

Source : <https://www.sortirdunucleaire.org/EDF-greenwashing-virtuel>

Réseau Sortir du nucléaire > Le Réseau
en action > Juriblog > Nos actions juridiques > **Greenwashing virtuel pour la campagne pub EDF "The Race"**

19 janvier 2018

Greenwashing virtuel pour la campagne pub EDF "The Race"

La publicité d'EDF, intitulée « The Race », met en scène des personnages de jeu vidéo féériques évoluant dans le monde des énergies, entre de belles éoliennes et des centrales rassurantes. Tout en poursuivant ses mensonges sur son électricité « décarbonée », l'industriel cherche à donner le change pour redorer le blason d'un nucléaire en décrépitude. Pour dénoncer cette communication, le Réseau "Sortir du nucléaire" a déposé plainte le 30 octobre 2017 devant le Jury de déontologie publicitaire.



EDF continue à propager le mythe de l'électricité « sans CO2 »

Que ce soit dans son clip vidéo « The Race » ou dans le publiereportage paru dans différents quotidiens, EDF met en avant le chiffre d'une électricité « à 97% sans CO2 », laissant entendre que mis à part les quelques pourcents d'électricité produits par les centrales thermiques, les autres sources d'énergie – dont bien sûr le nucléaire – n'émettraient pas de gaz à effet de serre.

Une telle affirmation est fautive, et EDF le sait bien. Extraction de l'uranium, construction et démantèlement futur des installations, fabrication et transport du combustible, gestion des déchets sur les milliers d'années à venir [1] : ces opérations ne se produisent pas par magie ! Le contenu en CO2 du nucléaire a d'ailleurs fait l'objet d'une [méta-étude](#), qui débouche sur un chiffre médian de 66g de CO2 par kWh.

Ce n'est que suite [aux recours répétés déposés devant le Jury de déontologie publicitaire \(JDP\) par le Réseau "Sortir du nucléaire" et d'autres associations](#) qu'EDF consent maintenant à rajouter une bien discrète et laconique note de bas de page pour reconnaître que son chiffre est calculé « hors analyse de cycle de vie ».

Le nucléaire main dans la main avec les énergies renouvelables : un mensonge éhonté

EDF réussit le tour de force de rassembler sur un même plan atome et énergies renouvelables. Une propagande éhontée visant à tromper, entre autres, les nouvelles générations de consommateurs ?

Avec ces allusions mensongères à un nucléaire « décarboné », EDF continue à poser cette énergie en championne de la lutte contre le changement climatique. Pourtant, comme l'a démontré [une étude du cabinet WISE Paris](#), le nucléaire n'apporte qu'une contribution médiocre à la réduction des émissions de gaz à effet de serre ; surtout, en raison des importants investissements qu'il requiert, il bloque le développement des vraies solutions, à savoir les économies d'énergie et les énergies renouvelables.

Or, sans vergogne, EDF a mis en scène comme personnages principaux de sa publicité des allégories de l'énergie éolienne, qui prétendent que le nucléaire travaillerait « main dans la main avec les énergies renouvelables ». Un message destiné à occulter le fait que [la France est en retard sur ses objectifs de développement des énergies renouvelables, en particulier sur l'éolien](#) ?

Ces virées virtuelles en plein ciel prétendent-elles faire oublier que le nucléaire, loin de constituer un allié puissant et souple, est en réalité un poids pour la France ? Vieillesse des réacteurs, découverte de nouvelles anomalies, état calamiteux de nombreuses centrales : la situation réelle n'est pas féérique, loin de là.

L'affaire a été examinée par le Jury de Déontologie Publicitaire le 12 janvier 2018 [2]. En dépit de la victimisation jouée par l'avocat d'EDF lors de l'audience qui évoquait un acharnement de notre association à l'encontre des publicités de la société, le Jury a reconnu comme partiellement fondée la plainte déposée par le Réseau. En effet, celui-ci estime que la mention censée expliciter la phrase "97% sans CO2" défile trop vite compte tenu de la technicité des termes employés, contrairement au point 3.3 de la Recommandation "Développement durable" de l'Autorité régulation professionnelle de la publicité qui prévoit que "lorsqu'une explicitation est nécessaire, celle-ci doit être claire, lisible ou audible".

