

Dissiper les idées reçues

Une étude européenne sur les perceptions des consommateurs concernant le papier et l'imprimé



Le Papier et
l'Imprimé :
une belle relation avec
l'environnement



INTRODUCTION

Une enquête européenne a été réalisée auprès de 6 000 consommateurs pour le compte de Two Sides par la société d'études indépendante Toluna en février 2019.

L'enquête a été menée dans 8 pays : Allemagne, Autriche, France, Italie, Royaume-Uni, ainsi que dans les pays nordiques (Finlande, Norvège et Suède)..

Ce rapport explore les idées-reçues des consommateurs concernant l'impact environnemental du papier et de l'imprimé, et dissipe en particulier l'idée selon laquelle les consommateurs ne souhaiteraient plus lire de documents imprimés ou recevoir des communications papier de leurs fournisseurs de services.

Nous sommes heureux de vous présenter notre dernière étude, qui vous aidera à analyser et comprendre la perception et l'attitude des consommateurs à l'égard du papier et de l'imprimé.

Il existe un écart important entre la perception qu'ont les consommateurs des principaux impacts environnementaux du papier et ce qui est effectivement établi. C'est particulièrement évident lorsque l'on examine la sensibilité et la compréhension des consommateurs des sujets liés à la gestion des forêts et au recyclage.

Cette étude révèle également que les consommateurs conservent une préférence considérable pour l'imprimé lorsqu'ils lisent des livres, des magazines et des journaux. Malgré les efforts déployés par de nombreux fournisseurs de services pour faire basculer leurs clients vers le numérique, il est clair que les consommateurs de toute l'Europe attachent encore une grande importance au droit de choisir des communications papier auprès de leurs banques et autres fournisseurs de services, sans frais supplémentaires et sans obstacles.

Ces idées reçues persistantes sur le papier confirment la nécessité pour Two Sides de sensibiliser les consommateurs et les entreprises, et de s'attaquer directement à ces perceptions infondées.

Nous espérons que ce rapport alimentera vos réflexions et votre stratégie de communication vis-à-vis de vos clients - et si vous souhaitez en savoir plus sur la façon de soutenir la campagne Two Sides, n'hésitez pas à nous contacter!

2. Introduction

3. Principaux constats

4. Comprendre les forêts

5. Circulaire par nature

6. Une question de choix

7. Dissiper les idées reçues

8. Références

À propos de Two Sides

Two Sides est une initiative mondiale sans but lucratif qui informe sur les performances uniques et durables de l'impression, du papier et des emballages en papier carton.

À l'échelle mondiale, Two Sides compte plus de 600 membres dans la chaîne de valeur de l'impression, du papier et de l'emballage, notamment dans les secteurs suivants : gestion forestière, pâtes, papier, emballage, encres et produits chimiques, finition, édition, impression, enveloppes et opérateurs postaux.

Contactez Two Sides

Si vous souhaitez en savoir plus sur ce rapport ou sur les nombreux autres outils et ressources produits par Two Sides, n'hésitez pas à nous contacter.

france@twosides.info

fr.twosides.info

@TwoSides_FR

PRINCIPAUX CONSTATS

Perceptions environnementales

- Seuls 10 % des Européens pensent que les forêts européennes ont augmenté en taille.
- Seuls 20 % des consommateurs estiment que le taux européen de recyclage du papier dépasse 60 %.
- Le bois est considéré comme le matériau le plus écologique, suivi du verre et du papier.
- Les appareils électroniques sont considérés comme le deuxième produit le plus nocif pour l'environnement, juste après le plastique.

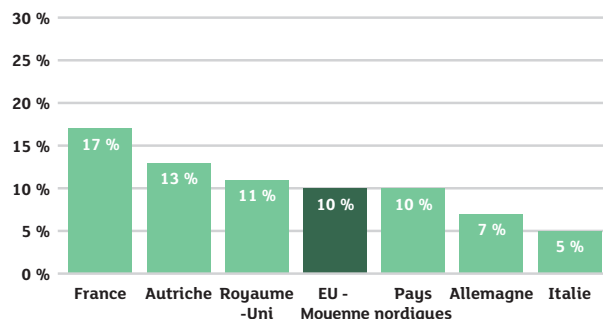
Préférences de lecture

- 69 % des consommateurs pensent que l'imprimé est la façon la plus agréable de lire des livres.
- 61 % trouvent les magazines imprimés plus agréables à lire et 54 % préfèrent les journaux imprimés.
- 48 % craignent que la surutilisation des appareils électroniques ne nuise à leur santé.
- 45 % pensent qu'ils passent un temps excessif à utiliser des appareils électroniques.

