

L'impact financier sur l'industrie du papier, et de l'imprimé des allégations environnementales infondées

France

L'écoblanchiment (ou en anglais greenwashing) représente un danger pour notre industrie qui, s'il n'est pas combattu, menace de faire perdre plus de 39 millions d'euros de valeur par an à l'industrie du papier et de l'imprimé en France (337 millions d'euros en Europe*).

Depuis plus de 10 ans, Two Sides s'engage activement auprès des organisations (entreprises, services publics...) qui ont recours à des allégations environnementales trompeuses et infondées concernant l'impression et le papier. Notre campagne anti-greenwashing a réussi à interpeller plus de 750 organisations dans le monde, principalement des fournisseurs de services tels que les banques, les services publics et les télécoms, qui soumettent leurs clients à des messages répétés de greenwashing qui sont préjudiciables à notre industrie.

Il est essentiel que l'écoblanchiment soit combattu afin de garantir que la performance de notre secteur en matière d'environnement soit reconnue et que nos entreprises et leurs salariés ne soient pas mises en danger par la diffusion d'un marketing environnemental trompeur et opportuniste.

Qu'est-ce que l'écoblanchiment ?

Plus souvent désigné par le terme anglo-saxon de greenwashing, l'écoblanchiment correspond à une démarche de marketing ou de communication visant à promouvoir les caractéristiques environnementales d'un produit ou d'un service au moyen d'allégations ou de comparaisons fausses, infondées ou abusives.

Exemples de déclarations trompeuses :

- "Passez au zéro papier, sauvez des arbres."
- "Passez aux factures et relevés numériques et protégez l'environnement."
- "Grâce à la dématérialisation, sauvez la planète."

Ces déclarations sont souvent faites par méconnaissance des impacts environnementaux réels du papier et du numérique, ou avec l'intention de réduire les coûts en utilisant un prétexte écologique. Dans la plupart des pays, ces déclarations, faites sans recherche ni preuve, vont à l'encontre des normes nationales en matière de publicité.

S'il n'est pas contesté, le greenwashing menace de faire perdre plus de 39 millions d'euros de valeur à l'industrie de l'impression, du papier et du courrier en France. (337 millions d'euros en Europe)



Mesurer l'impact financier du blanchiment écologique

L'écoblanchiment touche des millions de consommateurs chaque année. De fait, le succès de la campagne Two Sides anti-greenwashing ne peut pas seulement être mesuré par le nombre d'organisations qui ont supprimé des allégations environnementales trompeuses de leurs communications, mais aussi par une meilleure évaluation des dommages financiers causés à l'industrie du papier et de l'imprimé par le greenwashing.

Un projet de recherche a été mené au début de l'année 2021, en partenariat avec l'institut de recherche sur la consommation Censurwide, qui a examiné :

- La portée et l'impact de l'écoblanchiment sur le comportement des consommateurs.
- L'impact financier de l'écoblanchiment sur l'industrie du papier, de l'impression et du courrier.
- Le volume et la valeur des imprimés, du papier et des envois postaux préservés grâce à la campagne Two Sides anti-greenwashing.
- Le potentiel de préservation des volumes et de valeur si le taux de réussite actuel de Two Sides pour combattre le greenwashing progressait et était étendu à d'autres pays.

Le greenwashing représente une menace importante pour un secteur qui emploie en France plus de 310 000 personnes (1 096 000 dans l'UE).

Si vous rencontrez des cas de greenwashing, n'hésitez pas à les signaler à france@twosides.info.

Le papier, l'imprimé
et l'emballage
papier-carton,
une relation durable
avec l'environnement



www.fr.twosides.info

Opinion des consommateurs sur l'écoblanchiment

Les organisations qui ont recours à l'écoblanchiment prennent le risque de nuire à leur réputation auprès des consommateurs.

Une étude menée par Censurwide montre que les consommateurs estiment que les organisations qui ont recours au greenwashing veulent faire des économies en adoptant des factures et des relevés numériques moins chers (69 % en France, 66 % en Europe). En outre, qu'ils aient identifié ou non le greenwashing, les consommateurs ne veulent conserver le choix et ne pas être obligés à passer aux factures et relevés numériques (64 % en France, 52 % en Europe).

Il a également été constaté que 28% des consommateurs français (29% des Européens) sont préoccupés par le fait que les fournisseurs utilisent des arguments environnementaux et pensent qu'ils sont inutiles. Par ailleurs, 53 % des consommateurs français (44 % des Européens) ne croient pas aux messages environnementaux concernant le passage aux communications numériques.

