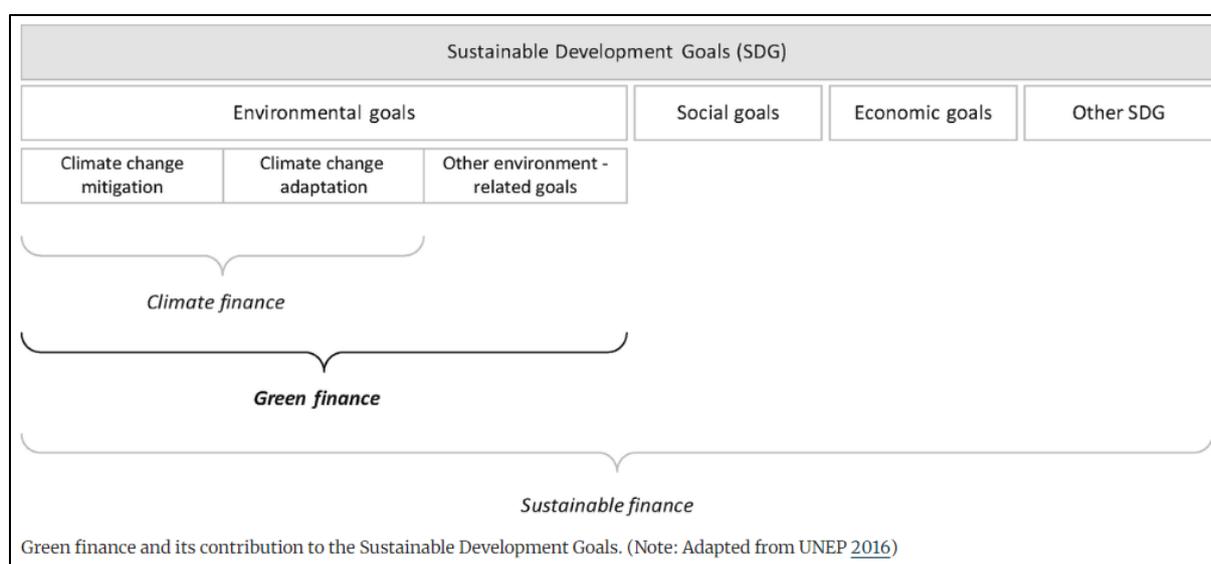
---

<sup>4</sup> K. Toussaint du Wast, "Finance verte et écologie : comment la finance s'adapte à l'environnement" : [Finance verte et écologie : comment la finance s'adapte à l'environnement ? \(net-investissement.fr\)](https://www.net-investissement.fr/finance-verte-et-ecologie-comment-la-finance-s-adapte-a-l-environnement/)

des modifications de l'environnement et des changements climatiques sur les marchés et l'investissement.

Il convient de faire une distinction entre un ensemble de notions proches mais pouvant prêter à confusion, qui convergent vers un même objectif : d'atteindre les objectifs du développement durable et qui sont : financement vert, financement climatique et financement durable. Pour faciliter la compréhension de ses concepts et d'apporter une certaine clarification, le schéma de la figure suivante représente une vue globale et simplifiée des principaux termes.

**Figure 4** : Schéma explicatif des termes généraux



Source : [An Overview of Green Finance | SpringerLink](#)

Le **financement climatique** (*Climate finance*), se concentre sur les actions visant à atténuer et à s'adapter aux changements climatiques dans le cadre de l'atteinte des objectifs environnementaux. Le concept de la **finance verte** (*Green finance*), quant à lui, contribue à l'atteinte des objectifs durable tout en mobilisant les capitaux et flux financiers afin de soutenir la réalisation des initiatives liés à l'environnement. Elle comprend les objectifs du financement climatique ainsi que d'autres objectifs environnementaux. Tandis que la finance durable (*Sustainable finance*) englobe l'ensemble des flux financiers déployés pour achever les ODD.<sup>5</sup>

La finance verte rassemble un ensemble d'opérations financières tel que les investissements, prêts, et produits financiers, qui ont pour objectif de soutenir les projets ayant un impact positif sur l'environnement ou contribuant à la lutte contre le changement climatique. C'est une pratique en plein développement qui vise à réorienter l'ensemble des flux financiers vers des investissements qui respectent la nature.

