

# Το Φαινόμενο του Greenwashing και οι Επιπτώσεις του στην Εταιρική Επικοινωνία

**Κωνσταντίνος Ν. Λεωνίδου, Ph.D.**

Καθηγητής Μάρκετινγκ και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Διευθυντής Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών Διοίκηση Επιχειρήσεων

ΔΙΟΡΓΑΝΩΝΟΥΝ:



ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ:



Ημερίδα - Επικοινωνώντας [για] τους 17 στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης  
Πολιτιστικό Κέντρο Δήμου Στροβόλου - Λευκωσία, Κύπρος, 22 Ιανουαρίου 2024

SUSTAINABLE BUSINESS

## Fashion Brands Face New Skepticism on Green Claims

A greenwashing lawsuit against Lululemon and a documentary on the recycling of a Swiss brand of shoes have cast environmental pledges into question

By *H. Claire Brown*

July 19, 2024 5:30 am ET | **WSJ PRC**

Share  Resize 



CHANNELS ▾ EVENTS ▾ NETWORK ▾ RESOURCES ▾

MARKETING & COMMUNICATIONS

### Gen Z Becoming More Skeptical of Influencers, Sustainability Messaging

**New survey of Gen Zs in the US and Canada suggest a growing distrust of influencers; and while sustainability is still a consideration when purchasing, budget, price and brand authenticity are paramount.**

Published 7 months ago | About a 4 minute read



World ▾ Business ▾ Markets ▾ Sustainability ▾ Legal ▾ More ▾

## Green scepticism greater in EU than in neighbours, EBRD finds

By Reuters

March 5, 2024 7:30 PM GMT+2 · Updated 10 months ago



Topics International Rankings & Awards Resource Guides ETFs ESG Defined Contribution Search

ESG

December 20, 2024 07:01 AM

## Sustainability experts face headwinds of ESG skepticism, but asset owners remain undeterred

By CHRISTOPHER MARCHANT 



Services ▾ Industries ▾ Careers ▾

Search  CA-EN ▾

English | FR

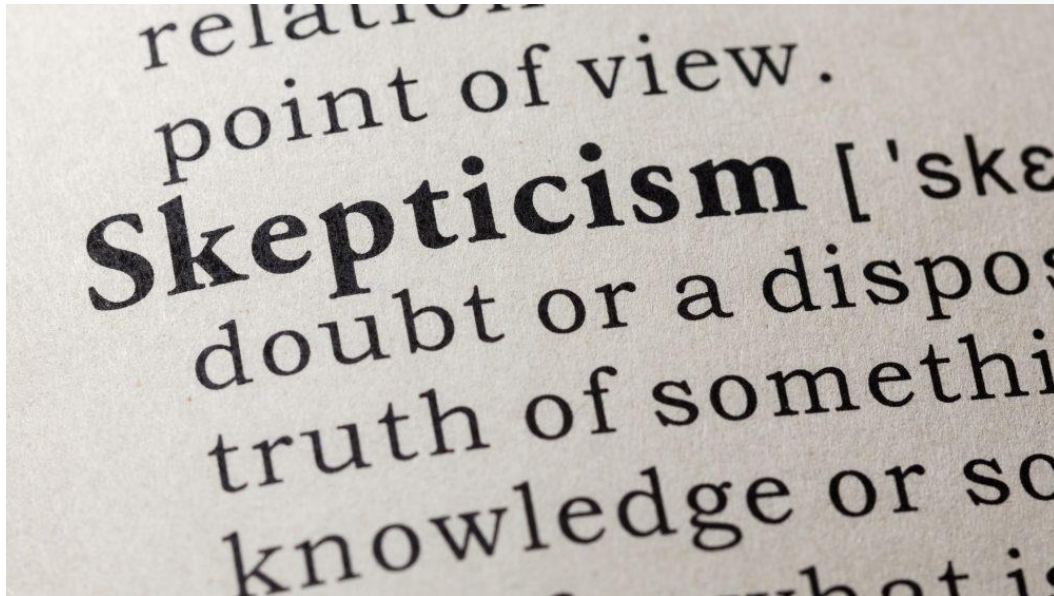
### Press releases

**While brands think they have consumer trust, most Canadians are skeptical about sustainability claims**

According to a Deloitte Canada report, there is an opportunity for brands to build transparency with authenticity, clarity, and purpose.