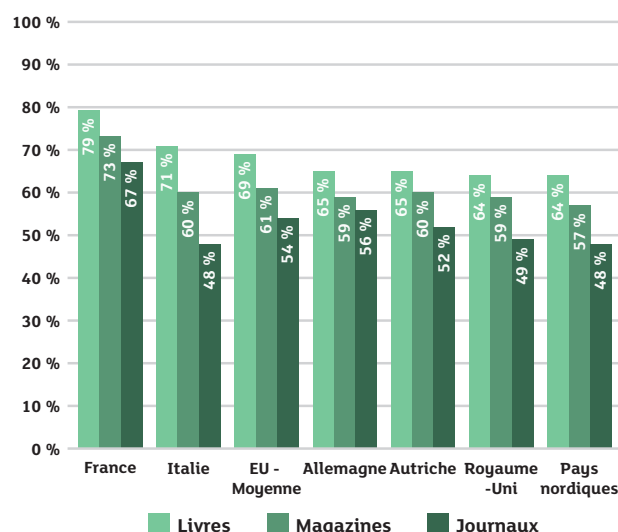
Choix des consommateurs

- 78 % des consommateurs pensent qu'ils doivent avoir le droit de choisir la façon dont ils reçoivent les communications (imprimées ou électroniques) de leurs banques et d'autres fournisseurs de services.
- 76 % estiment qu'ils ont le droit de revenir au papier après avoir choisi le numérique.
- 62 % pensent qu'ils ne devraient pas payer de frais additionnels pour la réception de factures et de relevés papier.

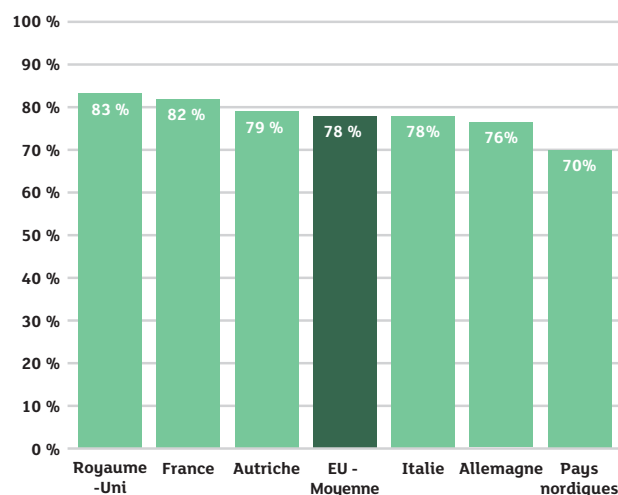
Proportion de consommateurs qui pensent que la taille des forêts européennes a augmenté



Proportion de consommateurs qui préfèrent lire sur papier



Proportion de consommateurs qui pensent avoir le droit de choisir la façon dont ils reçoivent les communications

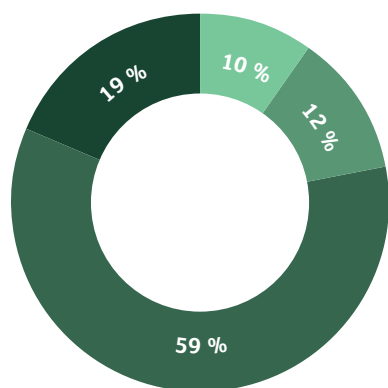


COMPRENDRE LES FORÊTS

L'industrie papetière dépend d'une gestion durable des forêts pour disposer d'un approvisionnement pérenne en fibre de cellulose - la matière première essentielle de ses produits. Des forêts bien gérées apportent de multiples avantages à la société, tels que des moyens de subsistance, des services écosystémiques et la biodiversité. Entre 2005 et 2015, les forêts européennes, d'où les usines de pâtes et papiers de la région tirent plus de 90 % de la fibre utilisée, ont augmenté d'une surface de plus de 44 000 km², soit à peu près la superficie de la Suisse.¹

