



www.fr.twosides.info

**Communiqué de presse**

Paris, le 27 juin 2018

## **Imprimé publicitaire et environnement : corrigeons les idées reçues**

L'association de consommateurs UFC Que Choisir a publié le 26 juin une enquête concernant la distribution d'imprimés publicitaires dans les boîtes aux lettres. Faisant état d'une croissance de l'usage de ce moyen de communication par les distributeurs, l'association dénonce un « gâchis environnemental » et le coût supporté par le consommateur. UFC Que Choisir invite donc à développer l'usage du « Stop Pub » et à se tourner vers d'autres modalités publicitaires, notamment digitales, qui seraient « plus respectueuses de l'environnement ».

Two Sides France, association créée pour corriger les idées reçues sur l'usage du support imprimé et alerter sur le greenwashing en matière de communication numérique réagit à ces analyses erronées de l'UFC Que Choisir :

### **Du point de vue sociétal**

- En faisant la promotion de la publicité digitale, UFC Que Choisir ignore une large part de la population aux revenus modestes, moins connectée, et pour laquelle l'imprimé publicitaire, utilisé localement par les commerçants, permet d'accroître son pouvoir d'achat en comparant les offres et promotions existantes.
- Plus largement, UFC Que Choisir dénonce le coût de l'imprimé publicitaire supporté par le consommateur. Les investissements des annonceurs sur ce support représentent 622 M€ en 2017 selon le baromètre de l'IREP. UFC Que Choisir ignore ainsi que les dépenses de publicité par internet, dont elle souhaite le développement, représentent selon le même baromètre 1 450 M€, soit une somme plus de 2 fois supérieure déjà supportée par le consommateur.

### **Du point de vue du recyclage**

- UFC Que Choisir évoque un gâchis environnemental, au prétexte que, même si l'objectif national de recyclage de 65% des papiers était atteint, une fraction encore trop élevée ne serait pas orientée vers une filière de recyclage. En réalité, l'imprimé publicitaire est mieux trié que la moyenne des papiers – son taux de recyclage est d'environ 70% quand le taux moyen de recyclage des papiers graphiques ménagers est de 55%. Doit-on en conclure, selon la logique adoptée par l'UFC Que Choisir, que tout papier imprimé devrait être interdit au seul prétexte que le citoyen n'assume pas son rôle en triant comme il le devrait ?
- UFC Que Choisir dénonce paradoxalement le coût de la gestion des déchets et du recyclage supporté par le consommateur, tout en demandant que celui-ci soit encore augmenté par des dispositifs pénalisant l'usage du papier. En réalité, les entreprises concernées assument déjà leur responsabilité environnementale et financière à travers leur contribution à la filière REP de recyclage des papiers graphiques (plus de 80 M€ d'éco-contribution versés en 2017) et via le rachat par les entreprises papetières des déchets de papiers (à hauteur de 120 M€ en 2017,

versés notamment aux collectivités locales) qui permettront de produire des papiers recyclés dans une logique vertueuse d'économie circulaire.

- A contrario, la publicité numérique recommandée par UFC Que Choisir n'est pas soumise à ces obligations, expliquant largement les pratiques constatées de hameçonnage et l'exaspération des internautes face au harcèlement publicitaire sur internet. De fait, si le Stop Pub est apposé sur 20% des boîtes aux lettres, 36% des navigateurs internet étaient équipés en 2016 par leurs utilisateurs de systèmes de blocage de publicité, selon le baromètre adblock d'Ipsos.

### **Plus généralement, d'un point de vue environnemental**

- Plus largement, en ne considérant que la production de déchets, UFC Que Choisir réalise une analyse incomplète des impacts environnementaux de la communication publicitaire. La communication numérique dite parfois, de manière abusive, « dématérialisée » fait appel à des moyens dont les impacts environnementaux, pour être moins visibles, n'en sont pas moins considérables. Une étude de Commissariat Général au Développement Durable de 2016 rappelle notamment l'empreinte matière très élevée des smartphones, qui nécessitent 70 kg de matière pour leur production, dont de nombreux métaux rares difficiles à séparer en vue d'un éventuel recyclage, lequel atteint un niveau très faible (33% en tonnage des appareils électriques et électroniques mis en marché en France selon l'ADEME). Ces équipements consomment en outre une énergie importante sur la durée de leur utilisation : les technologies de l'information et de la communication comptent pour environ 2% des émissions mondiales de gaz à effet de serre, deux fois plus que l'industrie papetière. Selon Greenpeace, si le cloud était un État, il se classerait 6ème au monde en termes de demande annuelle en électricité, avec une demande qui devrait augmenter de 63% d'ici à 2020.
- A contrario, en 2017 40% des imprimés sont produits avec du papier recyclé et 54% des imprimés sont produits à partir de bois issus de forêts gérées durablement. Produit à partir d'une ressource renouvelable, gérée durablement, et parfaitement recyclable, son taux de recyclage s'est élevé à près de 70%.

Faisant l'impasse sur les impacts considérables de la publicité numérique, UFC Que Choisir présente une analyse incomplète et erronée de la performance environnementale du support imprimé. Largement reprise dans les médias, Two Sides regrette que l'étude d'UFC Que Choisir demande l'application de mesures contraires à la mise en œuvre d'une économie circulaire performante, au bénéfice de tous, et notamment des ménages les plus modestes.

### **A propos de Two Sides**

Two Sides a été créée en 2008 par des membres de la chaîne graphique à travers toute l'Europe pour mettre à la disposition du grand public, des médias et des donneurs d'ordres les dernières études sur la performance environnementale du papier et de l'imprimé. L'objectif de Two Sides est de dissiper les idées reçues et de s'assurer, dans un monde aux ressources limitées, que les qualités uniques du papier et de l'imprimé – leur dimension recyclable et renouvelable – contribuent à un développement durable répondant à nos besoins de communication.

**<https://fr.twosides.info/>**

**@TwoSides\_Fr**