Téléchargez l'avis du JDP



Téléchargez la plainte



Notes

[1] Nous invitons d'ailleurs EDF et l'Andra à fournir un bilan carbone de la construction du projet CIGÉO : les 300 km de galeries souterraines prévues ne vont pas se creuser toutes seules !

[2] **Compte-rendu de l'audience JDP du 12 janvier 2018 :**

Etaient présents :

- ▶ 3 personnes pour EDF dont Me POTOT
- ▶ 2 personnes pour HAVAS
- ▶ le directeur général de l'ARPP
- ▶ Me Pauline Gilliet pour le Réseau SDN

Me Gilliet a rappelé les 4 décisions déjà intervenues, minimisé les conséquences du jugement du TGI de PARIS et insisté sur l'absence de clarté du message publicitaire pour le grand public en ce qui concerne la réalité du mix énergétique (87% nucléaire) et la réalité des émissions de CO2. Elle a également insisté sur le fait que les mentions et astérisques désormais ajoutés par EDF dans ses campagnes étaient insuffisants, difficilement lisibles et non compréhensibles par les non initiés. Même chose pour le site internet qui donne une version tronquée et angélique des activités d'EDF.

Pour EDF, Me POTOT a eu recours à l'habituelle victimisation avec l'acharnement de RSN, l'impossibilité de faire de la publicité sans saisine du JDP, la caricature que fait l'association en racontant « tout et n'importe quoi ». Selon lui, RSN utilise cette procédure pour faire sa propre communication. Il a évidemment insisté sur le jugement du TGI. Sur le fond, comme dans ses écritures : - il s'agit d'une campagne sur le mix énergétique donc la combinaison des différents modes de production : « vous voulez un astérisque « le nucléaire c'est pas bien » ? Vous ne l'aurez pas ! » - question des 97% sans CO2 déjà tranchée par le JDP, il appartient à RSN de se conformer elle aussi aux avis et d'arrêter de les remettre en cause. L'ARPP a été associée à l'élaboration de la campagne, il y a eu une instruction de plusieurs mois, EDF a tout respecté parfaitement y compris pour les supports papiers pour lesquels la consultation de l'ARPP est facultative. L'association fait preuve d'une « mauvaise foi insigne » (formule répétée une dizaine de fois !) et de « mauvaises manières ».

Intervention de la responsable du pôle publicité d'EDF pour souligner que toute publicité est désormais systématiquement soumise à l'ARPP avec qui s'est installée une collaboration régulière.

Intervention du juriste d'HAVAS qui ne comprend pas que son travail soit remis en cause alors qu'il a tout fait parfaitement, en lien avec l'ARPP. Il dénonce l'insécurité et le coût engendré par les actions systématiques de l'association.

Intervention d'un responsable commercial d'HAVAS qui a confirmé que les règles déontologiques étaient suivies avec rigueur.

Intervention du directeur général de l'ARPP qui atteste de sa consultation par EDF, d'un travail

commun et du fait d'avoir jugé la campagne acceptable et ce sans réserve.

Question des membres du jury :

▶ quelle modification de la durée de défilement a été appliquée à la demande de l'ARPP ? - réponse d'HAVAS : 10 à 15% moins vite - « on a fait au mieux avec toute notre bonne foi »

▶ comment expliqueriez-vous la mention 97% sans CO2 à un enfant ? - réponse d'HAVAS : il s'agit de prendre en compte seulement une partie du cycle de vie. La notion de cycle de vie est parfaitement claire même pour des non initiés. Appréciation de la vice présidente du JDP : La mention actuelle est assez complexe. Il serait possible de préciser de façon apparente que le chiffre des émissions ne prend en compte qu'un moment du cycle.

Me POTOT : la publicité doit être compréhensible et techniquement précise, la mention remplit parfaitement cet objectif.

Question de la présidente du JDP : existe-t-il des règles encadrant la vitesse de défilement ? - réponse d'HAVAS : non

La présidente a conclu en soulignant que le JDP était distinct de l'ARPP et qu'il rendait des avis distincts, non tenus par l'appréciation qu'aurait pu porter l'ARPP.

Délibéré sous 15 jours.