



Paris, le 5 octobre 2021

« Dématérialisation » et communication numérique : l'impact financier considérable du greenwashing sur les secteurs du papier, de l'impression et du courrier.

Le greenwashing aux dépens du papier est largement utilisé par différentes marques et prestataires de service pour favoriser l'usage de la communication numérique. Une récente étude menée par Two Sides met en lumière son impact sur les industries du papier, de l'impression et du courrier : le greenwashing menace de faire près de 40 millions d'euros à un marché estimé à 1,2 milliard d'euros par an.

Dans un souci croissant de réduction des coûts, différentes marques, prestataires de services ou administrations encouragent les citoyens et les consommateurs à passer de la communication papier à la communication numérique. Trop souvent, des arguments écologiques infondés voire trompeurs sont utilisés aux dépens du papier. De tels messages, répétés régulièrement par différents émetteurs dans le cadre de leurs campagnes de communication, entretiennent des idées reçues concernant la réalité des impacts environnementaux du papier et influencent des millions de consommateurs chaque année.

Two Sides mène une campagne active de lutte contre ce greenwashing et de pédagogie vis-à-vis des entreprises, marques et administration qui y ont recours. Au cours des 10 dernières années, Two Sides a ainsi interpellé avec succès plus de 750 organisations dans le monde, principalement des fournisseurs de services comme les banques, les assurances, des services publics et les opérateurs de télécommunications.

L'importance de s'attaquer au greenwashing apparaît clairement lorsque l'on découvre son coût financier pour les industries du papier, de l'impression et du courrier, qui emploient 310 000 personnes en France. Une étude menée en mai 2021 par Two Sides en partenariat avec l'institut Censurwide révèle ainsi qu'en France, le Greenwashing risque de faire perdre 39,7 millions d'euros de valeur aux secteurs du papier, de l'impression et du courrier.

Mais il est possible de lutter contre le greenwashing. Ainsi la campagne Two Sides a permis

- De préserver 10,5 millions d'euros de valeur pour le secteur,
- D'empêcher les messages de greenwashing d'être vus plus de 165 millions de fois chaque année.

Les entreprises et administrations qui ont recours greenwashing prennent également le risque de voir leur réputation dégradée auprès des consommateurs. Une étude auprès des consommateurs français menée par Two Sides a en effet révélé que :

- 78 % des personnes interrogées veulent avoir le droit de choisir la manière dont ils reçoivent les communications (numériques ou imprimées).
- 69% considèrent que les organisations qui pratiquent le greenwashing veulent faire des économies en passant aux factures et relevés numériques.
- 64 % ne veulent pas être obligés de passer aux factures et relevés numériques.
- 53 % ne croient pas du tout aux messages environnementaux utilisés en faveur de la communication numérique.

"Les allégations environnementales en faveur du numérique et aux dépens du papier sont souvent fausses et infondées. Elles ne respectent pas les règles et normes s'appliquant en matière de communication et marketing responsable et sont extrêmement préjudiciables à une industrie dont la performance environnementale est remarquable et en progrès constant.

La pollution due à la communication numérique explose. Les entreprises ou administrations qui prétendent mettre en œuvre des politiques de développement durable ne peuvent plus vouloir privilégier la « dématérialisation » lorsque les ressources naturelles, les métaux rares et l'énergie utilisées par le numérique sont connus, et font l'objet de critiques publiques.

Nous sommes reconnaissants aux centaines d'entreprises avec lesquelles la discussion a été constructive et qui ont modifié ou éliminé les messages environnementaux infondés. Nous continuerons d'interpeller celles qui pratiquent le greenwashing aux dépens du papier, car les citoyens et consommateurs doivent pouvoir faire un choix sur la base d'informations sérieuses et fondées", déclare Jonathan Tame, directeur général de Two Sides Europe.

Si vous identifiez des cas de greenwashing, n'hésitez pas à les signaler à l'adresse 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 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.

Contact presse : France@twosides.info