<sup>5</sup> Site web : [Definitions and Concepts: Background Note \(unep.org\)](#)



freine les obligations vertes, augmentent le risque de greenwashing et nuit à la crédibilité de la finance verte.

L'aléa moral avance qu'une fois les fonds sont obtenus, l'entreprise peut rediriger les fonds vers le financement des projets moins écologiques tout en profitant de la confiance des investisseurs. Cela crée le risque de greenwashing, suite à l'utilisation de l'entreprise de l'étiquette verte pour améliorer l'image sans adopter réellement des actions socialement et environnementalement responsables. Ceci pose des risques importants dans la finance verte du fait qu'elles peuvent affaiblir la confiance des investisseurs et freiner le développement durable.

### 1.3 Greenwashing :

Le terme « Greenwashing » a été inventé par l'écologiste Jay Westervelt en 1986<sup>7</sup>. La notion n'est devenue populaire qu'après 1996, lorsque le concept a été introduit dans un livre sur le marketing environnemental (**Greer & Bruno, 1996**).

Certains chercheurs ont dérivé ce terme de l'Oxford English Dictionary qui définit le greenwashing comme « désinformation diffusée par une organisation afin de présenter une image publique respectueuse de l'environnement ».<sup>8</sup>

(**Delmas and Burbano, 2011**) définissent le terme de greenwashing comme une mauvaise performance environnementale et une communication positive sur cette dernière. (**Lyon et Maxwell, 2011**) ont proposé une explication plus claire, suggérant que l'écoblanchiment (greenwashing) se réfère à la divulgation sélective d'information positive sur les actions sociales et/ou environnementales d'une entreprise, sans révélation négative complète, afin de produire une image positive de l'entité. (**Seele et Gatti (2015)**) définissent le greenwashing comme une co-création d'une accusation externe envers une organisation en ce qui concerne la présentation d'un message écologique trompeur.

Greenwashing reflète un écart entre les actions « symboliques » et « substantielles » des entreprises (**Walker and Wan, 2012**). Les actions symboliques font référence aux efforts qui sont superficiels, destinés à créer une image publique positive sans impact significatif. Tandis que les actions substantielles sont des efforts concrets qui contribuent réellement aux enjeux sociaux et environnementaux. Le greenwashing apparaît lorsque les entreprises octroient une apparence d'être responsable sur le plan environnemental ou social mais ne met pas en œuvre véritablement les modifications et les actions impactantes. C'est bien cette incohérence entre discours et actions qui caractérise en général le greenwashing.

En Marketing, le greenwashing est un ensemble de pratiques mercatiques trompeuses réalisées par les entreprises dans la perspective de promouvoir un produit et/ou service comme disposant et bénéficiant des bienfaits environnementaux et sociétaux. Parmi les pratiques du

<sup>7</sup>Becker-Olsen, K., Potucek, S. (2013). Greenwashing. In: Idowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L., Gupta, A.D. (eds) Encyclopedia of Corporate Social Responsibility. Springer, Berlin, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8\\_104](https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_104).

<sup>8</sup> Mitchell, L. D., & Ramey, W. D. (2011). Look how green I am! An individual-level explanation for greenwashing. *Journal of Applied Business and Economics*, 12(6), 40-45.

greenwashing en marketing, l'utilisation des faux labels non reconnus par l'Etat, des emballages trompeurs intégrant la couleur verte, des symboles de nature, forêts, arbres, plantes, afin de faire inculquer dans l'esprit du consommateur que le produit dispose d'un caractère naturel, ainsi que l'utilisation des champs lexicaux flous en intégrant des mots et notions tels que « vert », « éco », « durable », « produit d'origine végétale » ...etc.