## Τι είναι ο σκεπτικισμός;



Πηγή: <https://namas.co/the-importance-of-skepticism/>

- Προέρχεται από την ελληνική λέξη «σκέπτομαι»
- Η τάση ενός ατόμου να **αμφισβητεί**, **αμφιταλαντεύεται** και **ερωτά**
- Ένα χαρακτηριστικό τους είναι ότι μπορούν να **αλλάξουν γνώμη** όταν τους παρουσιαστούν **επαρκείς αποδείξεις**

Πηγή: Skarmas & Leonidou (2013, JBR) – Leonidou & Skarmas (2017, JBE)

## Πού οφείλεται η αύξηση του σκεπτικισμού των καταναλωτών;



Πηγή: <https://dsb.edu.in/greenwashing-and-how-to-spot-it/>

## Υφιστάμενη κατάσταση (1)

### Διαφορετικές έννοιες του όρου greenwashing

- Greenwashing στην **επικοινωνία** (Greenwashing in communication)
  - Επικοινωνία που **παραπλανεί** τους καταναλωτές σχετικά με τα περιβαλλοντικά **χαρακτηριστικά** ενός προϊόντος ή υπηρεσίας
  - Επικοινωνία που **παραπλανεί** τους καταναλωτές σχετικά με την περιβαλλοντική **απόδοση** ενός **οργανισμού** συνολικά
- **Εταιρικό greenwashing** (Corporate greenwashing)
  - **Παραπλανητικές** οικονομικές καταστάσεις
  - **Ενέργειες** και **πρακτικές** που παραπλανούν καταναλωτές, κρατικούς φορείς και υπηρεσίες
  - **Εταιρική υποκρισία** – Χάσμα μεταξύ πολιτικών και ενεργειών
  - «**Δημιουργική ασάφεια**»



Πηγή: <https://www.greenbiz.com/article/six-sins-greenwashing>

## Υφιστάμενη κατάσταση (2)

- Το **53.3%** των "πράσινων" ισχυρισμών παρέχουν ασαφείς, παραπλανητικές ή αβάσιμες πληροφορίες
- Το **40%** των ισχυρισμών δεν διαθέτουν υποστηρικτικά στοιχεία
- Οι μισές από όλες τις "πράσινες" ετικέτες προσφέρουν ανεπαρκή ή ανύπαρκτη επαλήθευση
- Υπάρχουν **230 ετικέτες** βιωσιμότητας και **100 ετικέτες** "πράσινης" ενέργειας στην ΕΕ, με τεράστιες διαφορές ως προς τη διαφάνεια

Πηγή: [https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en)

A graphic titled "Green Claims Directive Proposal: common criteria against greenwashing and misleading environmental claims". It features a large green leaf on the left and a woman in a supermarket on the right. Below the title, it lists "Key measures" with three bullet points: common criteria on how companies should substantiate environmental claims, clear requirements to address the proliferation and credibility challenges of environmental labels, and a sound system of independent verification and support to SMEs.

**Green Claims Directive Proposal:**  
common criteria against greenwashing and misleading environmental claims

**Key measures**

- **common criteria** on how companies should substantiate environmental claims
- **clear requirements** to address the proliferation and credibility challenges of environmental labels
- **sound system** of independent verification and support to SMEs

Πηγή: <https://gs1.eu/news/green-claims-directive/>

## Υφιστάμενη κατάσταση (3)



Πηγή: <https://www.esgtoday.com/reprisk-launches-new-esg-due-diligence-scores-to-assess-companies-specific-sustainability-risks/>

- Για τρίτη συνεχόμενη χρονιά (2024), η έκθεση της RepRisk αναδεικνύει τις **τάσεις για το greenwashing**
- Τα δεδομένα του 2024 δείχνουν **συνολική μείωση** των περιπτώσεων greenwashing για πρώτη φορά μετά από **έξι χρόνια**
- Αλλά...
  - ...οι περιπτώσεις υψηλού κινδύνου (high severity cases) greenwashing **αυξήθηκαν κατά περισσότερο από 30%.**
- **Greenhushing**

Πηγή: <https://www.reprisk.com/research-insights/reports/a-turning-tide-in-greenwashing-exploring-the-first-decline-in-six-years>