Toutefois, l'enquête révèle un malentendu répandu parmi les consommateurs européens concernant l'état des forêts européennes. Seuls 10 % des Européens pensent que la taille des forêts européennes a augmenté. Cette proportion n'atteint que 5 % des consommateurs en Italie. Selon les derniers chiffres de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), la superficie forestière en France a augmenté de plus de 11 000 km² entre 2005 et 2015, ce qui peut expliquer pourquoi la France a, à l'inverse la plus forte proportion de consommateurs qui estiment que les forêts européennes sont en croissance (laquelle n'est cependant que de 17 %).

D'après vous, qu'en est-il de la taille de la surface forestière européenne depuis l'année 2005?

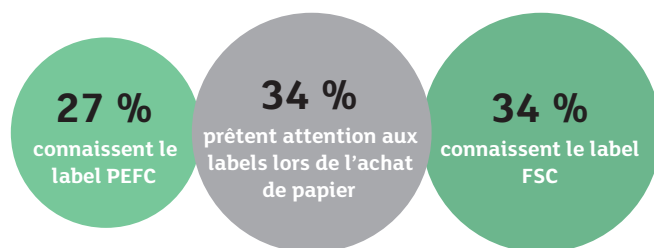


A augmenté **Est restée stable** **A diminué** **Ne sait pas**

En ce qui concerne le comportement d'achat du papier, 75 % des consommateurs européens estiment qu'il est important d'utiliser des produits en papier issus de forêts gérées durablement. Cependant, seulement 34 % d'entre eux prêtent attention aux labels de certification forestière lors de l'achat de papier.

Plus de 70 % de la superficie forestière européenne est certifiée selon les labels FSC® ou PEFC™.² On estime qu'environ un quart des certificats de traçabilité en Europe (environ 7 000) se rapportent au papier et aux produits imprimés, ce qui démontre que le secteur est un soutien majeur de la certification forestière.

Malgré l'importance de ces systèmes pour la chaîne d'approvisionnement du papier et l'industrie des produits forestiers en général, cette enquête révèle que seulement



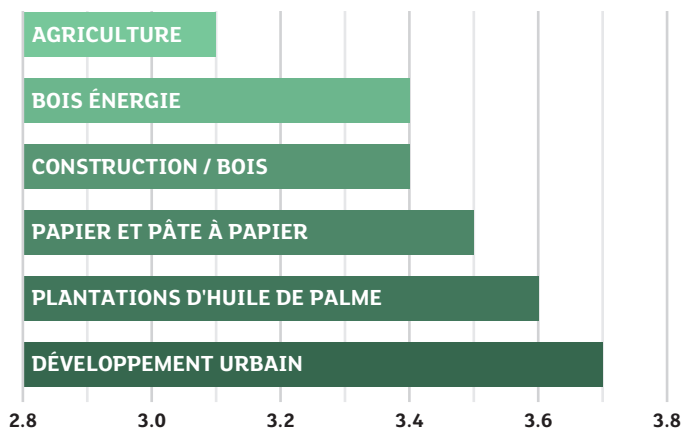
34 % des consommateurs européens connaissent le label FSC et 27 % le label PEFC. L'industrie doit donc agir davantage pour sensibiliser les consommateurs à leur signification.

L'Europe présente une situation positive concernant ses forêts, mais il ne faut pas ignorer que la déforestation reste une préoccupation dans plusieurs autres régions du monde, notamment les tropiques.

L'agriculture est la principale cause de déforestation dans le monde³, pourtant l'enquête de perception a révélé que les consommateurs ignorent cette réalité : ils estiment au contraire que cette activité a le moins d'impact sur les forêts.

Si l'on considère la récolte mondiale de bois, 50 % est utilisée comme combustible. Plus de 30 % est transformée pour d'autres usages industriels, tels que la construction et l'ameublement. D'autres utilisations existent parmi lesquelles seulement 13 % concernent l'industrie papetière.⁴

Selon vous, quelle industrie/activité a le plus d'impact sur les forêts ? 1 étant l'impact le plus faible et 5 étant l'impact le plus dommageable.