L'entreprise « Starbucks » est accusé d'avoir créé son propre label afin de donner une image d'« éthique et équitable » à son café. Ce label est appelé C.A.F.E Practices délivré par l'organisme Conservation international. Cependant, ce label n'est ni reconnu par l'Etat ni accordé par un organisme indépendant. Il s'agit d'un faux label que l'entité « Starbucks » a demandé et rémunéré pour obtenir une apparence éthique dont l'objectif est de faire croire aux consommateurs qu'ils boivent un café éthique et responsable.

Le packaging trompeur, accompagné par un lexique flou, est le cas de l'entreprise cosmétique « Yves-rocher », qui utilise un langage associé à la nature avec des jolis emballages ornés d'arbres, de fruits, de fleurs ainsi que de feuilles. Cependant, malgré cette image naturelle, ses produits disposent des composants nocifs, qui contraste avec les valeurs que l'entreprise cherche à véhiculer.<sup>9</sup>

En finance, le greenwashing se manifeste lorsque les entreprises envisagent d'investir dans des projets à visés écologiques et de protection de l'environnement. Cependant, l'objectif est d'attirer, d'inciter et d'encourager les investisseurs à déposer leurs fonds via des instruments financiers dit « verts » tels que Prêts vert, obligation verte, ou d'autres produits similaires, sans leurs garantir que leurs fonds vont être dédiés et utilisés à des fins environnementales.

La banque « BNP Paribas », a émis des obligations vertes afin de financer des projets ayant un impact positif sur l'environnement, notamment dans les domaines des énergies renouvelables ainsi que l'efficacité énergétique. Toutefois, ses obligations vertes ne sont vertes que par leurs noms, du fait qu'elles financent des entreprises tels que Coca-cola ou encore Total Energies, qui sont accusées de greenwashing. Cela soulève des interrogations sur la véritable durabilité des projets financer par ces obligations. De surcroit, l'entreprise est reconnue comme le principale financeur des expansions combustibles fossiles en Europe, contribuant ainsi au changement climatique et à d'autre problèmes environnementaux.

Cette situation a conduit à des accusations de greenwashing, du fait que BNP Paribas présentait une image éco-responsable via les obligations vertes. Les critiques mettent en évidence un gap entre les engagements de la banque en faveur de l'environnement par le biais d'une gestion durables des ressources et ses investissements dans des projets et domaines polluants.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>Tiffaine LE GALLIC,2023, « Greenwashing exemple : 7 exemples concrets de greenwashing illustrés par des marques » : [Greenwashing exemple : 7 cas concrets de greenwashing \(gnitekram.fr\)](https://gnitekram.fr)

<sup>10</sup> OXFAM INTERNATIONAL : Site web : [Des ONG pour le climat lancent une action en justice sans précédent contre BNP Paribas, numéro un européen de la promotion de l'expansion des énergies fossiles | Oxfam International](https://www.oxfam.org/fr/fr/actualites/2023/05/2023-05-10-des-ong-pour-le-climat-lancent-une-action-en-justice-sans-precedent-contre-bnp-paribas-numero-un-europeen-de-la-promotion-de-l-expansion-des-energies-fossiles)

Ces contradictions entre les initiatives de finance verte et le financement des projets qui ne répondent pas aux critères « Verts » et écologiques, soulignent la nécessité de plus de transparence et une responsabilité accrue en termes de durabilité de la part des entreprises qui exploitent cette image pour des finalités nuisibles à l'environnement.

