



Paris, le 22 juillet 2025

Campagne Two Sides contre le greenwashing : plus de 1 320 entreprises corrigent leurs messages anti-papier

Two Sides poursuit sa campagne contre les allégations infondées faisant la promotion environnementale du numérique et vous présente son point d'avancement semestriel. A ce jour, plus de 3 000 entreprises ont été interpellées concernant des messages erronés sur l'impact environnemental du papier. En conséquence, plus de 1 320 entreprises ont retiré ou modifié ces messages dans le monde.

Le greenwashing : un phénomène récurrent et persistant

Face aux pressions économiques, le greenwashing est devenu un moyen régulièrement utilisé par les entreprises ou les administrations pour inciter les clients ou usagers à basculer vers le numérique, pour, vraisemblablement, réduire leurs coûts. Cette transition s'accompagne souvent d'allégations vantant l'intérêt du numérique, souvent qualifié de solution « écoresponsable » face au papier. Ces messages sont faux, mais reposent sur des idées reçues qui persistent.

Les citoyens ne sont pas dupes

Pourtant, les consommateurs ne préfèrent pas nécessairement le numérique. Selon l'étude [Trend Tracker 2025 de Two Sides](#), 64% des personnes interrogées en France pensent que les arguments écologiques des entreprises pour inciter à basculer vers une communication numérique visent principalement à réduire les coûts. En outre, 78% des consommateurs veulent avoir le droit de choisir la manière dont ils reçoivent les communications et 75% considèrent que ce choix ne devrait pas leur coûter plus cher. Des chiffres frappants qui interrogent sur la réalité de l'avantage mis en avant par tant de marques concernant la praticité et la facilité d'usage du numérique. D'ailleurs, 53% indiquent trouver le papier plus commode pour archiver son courrier de gestion, contre 23% pour le numérique, et 24% d'indifférents.

Faire connaître la performance environnementale du papier et de l'imprimé

« Non seulement le greenwashing en faveur du numérique ne respecte pas les réglementations et les normes en matière de communication environnementale, mais encore il porte préjudice à tout un secteur qui, en réalité, est un cas exemplaire d'économie circulaire. » indique Jonathan Tame, directeur général de Two Sides Europe. De fait, le papier est produit à partir de sous-

produits de la filière bois, ou grâce au recyclage. L'industrie papetière a atteint un taux de recyclage de plus de 87% en 2024. Et près des deux tiers de la chaleur utilisée par les usines papetières en France proviennent de la biomasse, une énergie renouvelable. Peu de matériaux peuvent présenter de tels résultats, et en tout cas pas le secteur de la communication numérique.

Une lutte qui porte ses fruits

Par son action, Two Sides a fait retirer les mentions de greenwashing des communications de plus de 840 entreprises et administrations en Europe. Pour certaines, ces allégations provenaient d'idées reçues et corrigées de bonne foi. Pour d'autres, il a fallu rappeler la réglementation applicable et demander des justifications... qui bien sûr n'existaient pas. Pour les cas les plus récalcitrants, Two Sides a obtenu gain de cause auprès du Jury de déontologie publicitaire.

« Il est primordial de lutter contre le greenwashing, à la fois dans l'intérêt du consommateur mais également dans l'intérêt économique des secteurs du papier, de l'imprimé, de l'emballage, et de la forêt, explique Jonathan Tame. Ces industries regroupent plus de 640 000 personnes à travers plus de 120 000 entreprises en Europe. »

Continuer le dialogue avec les entreprises

Two Sides poursuit sa lutte contre le greenwashing et appelle les entreprises à éviter d'utiliser des messages anti-papier en faveur de solutions numériques. Ce travail passe d'abord par le dialogue. Ainsi notre première démarche, lorsque nous identifions un cas de greenwashing, est de proposer un échange à l'entreprise concernée pour lui présenter la réalité de la performance environnementale du papier et de l'imprimé.

« Nous remercions les centaines d'entreprises qui ont répondu positivement à notre campagne, ajoute Jonathan Tame. Nous apprécions également le soutien des acteurs du secteur et des consommateurs, qui continuent de nous soutenir dans ce combat et de nous signaler les cas problématiques. »

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