## Υφιστάμενη κατάσταση (4)

1. Κρυφές πρόνοιες - Hidden trade-offs (98%)
2. Χωρίς απόδειξη - No proof (44%)
3. Ασάφεια – Vagueness (62%)
4. Μη σχετικά – Irrelevance (3%)
5. Ψέματα - Fibbing (0%)
6. Λιγότερο κακό - Lesser of two evils (3%)

### New for 2009

7. Ψεύτικες ετικέτες - “Sin of Worshiping False Labels” (24%)

Πηγή: TerraChoice (2009)



*Environmental Claims in Consumer Markets*  
Summary Report: North America  
April 2009

**Over 2,000 products surveyed – 98%  
guilty of at least one ‘Greenwashing  
Sin’**



## Παράδειγμα Greenwashing 1



Ο ισχυρισμός της Shell:  
«Χρησιμοποιούμε το CO<sub>2</sub> από  
τα απόβλητά μας για να  
καλλιεργούμε λουλούδια»

... αποδείχθηκε ότι μόνο το  
0,325% των εκπομπών τους  
χρησιμοποιήθηκε για την  
καλλιέργεια λουλουδιών.

Πηγή:  
<https://www.theguardian.com/media/2007/nov/07/asa.advertising>

## Παράδειγμα Greenwashing 2

«Η διαφήμιση ήταν παραπλανητική, καθώς δεν αναγνώριζε τη συμβολή της HSBC στις εκπομπές μέσω των επενδύσεών της σε βιομηχανίες που εκπέμπουν υψηλά επίπεδα αερίων του θερμοκηπίου. Τον Δεκέμβριο του 2022, η HSBC ανακοίνωσε ότι θα επιταχύνει τα σχέδιά της για απεμπλοκή από τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων υψηλής έντασης άνθρακα.»

Advertising Standards Authority  
(2022)

Πηγή: <https://www.asa.org.uk/static/794c34b2-8a15-45cd-ad224541b6463703/Annual-Report-ASA-CAP-2022-Full-Version.pdf>



## Παράδειγμα Greenwashing 3



BP • Follow

January 23, 2019 · 🌐

From renewables to natural gas, advanced fuels to low carbon businesses, we're working to make en...



We see possibilities in natural gas,  
the smart partner to renewables.



### BP claims it will stop climate ads

The company says it will stop "corporate reputation advertising" as part of its pledge to become carbon neutral by 2050. But is this just more BS from BP?



EMILY ATKIN

13 FEB 2020 · PAID

Η περιβαλλοντική οργάνωση Client Earth υποστηρίζει ότι το επιχειρηματικό μοντέλο της BP εξακολουθεί να βασίζεται στα **ορυκτά καύσιμα**

Πάνω από το **96%** των ετήσιων δαπανών της εταιρείας να αφορά το **πετρέλαιο και το φυσικό αέριο**.

Οι εκπομπές που προκύπτουν από την καύση των προϊόντων της BP την καθιστούν **έναν από τους μεγαλύτερους συντελεστές εκπομπών** αερίων του θερμοκηπίου στον κόσμο, οι οποίες προκαλούν την κλιματική αλλαγή.

Πηγή: <https://www.decisionmarketing.co.uk/news/bp-hit-by-calls-to-rip-down-greenwashing-ad-campaign>

## Παράδειγμα Greenwashing 4

Οι ισχυρισμοί ανέφεραν: «Επόμενη στάση, η συνταγή σας για έναν πιο υγιή πλανήτη!» και από την άλλη πλευρά, «Καλό για τον πλανήτη, καλό για εσάς.»

Ο Andrew Terry, συνεργάτης στη νομική εταιρεία μέσω των Harbottle & Lewis, δήλωσε: «Το σύνθημα "καλό για τον πλανήτη" αμφισβητήθηκε με βάση ότι ήταν παραπλανητικό και δεν μπορούσε να τεκμηριωθεί.»

