



Paris, le 23 avril 2021

Tickets de caisse et écologie : Carrefour fait appel aux idées reçues et ignore la performance environnementale du papier.

Dans un récent communiqué, Carrefour annonce, « *pour les Clients porteurs de la carte fidélité qui en font la demande, [que] le traditionnel ticket de caisse papier est remplacé par un ticket dématérialisé, accessible en ligne* ». A l'appui, Carrefour met en avant des enjeux de gaspillage et de déforestation. Two Sides regrette qu'une annonce concernant le papier, faite cette fois par un acteur de l'importance de Carrefour et reprise par les médias grand public, repose à nouveau sur des idées reçues et des informations infondées.

Dans ce communiqué, Carrefour indique en effet que cette décision permettra « *une économie considérable de papier* », de franchir « *une nouvelle étape de sa feuille de route zéro-gaspillage* », et de « *renforcer son engagement en matière de lutte contre la déforestation* ».

La loi AGEC promulguée en février 2021 prévoit déjà que, au plus tard le 1er janvier 2023, les tickets de caisse ne seront émis que si le client en fait la demande. De fait, il est de bon sens qu'un consommateur puisse refuser un ticket de caisse dont il n'aurait pas l'usage. Carrefour présente donc comme une initiative propre la mise en œuvre d'une disposition déjà inscrite dans la loi.

Carrefour utilise cependant des arguments écologiques infondés qui doivent être réfutés :

- L'allégation associant le papier et la déforestation est erronée, sauf à ce que Carrefour ne maîtrise pas l'origine du papier utilisé dans ses magasins.

Le papier est un matériau provenant du bois ou du recyclage. Le bois utilisé par l'industrie européenne du papier provient essentiellement de sous-produits de la filière bois et à 90% d'Europe, où la surface de forêt est en croissance. Si la pâte à papier peut parfois provenir de plantations, ces plantations sont faites à dessin, comme d'autres plantations agricoles, et permettent précisément de ne pas solliciter les forêts naturelles. On rappellera aussi que la déforestation est aujourd'hui essentiellement due à l'élevage ou la production de soja et d'huile de palme et que les systèmes de certification comme PEFC et FSC sont prépondérants dans l'approvisionnement de l'industrie papetière. Ils sont d'ailleurs généralement utilisés par de grands groupes pour leurs approvisionnements en papier.

- Les quantités de papier éventuellement économisées n'ont rien de « considérables ».

Les quantités de papier utilisées pour la production de tickets de caisse qui ont été présentées ces dernières années dans la presse sont largement surestimées. Les tickets de caisse représentent en réalité moins de 0,5% du papier utilisé en France. En tenant compte des tickets de caisse indispensables comme preuves d'achats (échanges, garanties, assurance, notes de frais...) ou que le client souhaite conserver, il est évident que les quantités des tickets de caisse utilisées, et a fortiori celles évitées, ne peuvent en aucun cas être présentées comme « considérables ».

- L'alternative digitale promue par cette annonce comporte des impacts environnementaux croissants que Carrefour omet de préciser.

Cette annonce indique clairement que les données d'achat des clients porteurs de la carte de fidélité sont enregistrées et conservées par Carrefour. Or le stockage de données numériques pour une durée longue constitue une situation où les impacts du digital sont supérieurs à ceux du papier. En outre, le stockage de données numériques nécessite des serveurs, réseaux, smartphones ou ordinateurs qui n'ont évidemment rien de « dématérialisé », selon la formule usuelle reprise par facilité et qui n'en est pas moins trompeuse. Les impacts induits par le digital ne sont pas mentionnés par Carrefour, alors que l'impact du digital sur l'environnement et son usage croissant constituent une préoccupation majeure du débat public.

Two Sides regrette qu'une annonce concernant le papier, faite par un acteur de l'importance de Carrefour et largement reprise par les médias grand public, repose à nouveau sur des idées reçues et des informations infondées.

Les enjeux du développement durable méritent d'être analysés de manière rigoureuse, sur la base de faits, et en concertation avec les parties prenantes. Les acteurs de la filière du papier indiquent donc qu'ils sont à disposition de Carrefour pour informer l'entreprise de la réalité de la production du papier en Europe, dans le cadre d'un dialogue avec ses parties prenantes que Carrefour pourrait vouloir mettre en place.

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 couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur : foresterie, pâte à papier, papier, encres, finition, édition, impression, enveloppes et opérateurs postaux. L'adhésion à Two Sides démontre l'engagement de ses adhérents envers l'environnement et leur volonté constante 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