



Paris, le 2 février 2024

## **Ticket de caisse électronique : le jury de déontologie publicitaire épingle deux cas de greenwashing**

La loi AGEC, votée en 2020, prévoit que le ticket de caisse sera, sauf exception, imprimé à la demande du client. Depuis, plusieurs « start-ups » se sont positionnées sur le créneau du ticket de caisse électronique. Profitant de l'entrée en vigueur plusieurs fois reportée de cette mesure prévue la loi, elles ont développé des campagnes de communication mettant principalement en avant l'intérêt environnemental de ne pas utiliser de ticket papier. Face à ce déluge de greenwashing, Two Sides a soumis deux plaintes de cas qui lui ont semblé emblématiques au Jury de déontologie publicitaire. Ce dernier lui a donné raison dans deux avis publiés le 31 janvier.

Outre que l'on ne voit pas en quoi, si un consommateur n'a pas besoin de ticket papier, lui remettre un ticket numérique serait plus vertueux, les communications de ces entreprises ont repris bon nombre de clichés souvent utilisés pour la promotion des « solutions » numériques. Ainsi à force d'idées reçues et d'expressions globalisantes, a-t-on vu fleurir des allégations quant au bénéfice de ne pas utiliser de papier (sans mention des impacts environnementaux du numérique), à la sauvegarde des forêts, et aux impacts positifs d'un ticket numérique éco-responsable et prétendument conforme à la loi AGEC.

**Quipo, « *Enfin une solution de dématérialisation des tickets réellement éco-responsable* » : vraiment ?**

Ainsi, Quipo, propose « *Enfin une solution de dématérialisation des tickets réellement éco-responsable* », assurant que « *à chaque fois que vous scannez un ticket de caisse, vous faites un geste noble pour la planète* », engageant à les « [rejoindre] *dans cette quête pour un monde plus propre et plus vert en utilisant Quipo* » et à « *transformer vos tickets de caisse en gestes*

écologes ! ». A l'appui, un calculateur « *mon éco-impact* » faisant partie intégrante de son application constitue une caractéristique essentielle de son service. Au moyen de chiffres non sourcés, Quipo met en avant les impacts évités en n'utilisant pas les tickets papiers. A l'appui de cette calculatrice, aucune source mentionnée, manifestement aucun impact du numérique pris en compte, et selon ce que l'on a pu en juger, des chiffres concernant le papier totalement fantaisistes. Avec, bien évidemment, l'inévitable cliché des arbres sauvés grâce au ticket de caisse numérique.

**Billiv, « Le 1er ticket de caisse dématérialisé et éco-responsable conforme à la Loi AGECE » : rien de moins !**

Billiv, de son côté, nous offre également ce type d'allégations globalisantes, fournissant des comparaisons qualitatives sans source ni détail. Elle aussi promet « *un impact positif sur l'environnement et sur la santé des consommateurs* », ou encore de sauver « *2,5 millions d'arbres* ». Surtout, elle revendique un ticket « *éco-responsable* », ignorant la loi AGECE [qui interdit ce type de mention générale](#), et un ticket de caisse numérique « *conforme à la loi AGECE* ». Ce point est remarquable, dans la mesure où cette loi ne prévoit nulle part qu'un commerçant doive fournir un ticket numérique en remplacement du papier : comment un ticket numérique peut-il être conforme à une loi écologique qui ne le concerne pas ?

### **Le Jury de déontologie a tranché**

Le JDP n'a pas manqué de pointer la communication de ces entreprises, qui ne respectent pas sa [recommandation](#), qui fait référence dans la profession. Ainsi, [pour Quipo](#), le Jury relève que, « *les messages sont insuffisamment justifiés et disproportionnés au regard de la portée de l'action menée par QUIPO via son application pour produire un ticket numérique* », que « *l'entreprise ne fournit aucun élément précis ni sur l'incidence écologique réelle des solutions numériques qu'elle propose ni sur l'impact de sa propre activité, notamment celle générée, via son application, au profit des utilisateurs.* » En outre, s'agissant des arbres, « *le jury rappelle que le papier peut être produit grâce à la récupération de chutes de bois de scieries ou avec des arbres abattus au titre de l'entretien nécessaire à la bonne gestion de la forêt.* » Pour conclure, le Jury indique que la présentation de son service par Quipo « *ne rend pas compte de la réalité des actions de Quipo et revêt également, à ce titre, un caractère disproportionné au regard de la réalité de l'impact environnemental de ses activités, susceptible d'induire en erreur le public.* »

Concernant [billiv](#), le Jury pointe en outre que la conformité revendiquée à la loi AGECE « *souffre d'un manque de clarté dans la mesure où elle crée une ambiguïté puisqu'on peut en déduire qu'il s'agit d'une modalité alternative expressément prévue par la loi* » Pointant les critiques

chiffrées relatives à la production de tickets de caisse papier en France qui représenteraient 1,5 millions d'arbres et 15 milliards de litres d'eau, le Jury relève qu'elles « *ne sont accompagnées d'aucune citation de source et, s'agissant des arbres, sont de nature à laisser croire qu'ils sont abattus dans ce but, sans la nuance que le papier peut être produit grâce à la récupération de chutes de bois de scieries ou avec des arbres abattus au titre de l'entretien nécessaire à la bonne gestion de la forêt.* » Là encore, le Jury conclut « *que ces messages parce qu'ils tendent à minimiser le propre impact [de billiv] et qu'ils sont incomplets ou trop lapidaires avec quelques formules globalisantes sont susceptibles d'induire en erreur le public* »

### **La dématérialisation n'existe pas**

Après le précédent cas de [DocuSign](#), soumis par Two Sides au Jury avec le même succès en 2022, ces avis rappellent que la communication numérique sous toutes ses formes a des impacts environnementaux que l'on ne peut plus ignorer. Sauf à se passer de tablettes, serveurs, câbles et réseaux, [la « dématérialisation » n'existe pas](#). A ce titre, les entreprises concernées sont tout autant soumises aux normes et réglementation en matière de marketing environnemental. Two Sides poursuivra son dialogue avec les entreprises qui utilisent ce type d'arguments pour les alerter sur les risques de [greenwashing](#) auxquels elles exposent leur marque et leur réputation, risques confirmés aujourd'hui par cet avis du Jury de déontologie publicitaire.

Consultez ici l'avis du JDP

- Concernant Quipo : <https://www.jdp-pub.org/avis/quipo-internet/>
- Concernant billiv : <https://www.jdp-pub.org/avis/billiv-internet/>

### **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 sa 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 pour l'environnement et leur volonté constante d'améliorer leurs pratiques.*

**Contact presse : [France@twosides.info](mailto:France@twosides.info)**