Une étude antérieure menée par Two Sides a révélé que les consommateurs souhaitent également, dans leur grande majorité, avoir le droit de choisir le mode de réception des communications (numérique ou imprimé) des entreprises. 78 % des consommateurs français et 74 % des Européens souhaitent avoir ce choix (Two Sides/Toluna, 2021).

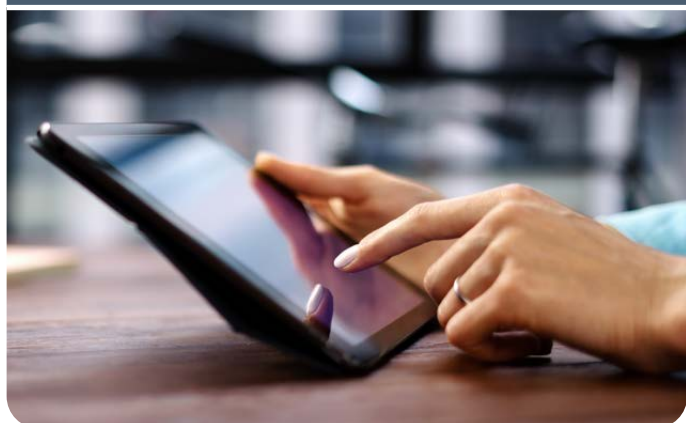
69%

des consommateurs français pensent que le passage des fournisseurs aux communications numériques a pour but de réduire les coûts (66% des Européens).

78%

des consommateurs français pensent qu'ils ont le droit de choisir des communications papier ou numériques (74 % des Européens).

La campagne menée par Two Sides vise à mettre fin aux messages de greenwashing qui sont vus par les consommateurs français chaque année.



78 % des consommateurs français et 74 % des européens souhaitent avoir le droit de choisir comment ils reçoivent leurs communications (numériques ou imprimées) des organisations.



Résultats de l'étude

Actuellement, on estime que 49 % des factures et relevés des consommateurs français et 44 % des consommateurs européens sont reçus en version papier par la poste.

Two Sides a examiné l'intention des consommateurs de passer des factures et relevés papier aux relevés numériques et a constaté que 68 % des consommateurs français et 62 % des consommateurs européens se disent encouragés à passer des factures et relevés papier aux relevés numériques après avoir vu des arguments environnementaux. L'expérience de la campagne Two Sides montre que ces allégations environnementales sont infondées ou abusives.

La campagne Two Sides anti-greenwashing évite que des millions de consommateurs français et européens ne soient soumis à ces messages.

- Selon notre décompte, 44 fournisseurs de services français et 448 européens ont supprimé le greenwashing suite à l'engagement de Two Sides (juillet 2021).
- La campagne a empêché, et continue d'empêcher, que 165 millions de déclarations environnementales infondées ne soient vues par les consommateurs chaque année en France (et 590 millions en Europe) ; empêchant ainsi des millions de consommateurs d'être trompés sur l'impact environnemental de l'impression et du papier.

448

fournisseurs de services européens ont supprimé leurs allégations environnementales infondées.

L'impact financier de la lutte contre le greenwashing

En France, la campagne menée par Two Sides a :

- Préservé 10,5 millions d'euros de valeur annuelle de papier, d'imprimés et d'affranchissement.
- Empêche que 165 millions de déclarations environnementales infondées ne soient vues par les consommateurs.

Préservation annuelle estimée de la valeur :

- Valeur du papier : 240 000 €.
- Valeur de l'impression : 960 000 €.
- Valeur de l'affranchissement : 9,3 millions d'euros.
- Soit une valeur préservée totale de papier, d'imprimés et de courrier de 10,5 millions d'euros.

**10,5
millions**

d'euros en France de valeur totale estimée du papier, des imprimés et du courrier préservés annuellement

En Europe*, la campagne a :

- Préservé 44,7 millions d'euros de valeur annuelle de papier, d'imprimés et d'affranchissement.
- Empêche que 590 millions de déclarations environnementales infondées ne soient vues par les consommateurs.

Préservation annuelle estimée de la valeur :

- Valeur du papier : 1,26 million d'euros.
- Valeur de l'impression : 5,1 millions d'euros.
- Valeur de l'affranchissement : 38,4 millions d'euros.
- Soit une valeur totale du papier, des imprimés et du courrier de 44,7 millions d'euros.