Advertising Standards Authority (2021)



Πηγή: <https://www.thedrum.com/news/2021/10/20/asa-bans-alpro-good-the-planet-ads-brand-urged-tighten-up-sustainable-claims>

Πηγή: <https://www.asa.org.uk/rulings/alpro--uk--ltd-a20-1081249-alpro--uk--ltd.html>

## Παράδειγμα Greenwashing 5



Πηγή: <https://www.wearefutura.com/thinks/the-greenwash-guide>

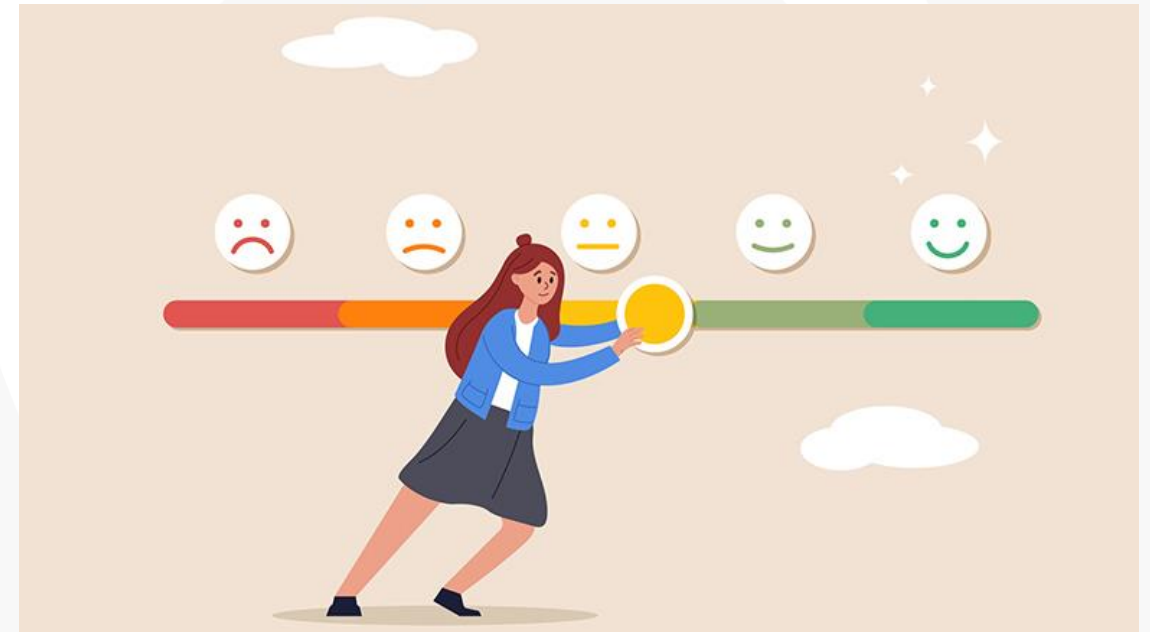
## Αρνητικές επιπτώσεις greenwashing

Το greenwashing μπορεί να φέρει  
**βραχυπρόθεσμα οφέλη** αλλά έχει  
σοβαρές **μακροπρόθεσμες**  
**επιπτώσεις**



## Πώς μειώνουμε το σκεπτικισμό για πράσινες πρακτικές/προϊόντα/υπηρεσίες;

1. Αυθεντικότητα, αξίες, και ρεαλισμός
2. Επένδυση σε πραγματικά βιώσιμες πρακτικές
3. Υπευθυνότητα και συνέπεια
4. Επαρκείς αποδείξεις και διαφάνεια
5. Πιστοποίηση και επαλήθευση από ανεξάρτητους φορείς και συνεργασίες
6. Ξεκάθαρα μηνύματα με αποφυγή υπερβολής
7. Ενημέρωση και εκπαίδευση καταναλωτών για να αναγνωρίζουν το greenwashing
8. Μέτρηση αποτελεσμάτων
9. Συνεχής βελτίωση



Πηγή: <https://www.ccdaily.com/2023/08/three-ways-to-combat-skepticism-of-higher-eds-value/>

THANK

YOU!



**Δρ. Κωνσταντίνος Ν. Λεωνίδου**

Καθηγητής Μάρκετινγκ και Διοίκησης Επιχειρήσεων



+357 22 41 1929



[@CNLeonidou](https://twitter.com/CNLeonidou)



[C.Leonidou@ouc.ac.cy](mailto:C.Leonidou@ouc.ac.cy)



[@CNLeonidou](https://www.linkedin.com/in/CNLeonidou)



**Διεύθυνση**

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου  
Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης  
Πρώτος όροφος, Γραφείο 113, 33 Γιάννου Κρανιδιώτη  
Λατσιά, Λευκωσία, 2220, Κύπρος

**Ώρες Γραφείου**

Τρίτη 13:00-18:00

<https://calendly.com/cleonidou/ach>