## 2. RSE, Finance verte et greenwashing : Cercle vertueux ou vicieux ?

La RSE représente une responsabilité pour les organisations vis-à-vis des impacts de ses décisions et de ses activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui contribue au développement durable, prend en compte les attentes des parties prenantes et respecte les lois (ISO 26000, 2010)<sup>11</sup>. La finance verte est un ensemble d'instruments financiers (obligation verte, prêt vert...etc) orientés vers le financement des projets (énergies renouvelables, efficacité énergétique...) ayant pour finalité l'amélioration de l'environnement et la contribution à la transition écologique.

La finance verte et la RSE sont deux notions qui jouent un rôle clé dans la transition vers un développement durable. Elles ne sont pas seulement interconnectées, mais se consolident mutuellement. L'intégration des opérations financières de la finance verte dans les stratégies des entreprises permet de concrétiser les engagements RSE, et de garantir que leurs contributions aux objectifs environnementaux peuvent être mesurables et impactantes.

Les deux notions s'alignent sur le même élan d'objectifs fondamentaux, du fait qu'ils cherchent à promouvoir une durabilité environnementale ou social et à entraîner un impact positif sur l'environnement et sur la société de façon générale.

Les entreprises renforceront leurs réputations en intégrant une stratégie RSE sincère et authentique. Ce processus amplifiera les initiatives RSE et encouragera les entreprises d'adopter des projets écologiques. L'accès privilégié aux financements verts devient un avantage compétitif et concurrentiel pour les entreprises. En insérant ces pratiques, un environnement propice à l'innovation durable se créera et attirera par la suite des investisseurs qui partagent les mêmes valeurs et principes de durabilité et de préservation de l'environnement.

Cette dynamique favorise à un cercle vertueux de croissance et de responsabilité sociale. Les entreprises auront accès à un capital vert qui leur permettront de se transformer durablement, tout en répondant aux attentes des parties prenantes. Une harmonisation des objectifs économiques avec les exigences sociales et environnementales renforce la résilience des entreprises et crée un cadre où la durabilité et responsabilité sociale règnent aux cœurs de leurs stratégies.

Cependant, le revers de la médaille avance une réalité qu'on ne peut pas ignorer. La mise en place d'une démarche RSE concrétisée par les outils de la finance verte, ne reflètent pas toujours la volonté de l'entreprise d'assurer une certaine durabilité ou contribuer à la transition écologique de l'environnement. De nombreux exemples montrent que l'adoption de la RSE et finance verte relève seulement d'une stratégie marketing sans un réel engagement. Les

---

<sup>11</sup>Norme ISO 26000 : Lignes directrices relatives à la RSE : [ISO 26000 V2010.pdf \(omh-convergence.org\)](https://www.iso.org/standard/72431.html)

entreprises se concentrent sur une communication symbolique plutôt que sur des actions concrètes et mesurables. Ce qui peut glisser vers des pratiques de « Greenwashing » qui alimente le cercle vicieux de la RSE et finance verte.

Les investisseurs, régulateurs et l'ensemble des parties prenantes exercent une certaine pression sur les entreprises afin qu'elles adoptent des pratiques écologiques et socialement responsables dans leurs stratégies. En réponse à leurs attentes, les entreprises adoptent une démarche RSE et recourent à la finance verte sans engagement profond.

Cela conduit à des actions superficielles et symboliques visant à satisfaire les exigences de durabilité, sans une véritable transformation interne. Une communication trompeuse et mensongère concernant les pratiques et les engagements écologiques de l'entreprise amplifie l'écart entre les déclarations et les pratiques réelles. Cette dissonance entre communication et réalité entraîne l'émergence du risque de greenwashing qui fragilise la crédibilité de l'entreprise. Une fois les investisseurs perdent leurs confiances, ils deviennent plus sceptiques envers les produits et projets « verts ». En conséquence, le marché devient moins réceptif aux projets réellement écologiques et durables.

Face à cette perte de confiance, les entreprises tombent dans le piège de renforcer leur communication par des campagnes marketing coûteuses, afin de redorer leurs images. Cependant, elles se trouvent dans un surcoût inutile et fragilise leur compétitivité sur le marché tout en renforçant la méfiance de l'ensemble des parties prenantes.