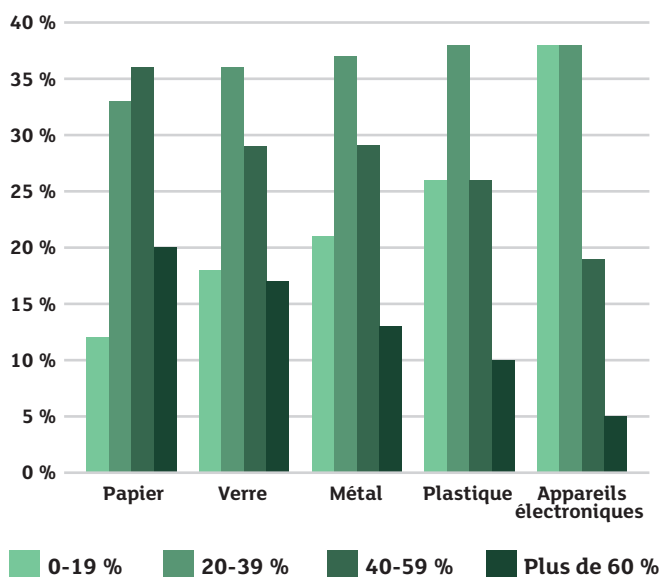
CIRCULAIRE PAR NATURE

La capacité à collecter et à recycler facilement un produit - tant pour les consommateurs que pour l'industrie - est essentielle pour une économie circulaire performante. Concernant le papier, le taux global de recyclage du papier et du carton en Europe dépasse 72 %, ce qui se rapproche d'un taux de recyclage maximal théorique estimé à 78 % - en effet certains produits en papier ne peuvent être récupérés en vue de leur recyclage parce qu'ils sont conservés pendant de longues périodes, par exemple les livres et les documents archivés ; d'autres sont détruits ou contaminés lorsqu'ils sont utilisés, par exemple les papiers d'hygiène.⁵ Pour les emballages en papier carton, le taux de recyclage est encore plus élevé, atteignant 85 %, soit le taux le plus élevé de tous les matériaux d'emballage en Europe.⁶

En France, le taux de recyclage des emballages en papier carton est de 98 %¹², et celui du papier graphique est de 75 %.¹³

L'enquête a révélé que les consommateurs européens ont une perception réaliste du papier comme ayant le taux de recyclage le plus élevé, même si seulement un cinquième d'entre eux savent que le taux de recyclage du papier dépasse 60 %.

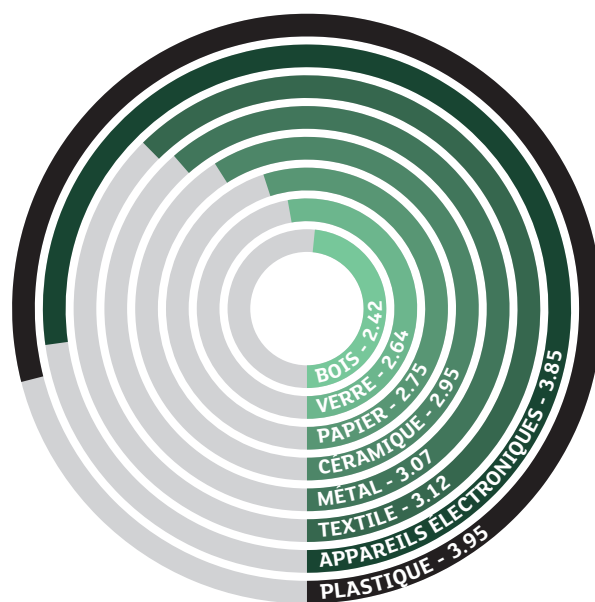
Selon vous, quel pourcentage des produits suivants sont recyclés en Europe ?



Le plastique est le matériau d'emballage le moins recyclé en Europe, avec un taux de recyclage de 42 %. Pourtant, un quart des consommateurs pensent que jusqu'à 59 % du plastique est recyclé et, de manière encore plus surprenante, 10 % pensent que le taux de recyclage du plastique dépasse 60 %.

