Réseau
Sortir du nucléaire

Réseau "Sortir du nucléaire"
9 rue Dumenge - 69317 Lyon
Tél : 04 78 28 29 22 Fax : 04 72 07 70 04
www.sortirdunucleaire.org

Fédération de plus de 930 associations et 60 000 personnes, agrée pour la protection de l'environnement

Source : https://www.sortirdunucleaire.org/Greenwashing-le-Reseau-Sortir-du-nucleaire-depose

17 janvier 2022

Greenwashing : le Réseau "Sortir du nucléaire" dépose une plainte devant le Jury de Déontologie Publicitaire contre la dernière campagne de pub d'Orano

À l'heure où Emmanuel Macron s'apprête à relancer le nucléaire sur le sol français, il semblerait que tous les moyens soient bons pour redorer l'image de cette industrie polluante et dangereuse. C'est donc à grand renfort de publicités mensongères qu'Orano (ex-Areva) cherche à donner au nucléaire une image écolo, jeune et féministe, bien éloignée de la réalité. Le Réseau "Sortir du nucléaire" porte plainte ce jour auprès du Jury de Déontologie Publicitaire pour communication trompeuse.



Extrait de la pub Orano

« Surprenez-vous, rejoignez nous », la campagne de publicité mensongère de l'industrie nucléaire

Vous avez peut-être aperçu en novembre dernier ces petites BD à la gloire du nucléaire dans les pages du journal Le Monde. On y voyait un petit morceau d'uranium qui venait à la rescousse de la planète. Dessins sympathiques, parution dans un média qui fait autorité, propos rassurant sur le nucléaire… on en oublierait presque qu'il ne s'agit pas d'un visuel objectif mais d'une publicité payante d'un acteur privé qui défend ses intérêts économiques ! Alors même que les centrales nucléaires polluent les eaux, les sols, rejettent des effluents gazeux chimiques et radioactifs dans l'atmosphère et qu'elles génèrent des déchets radioactifs dont on ne sait que faire, ces publicités cherchent à nous faire croire que le combustible nucléaire est « naturel » et que ces déchets sont recyclables à 96 %. C'est évidemment faux : 94 % de l'uranium de retraitement (URT) est actuellement stocké sur le site de Pierrelatte dans la Drôme en attendant une potentielle réutilisation qui ne vient pas ; quant aux 4 % des déchets les plus dangereux sont entreposés dans des piscines à La Hague sans aucune possibilité de retraitement. Orano est bien placée pour le savoir puisque c'est elle qui gère cette usine, l'une des plus polluantes, sur le plan chimique et radiologique, du monde.

Quand Orano cherche à faire oublier Areva

Orano ? C'est le visage présentable qu'Areva n'a jamais réussi à avoir. Lancé en 2018 pour faire oublier les déboires du géant industriel français, Orano a bien compris que, pour séduire et perdurer, elle devait miser sur une communication jeune et agressive, quitte à s'asseoir largement sur la vérité. Au delà de la campagne « Surprenez-vous, rejoignez nous » citée précédemment et que nous attaquons aujourd'hui devant le Jury de Déontologie Publicitaire pour propos fallacieux, Orano a mis en place tout un arsenal marketing pour redorer (ou plutôt verdir) l'image du nucléaire et défendre son entreprise. Et elle y met les moyens : appels à des influenceurs en vogue, à des « experts » à l'indépendance pourtant douteuse, création du média Parole d'experts Orano (le podcast pour se faire sa propre opinion sur le nucléaire), mise en avant des femmes et des jeunes dans les supports de communication, lancement du jeu en ligne « Go for climate » dans lequel le joueur, en cherchant à composer son mix énergétique idéal, ne peut se passer du nucléaire, expositions virtuelles, visites immersives… Orano veut instiller, dans toutes les strates de l'opinion publique, une image aseptisée et bienveillante du nucléaire, en complète dissonance avec la réalité.

Une opération de greenwashing dangereuse

Toute cette communication pourrait faire sourire si elle n'était pas aussi préoccupante. Car Orano ne vend pas des savons ou des aspirateurs : l'entreprise détient le monopole français d'une des industries les plus dangereuses au monde. En comparant l'uranium à un petit caillou aux propriétés miraculeuses et en faisant passer le nucléaire pour un levier indispensable de lutte contre le réchauffement climatique, Orano occulte les risques associés au nucléaire. Risques d'accident évidemment, mais aussi risques de pollutions, risques pour les travailleurs, risques pour les générations futures avec l'insoluble question des déchets radioactifs, risques financiers pour l'État et le contribuable, risques démocratiques pour les populations rarement associées aux projets de nouveaux chantiers… les Français, déjà extrêmement peu informés sur le nucléaire et ses enjeux, sont ici exposés à un discours faussement confortable et prometteur sur les bienfaits du nucléaire. C'est pourquoi le Réseau "Sortir du nucléaire" a décidé de porter plainte, ce jour, auprès du Jury de Déontologie Publicitaire et faire reconnaître le droit à la juste information.

VOUS NE LE SAVEZ PAS ENCORE...

Vous pouvez devenir de la CHAIR À NEUTRONS avec Orano