La perception négative des parties prenantes, la limitation d'accès aux financements et la concurrence déloyale peuvent affaiblir la crédibilité de la RSE et la finance verte. Cela engendre une dynamique où l'atteinte et l'accomplissement des objectifs de durabilité et responsabilité sociale devient ardu et complexe.

### **3. Garantir une crédibilité face aux illusions du greenwashing**

L'adoption d'une démarche RSE et l'utilisation des instruments de la finance verte permettent aux entreprises d'apparaître écologique et contribuer au développement durable. Cependant, un ensemble de procédés qui permettent une certaine transparence, authenticité des opérations doivent être déployer par les entreprises.

Pour ce faire, les entreprises doivent intégrer des critères de la RSE en se basant sur des référentiels (Charte par exemple) afin d'aligner les pratiques des dirigeants par rapport à celles des cadres reconnus. Ainsi, l'adoption des labels qui sont délivrés par des organismes et confédérations, tel le cas du « Label RSE de la CGEM », délivré par la CGEM, témoigne l'engagement sérieux des entreprises et rassure les parties prenantes.

De surcroît, les entreprises peuvent opter à la publication des rapports extra-financiers détaillés contenant la totalité des informations relatives aux actions concrètes ainsi que leurs impacts sur l'environnement. Afin d'assurer une transparence maximale, il est recommandé que les données et informations soient auditées par des firmes d'audit indépendantes ou des organismes de certifications. Plusieurs firmes indépendantes d'audit telles que Deloitte, PWC, KPMG et EY

offrent des services d'audit axée sur la RSE. En outre, les organismes de certifications tels que Vigeo EIRIS, Moody's ESG Solutions et autres, évaluent la performance RSE des entreprises dans le but de vérifier leur conformité par rapport aux normes établis par les institutions de normalisation telles que ISO (International organisation for standardisation) ou GRI (Global reporting initiative).

L'objectif est de garantir la véracité des engagements et actions des entreprises, réduire les risques de greenwashing, améliorer la réputation et renforcer la crédibilité. Ces missions d'audits externes permettent de certifier la fiabilité et l'exactitude des données présentées et renforcent la transparence et la confiance des investisseurs envers les entreprises.

Lors de la communication sur les pratiques RSE, les entreprises doivent utiliser un discours transparent, facile à comprendre et claire. Cela permet d'éviter les promesses vagues et de se baser sur des notions mesurables et précis plutôt que l'utilisation des slogans flous. L'honnêteté et l'équilibre de la communication reflètent la réalité et permettent à l'entreprise de faciliter l'implication des parties prenantes par le biais d'un dialogue claire et régulier, dont l'objectif est de détecter leurs exigences et attentes et d'améliorer les engagements RSE.

Pour renforcer la crédibilité de la RSE ainsi que de la finance verte, la FinTech (Financial technology) joue un rôle important. Elle englobe l'ensemble des solutions financières innovantes qui se réfère à l'utilisation des technologies avancées appliquées aux services financiers. Le modèle se base sur des solutions numériques, telles que le paiement automatique, la gestion d'actif, plateforme de prêt, dans l'objectif est d'automatiser, améliorer et réinventer les produits financiers traditionnel. Elle est utilisée par les start-ups, les banques et les assurances.

La FinTech fournit des plateformes numériques ouvertes qui permettent à l'ensemble des parties prenantes l'accès à l'information extra-financière. L'application de la Fintech en finance verte et RSE repose sur plusieurs approches. Pour assurer une transparence et traçabilité, on se base sur **le blockchain**, qui est une technologie qui assure l'enregistrement et la transmission de manière sécurisée de l'ensemble des informations relatives aux transactions effectuées. Ainsi, ses caractéristiques telles que la transparence, décentralisation et sécurité visent à assurer une confiance, grâce à la traçabilité, au sein des démarches financières et de RSE et s'assurer que les fonds sont investis dans des projets ayant un impact positif sur l'environnement.