63 % des consommateurs interrogés estiment que seul le papier recyclé devrait être utilisé. En réalité, la fibre vierge (provenant de forêts gérées durablement ou certifiées) et la fibre recyclée sont complémentaires pour le bon fonctionnement du cycle de fabrication du papier. La fibre valorisée représente aujourd'hui 56 % de l'ensemble des fibres utilisées par l'industrie européenne des pâtes et papiers⁷, mais un approvisionnement régulier en fibres vierges est nécessaire pour renouveler les fibres qui se dégradent et ne peuvent être recyclées indéfiniment. En Europe, les fibres de papier sont utilisées 3,6 fois en moyenne.⁵

Selon vous, quel est l'impact environnemental des matériaux/produits suivants ? Veuillez évaluer de 1 à 5, 1 étant l'impact environnemental le plus faible et 5 étant l'impact environnemental le plus important.



L'enquête demandait aux personnes interrogées de classer leur perception de l'impact environnemental des produits et des matériaux par ordre d'importance, 1 étant le plus faible l'impact environnemental et 5 l'impact le plus important. Les consommateurs estiment ainsi que le bois a le moins d'impact sur l'environnement, suivi de près par le verre et le papier.

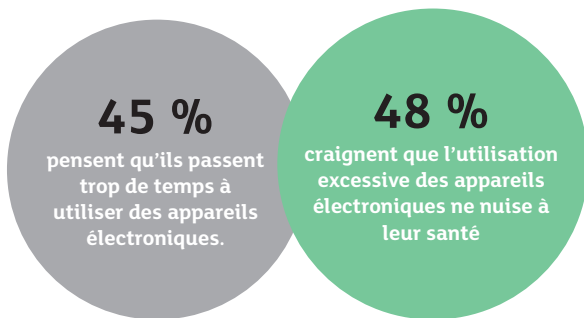
Il n'est peut-être pas surprenant, notamment du fait de l'importante couverture médiatique du sujet ces derniers mois, que la perception du plastique soit la plus dégradée auprès des consommateurs européens. Les consommateurs considèrent également que les appareils électroniques (ordinateurs portables, ordinateurs de bureau, smartphones, tablettes et liseuses) ont un impact élevé sur l'environnement.

Mais paradoxalement, bien que le papier soit bien perçu dans les réponses à cette question, seule une minorité des consommateurs pense que le papier est la façon la plus écologique de lire les livres (30 %), les magazines (21 %) ou les journaux (15 %).

UNE QUESTION DE CHOIX

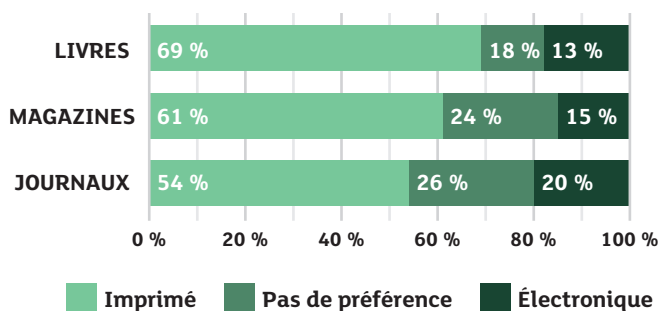
Dans le monde numérique d'aujourd'hui, l'efficacité du support imprimé devient de plus en plus évidente. Les consommateurs de toute l'Europe préfèrent lire les supports imprimés, et nombreux sont ceux qui perçoivent l'importance de se déconnecter. Les consommateurs sont très attachés à leur droit de se voir proposée l'option de recevoir une communication papier de leurs banques, administrations publiques et autres prestataires de services, et les efforts de ces organisations pour forcer leurs clients à adopter une relation numérique, souvent en invoquant des arguments écologiques trompeurs, peuvent avoir des effets néfastes pour leur relation avec leurs clients ou usagers.

45 % des consommateurs européens pensent qu'ils passent trop de temps sur les appareils électroniques et près de la moitié (48 %) craignent que l'utilisation excessive des appareils électroniques ne soit préjudiciable à leur santé.

