



Paris, le 17 juin 2025

## **Préférences de lecture : au quotidien, les consommateurs optent pour le papier... si on leur laisse le choix !**

Tous les deux ans, Two Sides publie une enquête, à la fois européenne et nationale, sur la perception et les préférences des consommateurs concernant le papier et l'imprimé. Après l'environnement, voici les résultats de l'édition 2025 du « Trend Tracker » concernant les préférences en matière de lecture. Et sans surprise, le français préfère le papier.

Ces deux dernières années, les annonces et les mesures ciblant le papier se sont multipliées. Reposant généralement sur des idées reçues en matière d'environnement, les pouvoirs publics des start-ups ou différentes enseignes de grande distribution ont incité les Français à basculer vers le ticket de caisse ou les prospectus numériques. Dans ce contexte défavorable, les Français préfèrent le papier, et se distinguent de nos voisins européens.

### **Information : le papier reste la référence**

En matière d'information, 32% des personnes interrogées nous disent préférer le papier pour la lecture de la presse quotidienne. Ce pourcentage monte à 59% s'agissant de magazines. En Europe, ces pourcentages se situent respectivement à 27 et 48%. Associée à cette préférence ressort également les sujets de la fiabilité et de la compréhension. En effet, 42% des répondants disent accorder plus de confiance aux informations imprimées plutôt qu'accessibles en ligne. 31% seulement pensent l'inverse. Et 56% indiquent avoir une meilleure compréhension des informations lorsqu'elles sont lues sur un support imprimé. D'ailleurs, 54% indiquent leur préoccupation si la presse papier venait à disparaître.

### **Publicité : le papier gage d'efficacité**

En matière de publicité, si le papier semble marquer le pas en première impression, avec seulement 28% des répondants préférant les prospectus papier, 45% indiquent malgré tout leur préférence pour les catalogues papier. Surtout, 63% nous indiquent ne pas accorder d'attention aux publicités qui apparaissent sur leur écran. Au regard de débats récents en France, le « Trend Tracker » nous indique également que 45% des personnes interrogées préfèrent recevoir des prospectus dans leur boîte aux lettres, même si certains ne les intéressent pas, pour être sûr de ne pas rater une information commerciale intéressante. 29% seulement indiquent l'inverse, et 25% sont indifférents en la matière. Pour respecter le choix d'une minorité de ne pas recevoir de publicité, un dispositif de type « Stop-Pub » est donc toujours le plus pertinent.

## Usages administratifs : le choix de la confiance

Dernière grande catégorie d'usage, le papier comme support d'information administrative et de gestion. Plus du tiers des répondants préfèrent le papier pour les relevés de comptes, factures, et autres avis d'imposition, montrant une progression des support numériques. Au-delà de ce constat quantitatif, le papier se distingue toutefois à nouveau sur des aspects qualitatifs : ainsi, le papier est préféré à plus de 53% lorsqu'il s'agit de conserver et archiver les informations, 24% seulement indiquant préférer le numérique, et cela à travers toutes les classes d'âge. Et par-dessus tout, les Français veulent avoir le choix : 78% pensent qu'ils doivent pouvoir choisir leur support de communication avec les banques, assurances, opérateurs ou autres administrations, et 75% considèrent que ce choix ne devrait pas leur coûter plus cher.

En lien avec l'actualité, les répondants nous disent également à 56% préférer les notices médicales papier contre 28% pour le numérique : gageons que ce sujet d'usage sera pris en compte par les pouvoirs publics dans le cadre de l'expérimentation en cours sur les notices numériques de médicament.

## Numérique : entre défiance et saturation

Un point général ressort enfin de cette étude : l'inquiétude et la défiance vis-à-vis du numérique. 67% des répondants nous indiquent être de plus en plus préoccupés que leurs données et informations personnelles numériques puissent être volées ou détournées. 55% nous disent être inquiet des impacts qu'un usage excessif du numérique peut avoir sur leur santé, et 50% nous indiquent spontanément penser passer trop de temps devant des écrans. Des chiffres là aussi nettement plus élevés que les résultats européens, qui s'établissent respectivement à 57, 48 et 33%.

Cette enquête nous prouve à nouveau l'attachement du citoyen et du consommateur pour le papier, dans tous ses usages. Ces résultats doivent guider les entreprises, administrations et décideurs publics : connaître les attentes réelles de leurs publics, c'est leur offrir une meilleure expérience. « *Le fait que le numérique serait plus pratique et préféré par le consommateur constitue une autre idée reçue sur le papier et l'imprimé, après celles concernant l'environnement* » déclare Jonathan Tame, directeur général de Two Sides Europe. « *Pour préserver leur image et renforcer leur relation client, entreprises et administrations ont tout intérêt à interroger leurs usagers sur leurs véritables préférences. Two Sides est là pour les accompagner.* »

## 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)