« Evercity » est une plateforme numérique au service de la finance verte, créée en 2022 à Berlin et officiellement lancée lors de la COP26 à Glasgow.<sup>12</sup> « Evercity » combine la blockchain avec d'autre outil de surveillance afin de faciliter et simplifier la gestion et le suivi des produits financiers, dans la perspective de prévenir et d'éviter le greenwashing. Son objectif est de rendre la finance verte plus économique et plus transparente, traçable et accessible aux investisseurs et à l'ensemble des parties prenantes.

---

<sup>12</sup>Site web : [Plateforme Evercity](https://www.evercity.com)

L'**intelligence artificielle** assure une automatisation des processus qui facilite la gestion de l'ensemble des produits financiers verts en les rendant plus accessibles et moins coûteux, par rapport aux autres institutions traditionnelles.

En favorisant une accessibilité et inclusion financière, la FinTech rend les services financiers verts disponibles à un public plus large à travers des plateformes numériques. Avec même des montants modestes, les particuliers ou voir même les PME peuvent investir et avoir l'accès aux investissements durables. Ce mécanisme est qualifié de **Crowdfunding**, qui consiste à solliciter de nombreux contributeurs via une plateforme numérique pour l'obtention des fonds afin de financer des projets ayant un impact environnemental positif. Un exemple d'application de crowdfunding vert permettant un financement participatif dédiée aux projets d'énergies renouvelable est **Lumo**<sup>13</sup>. Cette plateforme, d'origine française créée en 2012, permet aux investisseurs (particuliers ou entreprises) d'investir leurs épargnes dans des projets utiles à la transition écologique.

Une autre approche d'application de la fintech en finance verte et RSE est le développement des **Néobanques écologiques**. Ce sont des banques numériques qui sont dédiées exclusivement à la réalisation des pratiques durables, en offrant des services bancaires qui financent uniquement les projets verts, avec des frais réduits et une gestion à travers une application mobile. Parmi les Néobanques écologiques, on trouve « N26 » en Allemagne, « Nickel » en France, « Go Solo » au Royaume-Uni, « Airwallex » en Australie, entre autres.<sup>14</sup> L'orientation des entreprises vers les néobanques écologiques se traduit par l'utilisation des cartes bancaires durables et/ou l'adoption des solutions de paiement soutenant des projets verts. Elles peuvent choisir des systèmes de paiement qui allouent une part des frais des transactions à des initiatives environnementales afin de stimuler leurs engagements durables. L'ultime vocation est de créer un système financier qui réponds non seulement aux besoins économiques, mais qui contribue à la protection et l'amélioration de l'environnement et du bien-être social.

L'adoption par l'entreprise des techniques et approches de la Fintech, telles que l'instauration des plateformes de blockchain, l'orientation vers des Néobanques écologiques, et le recours au crowdfunding, ainsi que l'appel à des missions d'audit, et l'instauration des démarches RSE fondées sur des référentiels, permet d'assurer une traçabilité, transparence, véracité, clarté et crédibilité de l'ensemble de leurs engagements et actions mise en œuvre. Les entreprises ne renforcent pas seulement leurs engagements en matière de responsabilité mais également améliorent leurs réputations auprès de l'ensemble des parties prenantes, tout en prévenant les risques du greenwashing. Plusieurs outils sont à leur disposition pour réduire ces risques. La mise en œuvre de ces moyens va non seulement renforcer la crédibilité des pratiques de responsabilité sociale et faciliter l'accès aux capitaux verts, mais aidera également les entreprises à attirer des investisseurs tout en gagnant leurs confiances et se dotant d'un avantage compétitif sur le marché afin de favoriser une reconnaissance en tant que leader de la transition écologique.