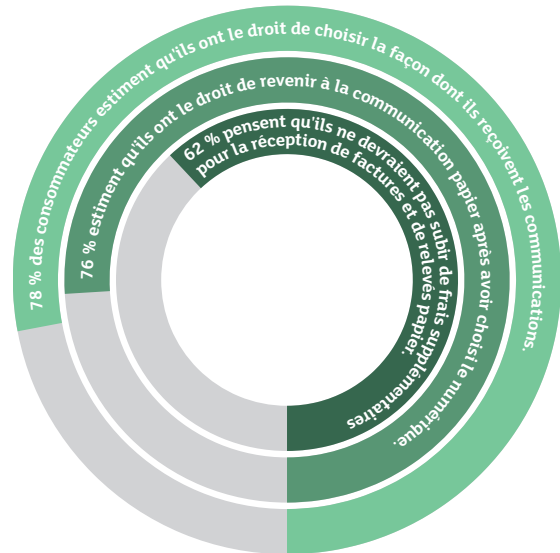


Plus d'un quart (28 %) des personnes interrogées estiment souffrir d'une "surcharge numérique", et les Européens préfèrent nettement profiter d'un monde « hors ligne », 70 % d'entre eux étant convaincus de l'importance de se déconnecter et de lire davantage les supports imprimés. L'imprimé est considéré comme la façon la plus agréable de lire les livres (69 %), les magazines (61 %) et les journaux (54 %).

Quel format est le plus agréable à lire...



Les banques, les services publics, les opérateurs de télécommunications et les gouvernements encouragent de plus en plus leurs clients à passer à la "dématérialisation" (bien mal nommée au regard des infrastructures, matières et énergies nécessaires à la communication digitale), citant souvent des affirmations environnementales trompeuses et non fondées sur le papier, telles que "Aidez à sauver un arbre - choisissez le numérique" etc. Toutefois, la moitié des consommateurs sont à juste titre sceptiques à l'égard de ces affirmations, car ils comprennent que la motivation réelle qui sous-tend le passage au numérique est une réduction des coûts au bénéfice de l'entreprise.



Globalement, 78 % des consommateurs européens estiment avoir le droit de choisir la manière dont ils reçoivent les communications (imprimées ou électroniques) des organismes financiers et des prestataires de services. De plus, 62 % pensent qu'on ne devrait pas leur imposer de frais supplémentaires pour le choix de factures ou de relevés papier.

Les banques, assurances et prestataires devraient prendre en compte le bénéfice apporté par un accès facile et gratuit à la facturation sur papier à leur relation avec leurs clients. 42 % des Européens trouvent en effet qu'il est plus facile de gérer leurs finances lorsque les factures et les relevés sont imprimés sur papier.

63 % des répondants s'inquiètent également du fait que leurs renseignements personnels détenus électroniquement risquent d'être piratés, volés, perdus ou endommagés. Ces doutes au sujet de la cybersécurité peuvent aussi expliquer pourquoi 62 % des répondants conservent chez eux des copies papier de documents importants, car ils pensent que c'est la façon la plus sûre de conserver leurs renseignements.

Ce qui ressort clairement de l'enquête, c'est que les consommateurs de toute l'Europe accordent une grande importance à leur droit de choisir. Cela inclut également leur droit de revenir aux options papier même après le passage au numérique - 76 % d'entre eux estiment qu'ils devraient avoir cette possibilité sans contrainte.

Les fournisseurs de services doivent également tenir compte du risque qu'ils prennent lorsqu'ils forcent leurs clients à basculer vers le numérique, sans leur consentement. Selon cette enquête, plus d'un tiers des consommateurs envisageraient de passer à un autre fournisseur de services s'ils étaient contraints de passer à la dématérialisation.

DISSIPER LES IDÉES REÇUES

En ce qui concerne la durabilité du papier et de l'imprimé, il est important de faire la part entre les faits et les idées reçues. L'industrie papetière européenne est un leader mondial en matière d'économie circulaire, par l'usage de matières premières renouvelables ou recyclées, d'énergie renouvelable et par son taux de recyclage. Pourtant, les idées reçues entourant le papier sont encore très répandues parmi les consommateurs. La source de ces perceptions erronées est souvent l'abondance d'informations trompeuses sur le papier et son impact sur l'environnement.

