



KESKKONNAAMET



## 47. Tööleht: Rohepesu

**Mõiste: Rohepesu (i.k. *greenwashing*) on võimalik defineerida mitmeti. Üldiselt on tegu aga firmade püüdega end reklaamida rohelisemalt ja keskkonnasõbralikumalt kui nad tegelikult on. Rohkem raha kulub reklaamile, et näidata end loodusliku ja puhtana kui tegelikule püüdlusele olla kestlik.**

1. Millal hakkasid firmad oma reklaamides kasutama viiteid keskkonnasõbralikkusele?
  - a. 1920ndatel;
  - b. 1960ndatel;\*
  - c. 1980ndatel;
2. Uuringud on näidanud, et kui firma end keskkonnasõbralikuna reklaamib mõjutab see enamike inimeste tarbimisharjumusi.
  - a. Tõsi;\*
  - b. Vale;
3. Norras ei tohi autoreklaamis viidata, et:
  - a. Auto on keskkonnasõbralik;\*
  - b. Auto on võimeline sõitma üle lubatud kiiruse;
  - c. Auto on mugavam kui kunagi varem;
4. Kui Kanada ja USA soovivad, et kõik keskkonnateemalised väited reklaamides peaksid olema teaduslike andemete poolt toetatud, siis Austraalias võib keskkonnateemaliste eksitavate väidete eest:
  - a. Saada kuni 2 aastat vangistust;
  - b. Jääd tegevuslitsentsist ilma;
  - c. Saada kuni miljon dollarit trahvi;\*

### Arutlemisteemad:

1. Milliseid näiteid oskate rohepesu kohta tuua end ümbritsevast reklaamist? *McDonalds on näiteks mitmeid rohepesu kampaaniaid korraldanud. Aastal 2009 muutis Euroopa McDonalds näiteks oma logo värvid kollaseks ja roheliseks, et tuua välja nende vastutus loodusressursside säästmisel. McDonalds teeb alati ka reklaame, mis näitavad puhast loodust, väikseid talusid ning peretaluga talunikke. Sellest hoolimata tuleb nende tooraine siiski pigem läbi suurte vahendajate, ilma et McDonaldsil tootjatega mingit kokkupuudet oleks.*

*Rohepesu mõiste sai alguse New Yorgi keskkonnaaktivisti Jay Westerveldi 1986. aasta esseest, milles kõneles hotellide praktikast panna vannitubadesse sõnumeid soovitusena mitte lasta hotelliteenijail viia kasutatud käterätte keskkonna säästmise nimel igapäevaselt pesu, vaid kasutada neid uuesti. Tema hinnangul tõi see keskkonnale vägagi küsitavat kasu, küll aga suurendas hotellide tulusid.*

2. **Milliste omaduste järgi rohepesu ära tunda?** *Toode on väga kitsast aspektist roheline ning teisi tähtsaid keskkonna probleeme varjatakse. Väide keskkonnasõbralikkuse kohta, millel puuduvad kergesti leitavad või kolmanda osapoole tõendid. Liiga laialt defineeritud väide, millest tarbija tõenäoliselt valesti aru saab jne.*

**Huvitavat lisamaterjali:**

<http://www.nullkulu.ee/2017/10/rohepesu-mis-see-on-ja-kuidas-ara-tunda.html> – Mis on rohepesu? Nullkulu blogist

<https://bioneer.ee/kuidas-v%C3%A4ltida-rohepesu> Kuidas vältida rohepesu? Bioneer, Martin Eek

[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_The_Sins_of_Greenwashing_-_Home_and_Family_Edition_2010.pdf) - The sins of Greenwashing 2010, TerraChoice.

<https://www.youtube.com/watch?v=bReBO55XzZc> - Chevron „People Do“ (näide rohepesust)