<sup>13</sup> Site web : [Investissement Durable avec Lumo : Impact, Performance, Transparence \(lumo-france.com\)](https://www.lumo-france.com)

<sup>14</sup> Site web : [55 Néobanques en France en Octobre 2024 | NeoBanques.app](https://www.neobanques.app)

### **Conclusion :**

La mise en œuvre d'une démarche RSE au sein des entreprises doivent être concrétiser par un engagement réel, sincère et authentique, ainsi que des actions mesurables qui contribueront à l'amélioration de l'entreprise d'une part, et de son environnement d'autre part.

La démarche RSE n'est pas un simple outil de communication, il doit ajouter une valeur écologique profonde tout en se traduisant en acte réel. Cela va permettre de garantir une performance durable accompagné d'une pérennité de l'entreprise dans un environnement réglementé caractérisé par une compétitivité féroce.

La concrétisation des pratiques socialement responsables peut se réaliser via l'orientation des stratégies de l'entreprise vers une finance verte. Cette dernière rassemble l'ensemble des opérations et instruments financiers tels que : obligations vertes, prêts verts, fonds d'investissement verts...etc. L'objectif est de soutenir la transition vers une économie plus respectueuse de l'environnement tout en assurant le financement des projets qui s'alignent avec les normes environnementaux et durables.

Les entreprises doivent éviter les pratiques trompeuses et mensongères qui consiste à exagérer ou manipuler les informations concernant les actions et engagements sociaux et environnementaux. Ces pratiques accordent une image qui ne reflète pas la réalité des actes concrètement réalisés par l'entreprise en matière de protection de l'environnement ou de responsabilité sociale. Ce phénomène est connu sous le nom du Greenwashing.

Comme conséquence de ce phénomène, les investisseurs et l'ensemble des parties prenantes perdent confiance suite aux détournements des fonds et ressources vers des projet moins écologiques ou voir même vers des projets n'ayant aucune relation avec ce qui été annoncé.

Pour éviter ce piège et faire face aux illusions du greenwashing, les entreprises se trouvent dans l'obligation de définir l'ensemble des objectifs de façon précise et mesurable, se baser sur des approches telles que l'instauration des démarches RSE appuyer par des techniques de Fintech et des missions d'audit. Elles peuvent assurer des communications claires, transparentes et honnêtes sur leurs engagements réels et actions menées en finance verte et RSE lors de la publication des rapports extra-financiers. Le greenwashing représente un obstacle majeur et un freint important à la transition vers un modèle économique durable et écologique.

A terme, la lutte contre le greenwashing est une condition indispensable afin de bâtir un climat de confiance entre l'entreprise et l'ensemble de ses parties prenantes. L'objectif primordial est d'accélérer la transition vers une économie verte et responsable.

Le défi majeur des entreprises est de pouvoir assurer un équilibre entre leurs engagements en matière de RSE et finance verte et leurs actions réellement mobilisées afin de préserver leur image et leur positionnement stratégique. Cet équilibre est essentiel pour préserver la crédibilité de l'entreprise, faire face aux illusions du greenwashing et garantir une bonne gestion stratégique des informations.