LE MYTHE

59 %

des consommateurs pensent que la surface des forêts européennes diminue

LES FAITS

- La surface des forêts européennes augmente de l'équivalent de plus de 1 500 terrains de football par jour.¹
- Ces forêts fournissent plus de 90 % du bois utilisé par l'industrie papetière européenne.⁷

LE MYTHE

53 %

pensent que la production de papier utilise une quantité d'eau excessive

LES FAITS

- La plus grande partie de la production de papier a lieu dans des endroits où la disponibilité de l'eau est importante.
- 93 % de l'eau prélevée est restituée à l'environnement après traitement.¹⁰

LE MYTHE

63 %

pensent que seul le papier recyclé devrait être utilisé

LES FAITS

- Les fibres se dégradent avec le temps, l'apport de fibres vierges est donc nécessaire à la production de papier.
- Les fibres vierges présentent aussi un bon bilan environnemental grâce à une matière première renouvelable, et une part élevée d'énergie renouvelable.
- En moyenne, 53 % des approvisionnements de l'industrie papetière européenne provient des papiers et cartons à recycler.⁷

LE MYTHE

53 %

pensent que les communications électroniques sont meilleures pour l'environnement

LES FAITS

- Les technologies de l'information et de la communication sont responsables de 2,5 à 3 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre, proportion qui devrait atteindre 14 % d'ici 2040.⁸
- Les téléphones représentaient 435 000 tonnes de déchets électroniques en 2016⁹ ; leur taux de recyclage est faible.

LE MYTHE

33 %

pensent que le papier et l'imprimé relèvent du gaspillage

LES FAITS

- Le bois utilisé pour la production de papier en Europe est renouvelable car il provient de forêts gérées de manière responsable.
- 72,3 % du papier est recyclé en Europe - près du taux maximum théorique de 78 %.⁵
- En Europe, les fibres de papier sont réutilisées 3,6 fois en moyenne.⁵

LE MYTHE

25 %

pensent que la production de papier est une cause majeure d'émissions de gaz à effet de serre au niveau mondial

LES FAITS

- L'industrie des pâtes et papiers est le principal utilisateur et producteur industriel d'énergie renouvelable dans l'UE.¹¹
- Les émissions de CO₂ de l'industrie ont diminué de 25 % entre 2005 et 2017.⁷

.....
POUR EN SAVOIR PLUS

La version 10 du livret Two Sides « Mythes et réalités » est maintenant disponible.

Vous pouvez télécharger la brochure ici : fr.twosides.info/myths-and-facts

Ou demandez une version imprimée gratuite : france@twosides.info

Les membres de Two Sides ont la possibilité exclusive de personnaliser et de co-brandir le livret, ainsi que tous les autres outils Two Sides disponibles.

Contactez-nous pour en savoir plus.

Le papier et l'imprimé Mythes et réalités



Références

1. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), 2015. Évaluation des ressources forestières mondiales 2015.
2. Basé sur l'analyse des données publiées par le FSC et le PEFC, 2017
3. FAO, 2016. La situation des forêts dans le monde, 2016
4. Dérivé de FAOSTAT, 2018
5. European Paper Recycling Council, 2018. Rapport de suivi 2017.
6. Commission européenne/ Eurostat, 2016
7. Statistiques clé, CEPI, 2018
8. Belkhir L. & Elmeligi A., 2018. Journal of Cleaner Production. Évaluer l'empreinte mondiale des émissions de TIC : Tendances à l'horizon 2040 et recommandations.
9. Fondation Ellen MacArthur, 2018
10. CEPI, Profil de l'eau en 2015
11. CEPI, Rapport sur le développement durable, 2018
12. ADEME, données déclarées à Eurostat sur le recyclage des emballages en 2017
13. ADEME, Actualisation 2017 des flux de produits graphiques en France, 2018

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à nous contacter :

france@twosides.info

fr.twosides.info

[@TwoSides_FR](https://www.instagram.com/TwoSides_FR)

Le Papier et
l'Imprimé :
une belle relation avec
l'environnement

