

Rohepesu

Definitsioon: Rohepesu (greenwashing) puhul on tegu firmade või organisatsioonide püüdega end reklaamida rohelisemalt ja keskkonnasõbralikumalt kui nad tegelikult on. Rohkem raha kulub tihtilugu reklaamile, et näidata end loodusliku ja puhtana kui tegelikule püüdlusele olla kestlik.

Ajalugu: Juba 1960ndatel kui roheline liikumine alguse sai hakkasid firmad kasutama oma reklaamides viiteid keskkonnasõbralikkuse kohta. Sel ajal hakkas reklaaminduses liikuma ka termin „ökopornograafia“ tegevuse kirjeldamiseks. Mida aeg edasi, seda rohkem hakkasid inimesed keskkonnale mõtlema ja ka firmad end rohelisemana näitama. Üheksakümnendate alguses näitasid uuringud, et 58% keskkonnateemalistest reklaamidest sisaldasid vähemalt üht petlikku väidet. Tänapäevaks on olukord veel hullemgi.

Regulatsioonid: Mitmed riigid on püüdnud olukorda parandada regulatsioonidega. Norras on näiteks autotootjatele paika pandud ühed maailma karmimad reklaami eeskirjad. Sealne tarbijate ühistu eestkõneleja on öelnud, et ükski auto ei saa keskkonnale kasu teha, ainult vähem kahju kui teised. Austraalias võib keskkonnateemaliste eksitavate väidete eest saada kuni 1.1 miljonit dollarit trahvi. Ka Kanada ja USA üritavad heidutada firmasid, et nad ei tooks välja üldiseid väiteid oma toodete kohta ning soovivad, et kõik keskkonnateemalised väited peaksid olema teaduslike andemete poolt toetatud.

Chevron „People Do“ – Ameerika fossiilsete kütustega tegelev energiafirma alustas oma „People Do“ (inimesed teevad) kampaaniat 1980ndatel aastatel, milles rääkisid kui palju kasu nad oma tegevusega keskkonnale teevad. Uuringud on näidanud tõesti, et inimesed usaldavad Chevronit keskkonnaküsimustes rohkem kui nende konkurente. Kahjuks näitavad mitmed looduskatastroofid aga seda, et Chevroni tegevus on siiski peamiselt planeedi saastamine.

McDonalds on ka mitmeid rohepesu kampaaniaid korraldanud. Aastal 2009 muutis Euroopa McDonalds näiteks oma logo värvid kollaseks ja roheliseks, et tuua välja nende vastutus loodusressursside säästmisel. Nende reklaamides näidatakse alati puhast loodust, väikseid talusid ning peretaluga talunikke. Sellest hoolimata tuleb nende tooraine siiski pigem läbi suurte vahendajate, ilma et McDonaldsil tootjatega mingit kokkupuudet oleks.