Alors que la campagne Two Sides contre le greenwashing est menée dans toute l'Europe, la recherche s'est limitée au Royaume-Uni, à la France, à l'Allemagne et aux pays nordiques (Norvège, Suède, Finlande, Danemark).

**44,7
millions**

d'euros Valeur totale estimée européenne de papier, d'imprimés et de courrier préservés annuellement.

Le risque du greenwashing et les opportunités pour l'industrie

Sans contestation, le greenwashing demeure un danger important pour la réputation de l'industrie de l'impression et du papier et une menace pour les volumes et la valeur de ses produits.

Two Sides reçoit chaque jour le signalement de nouveaux cas de greenwashing, et cette tendance devrait se poursuivre, car de plus en plus d'organisations abandonnent le papier au profit de factures et de relevés numériques afin de réduire leurs coûts. La campagne anti-greenwashing prend de l'ampleur, avec un taux de réussite de suppression du greenwashing de 52% en France et de 49% dans les pays européens où la campagne est active.

Volume total et valeur estimés des imprimés, du papier et des frais postaux menacés par le greenwashing chaque année

Les recherches effectuées permettent d'estimer l'impact total du blanchiment écologique en Europe et le risque qu'il représente.

France

910,000 €

3.6 millions d'euros

35.2 millions d'euros

39.7 millions d'euros

Valeur liée au papier

Valeur liée à l'impression

Valeur liée à l'affranchissement

Valeur totale du papier, des imprimés et du courrier à risque

Europe

9.4 millions d'euros

37.6 millions d'euros

290 millions d'euros

337 millions d'euros

Que doivent faire Two Sides et l'industrie

En juillet 2021, Two Sides a réussi à mettre en cause plus de 750 organisations dans le monde dont il a été constaté qu'elles faisaient des déclarations environnementales trompeuses et sans fondement concernant le papier et les communications imprimées.

Chaque fois que l'on découvre un cas de blanchiment écologique, il doit être signalé car il représente une menace importante pour un secteur qui emploie 310 000 personnes en France (1 096 000 dans l'UE).

Two Sides se mobilise activement auprès des organisations qui pratiquent l'écoblanchiment. En entamant un dialogue productif avec ces entreprises, Two Sides peut expliquer la réalité de la performance environnementale du papier. Comment, loin de "sauver des arbres" en passant au numérique comme le prétendent les greenwashers, la communication prétendument dématérialisée a en réalité des impacts supérieurs à ceux du papier, et qui vont considérablement augmenter dans les années à venir.

Two Sides informe également de manière proactive les entreprises, les administrations et les associations sur les impacts environnementaux de l'impression, du papier et des emballages en papier-carton.

Nous mettons des ressources à disposition pour expliquer la performance environnementale de nos produits et de notre industrie, y compris notre brochure populaire « Mythes et réalités », qui couvre les 8 principales idées reçues sur le papier, ainsi qu'une série de fiches d'information, dont une spécifiquement consacrée au greenwashing.

Si vous identifiez allégations environnementales abusives concernant le papier, signalez les à l'adresse suivante : france@twosides.info

Fiches d'information



Brochure "Mythes et réalités"



Soutenez Two Sides

Nous invitons toutes les organisations opérant dans les industries de l'impression, du papier et de l'emballage en papier à soutenir activement Two Sides en devenant membre : fr.twosides.info/devenir-membre.

*Europe : France, Allemagne, Norvège, Suède, Finlande, Danemark et Royaume-Uni.

À propos de Two Sides

Fondée en 2008, Two Sides est une initiative mondiale à but non lucratif visant à informer sur la performance environnementale de l'impression, du papier et de l'emballage en papier-carton.

La campagne Two Sides est le fruit de la collaboration d'entreprises issues de secteurs tels que la sylviculture, la fabrication de pâte et de papier, les encres, la prépresse, la presse, la finition, l'édition, l'impression, les enveloppes et les opérateurs postaux.

Two Sides est présente en Europe, en Amérique du Nord, en Amérique du Sud, en Afrique du Sud, en Australie et en Nouvelle-Zélande.

Depuis 2010, la campagne Two Sides a permis de modifier ou de supprimer les allégations environnementales trompeuses concernant le papier de plus de 700 organisations, dont un grand nombre des plus grandes entreprises du monde.

Pour plus d'informations, consultez notre site fr.twosides.info.

France@twosides.info

+33 1 53 89 24 11

@Twosides_FR

Le papier, l'imprimé et l'emballage papier-carton, une relation durable avec l'environnement

TWO SIDES
www.fr.twosides.info