### Bibliographie :

- Adler, J., & Péan, M. (2024). La finance verte : mirage ou révolution ? Yang, Z., Nguyen, T. T. H.,
- Arjaliès, D. L. (2010). Qu'est-ce que l'Investissement Socialement Responsable.
- Becker-Olsen, K., Potucek, S. (2013). Greenwashing. In: Idowu, S.O., Capaldi, N., Zu, L., Gupta, A.D. (eds) Encyclopedia of Corporate Social Responsibility. Springer, Berlin, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8\\_104](https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_104).
- Bennis, L. (2023). La finance verte au Maroc : enjeux et perspectives à l'ère du changement climatique. Revue Française d'Economie et de Gestion « Volume 4 : Numéro 4» pp : 29 – 61
- Berckmans, S., & Swaen, V. (2015). Les risques de la communication sur la RSE : étude du greenwashing et des facteurs permettant de crédibiliser une communication sur la RSE.
- Boussetta, M., & Kharbouche, S. (2014). Responsabilité Sociale des Entreprises au Maroc. Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing, (9-10).
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Capron, M., & Quairel-Lanoizelée, F. (2010). La responsabilité sociale d'entreprise.
- Chaouch, S., & Swaen, V. La communication RSE sur les réseaux sociaux : comment crédibiliser son message? Cas Le Petit Marseillais.
- Déjean, F. (2002). L'investissement socialement responsable : une revue de la littérature. Technologie et management de l'information : enjeux et impacts dans la comptabilité, le contrôle et l'audit, CD-Rom.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54, 64–87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Guemouria.A., El Arroufi. S., Baguare. A., Chehbouni, A., Dhiba, D., & Bouchaou. L. (2024). La Finance Verte au service du Développement Durable : Étude de cas du Maroc. Revue Marocaine de Commerce et de Gestion, 1.
- Greer, J., & Bruno, K. (1996). Greenwash: the reality behind corporate environmentalism. *Multinational Monitor*, 30(9).

- Jahmane, A., & Louart, P. (2013). La Responsabilité Sociale de l'Entreprise : une diversité des concepts, des enjeux multiples et imbriqués et diverses méthodes de mesure. *Management & Sciences Sociales*, (1), 99-117.
- K. Toussaint du Wast, (2024). Finance verte et écologie : comment la finance s'adapte à l'environnement ? : [Finance verte et écologie : comment la finance s'adapte à l'environnement ? \(net-investissement.fr\)](http://net-investissement.fr)
- Mignon D. et Sarant J-R. (2016). La Responsabilité sociale des entreprises. Dans *Regards croisés sur l'économie* 2016/2 (n° 19), pages 173 à 177 Éditions La Découverte
- Mitchell, L. D., & Ramey, W. D. (2011). Look how green I am! An individual-level explanation for greenwashing. *Journal of Applied Business and Economics*, 12(6), 40-45.
- Mora-Cruz, A., & Palos-Sanchez, P. R. (2023). Crowdfunding platforms: a systematic literature review and a bibliometric analysis. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(3), 1257-1288.
- Nguyen, H. N., Nguyen, T. T. N., & Cao, T. T. (2020). Greenwashing behaviours : Causes, taxonomy and consequences based on a systematic literature review. *Journal of business economics and management*, 21(5), 1486-1507.
- Nyilasy, G., Gangadharbatla, H., & Paladino, A. (2014). Perceived greenwashing: The interactive effects of green advertising and corporate environmental performance on consumer reactions. *Journal of Business Ethics*, 125, 693–707. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1944-3>
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business & Information Systems Engineering*, 59, 69-76.
- Rachid, E. L., & Amaazoul, H. (2012). La Responsabilité Sociétale des Entreprises au Maroc : entre mérites et limites. *Dossiers de Recherches en Économie et Gestion*, 1(1), 231-256.
- Revelli, C. (2013). L'investissement socialement responsable : Origines, débats et perspectives. *Revue française de gestion*, (7), 79-92.
- Romero, P. (2008). *Beware of green marketing, warns Greenpeace exec*. ABS-CBN. [www.abs-cbnnews.com/special-report/09/16/08/beware-green-marketing-warns-greenpeace-exec](http://www.abs-cbnnews.com/special-report/09/16/08/beware-green-marketing-warns-greenpeace-exec)
- Schöpfel, J. (2016). De la responsabilité sociale. *I2D–Information données & documents*, 53(1), 36-36.
- Tiffaine LE GALLIC, 2023, « Greenwashing exemple : 7 exemples concrets de greenwashing illustrés par des marques » : <https://gnitekram.fr/greenwashing-exemple-5-cas-concrets/>
- Zine-Dine, K. (2024). Revue de littérature : lien de causalité entre les piliers du développement durable. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, 5(6), 61-78. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11425755>