

Two Sides Press Release



13/11/2018, Paris

Two Sides se félicite du succès de sa campagne mondiale contre le greenwashing concernant le papier et l'imprimé

Lors de la réunion annuelle de ses Country Managers à Londres le 5 novembre 2018, les représentants de Two Sides Europe, Amérique du Nord, Amérique du Sud, Afrique du Sud, Australie et Nouvelle-Zélande ont dévoilé les résultats de la campagne mondiale anti-greenwashing menée par l'association.

Depuis sa création, Two Sides a enquêté sur plus de 900 organisations dans le monde. Plus des deux tiers ont eu recours à des allégations non fondées concernant l'impact du papier sur l'environnement, généralement en violation des réglementations locales en matière de publicité et par comparaison avec la communication digitale. Après intervention des associations locales de Two Sides, 335 organisations ont retiré ou modifié leurs messages.

Dans une déclaration conjointe, les Country Managers de Two Sides ont déclaré :

"Nous sommes heureux d'annoncer ces résultats mondiaux en matière d'anti-greenwashing concernant le papier et l'imprimé. La campagne Anti-Greenwashing est une initiative essentielle car sans l'intervention de Two Sides, il n'y aurait pas d'autre organisme pour demander des comptes à ces organisations qui font souvent la promotion de la communication numérique comme une pratique favorable à l'environnement.

Malgré le succès de notre campagne, et malgré l'existence de normes claires sur les allégations environnementales non fondées, les tactiques d'écoblanchiment sont encore trop courantes et s'appuient sur des idées reçues. Chaque jour, de nouvelles allégations sont portées à l'attention de Two Sides, allant de signatures de courriels apparemment inoffensives jusqu'aux communications des plus grandes banques disant à des dizaines de millions de leurs clients que le papier est mauvais pour l'environnement et qu'il faut préférer la communication numérique".

Les idées reçues courantes des consommateurs au sujet des imprimés et du papier sont renforcées par les fournisseurs de services, qui encouragent de plus en plus leurs clients à passer à la facture, au relevé et à la correspondance électroniques. Souvent, l'incitation à changer de fournisseur est basée sur des affirmations environnementales non fondées encourageant à la « dématérialisation » ou à « sauver des arbres ».

Non seulement ces affirmations sont trompeuses au regard des impacts environnementaux considérables de la communication numérique, mais le passage au numérique n'est pas toujours bien accueilli par les consommateurs.

Dans le cadre d'un sondage commandé par Two Sides, plus de 10 000 consommateurs du monde entier ont été interrogés sur leurs préférences en matière d'impression. Les principales conclusions sont les suivantes :

- 89% estiment qu'ils ont le droit de choisir la façon dont ils reçoivent les communications (imprimées ou électroniques) des organismes financiers et des fournisseurs de services.

- 77 % croient qu'on ne devrait pas leur imposer des frais plus élevés pour le choix d'une facture ou d'un relevé papier.
- 73 % conservent des copies papier des documents importants déposés à la maison, car ils croient qu'il s'agit de la façon la plus sûre et la plus sécuritaire de conserver l'information.
- 69% sont d'accord pour dire que la dématérialisation n'est pas vraiment une dématérialisation, car ils doivent régulièrement imprimer des documents à la maison.
- 62 % sont d'accord pour dire que les incitations à passer au numérique parce qu'il serait " meilleur pour l'environnement " reposent en fait sur la volonté de l'expéditeur de réaliser des économies.

Les Country Managers de Two Sides ont décidé de poursuivre leurs efforts pour empêcher les entreprises et les autres organisations d'utiliser des messages trompeurs relatifs à l'environnement concernant le papier et l'imprimé, au moment où l'économie circulaire fait l'objet d'une attention accrue des décideurs et des parties prenantes.

"Two Sides reconnaît bien sûr qu'il y a une place pour la communication numérique dans le monde connecté d'aujourd'hui, mais cela ne doit pas correspondre à un changement forcé vis-à-vis des consommateurs, au moyen d'allégations environnementales trompeuses et infondées.

Two Sides demande à tous les fournisseurs de services d'adopter une approche loyale et honnête dans leurs communications, respectueuses des normes et réglementations en matière d'environnement et de RSE, et de veiller à ce que les consommateurs restent libres de choisir du papier, sans frais ni difficulté."

Si vous souhaitez nous signaler des exemples de greenwashing concernant le papier et l'imprimé, n'hésitez pas à envoyer les détails à : France@twosides.info.

À propos de Two Sides

Two Sides est une initiative mondiale sans but lucratif qui informe sur la performance environnementale du papier et de l'imprimé. Les membres de Two Sides en couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur : foresterie, pâte à papier, papier, encres et produits chimiques, finition, édition, impression, enveloppes et opérateurs postaux. L'adhésion à Two Sides démontre l'engagement de ses adhérents envers l'environnement et leur désir constant d'améliorer leurs pratiques.

Pour plus d'informations sur la campagne Anti-Greenwashing, ou pour en savoir plus sur Two Sides, contactez-nous : France@twosides.info