

Love Paper

Une campagne développée par Two Sides



www.twosides.info



www.lovepaper.org



www.lovepaper.org



info@lovepaper.org



[LovePaperUK](https://www.facebook.com/LovePaperUK)



[LovePaperCampaign](https://www.instagram.com/LovePaperCampaign)



[LovePaperUK](https://www.twitter.com/LovePaperUK)

A propos de Love Paper



Love Paper est la campagne à destination du grand public développée par Two Sides, un programme mondial à but non lucratif lancé en 2008 qui informe le public, les décideurs et les parties prenantes sur la performance environnementale du papier, de l'imprimé et des emballages en papier carton.



Les éditeurs européens de journaux et de magazines font chaque année don d'espaces publicitaires équivalent à 3 millions d'euros pour cette campagne menée par Two Sides, ce qui permet aux messages de toucher des dizaines de millions de personnes.



Love Paper a été lancé fin 2019, avec une identité propre, de nouveaux visuels, un nouveau site web (www.lovepaper.org) et de nouvelles possibilités de soutien pour les marques.

Le besoin auquel répond la campagne « Love Paper »

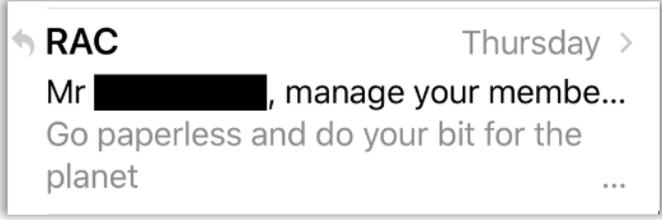
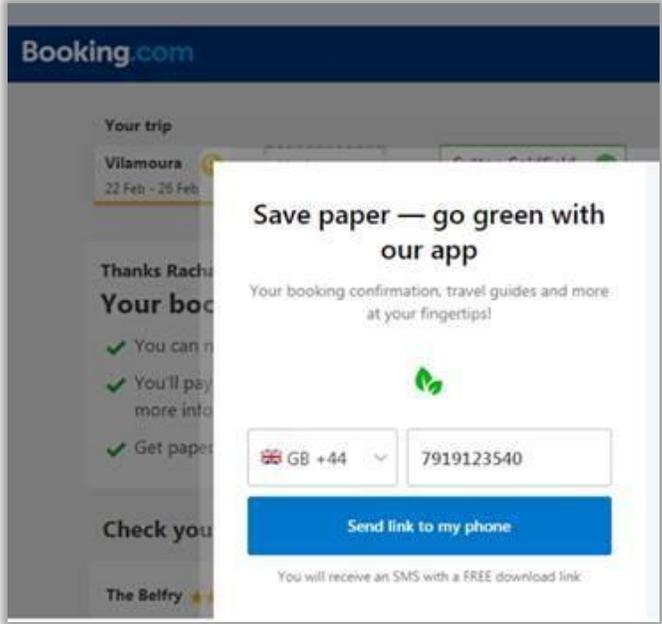
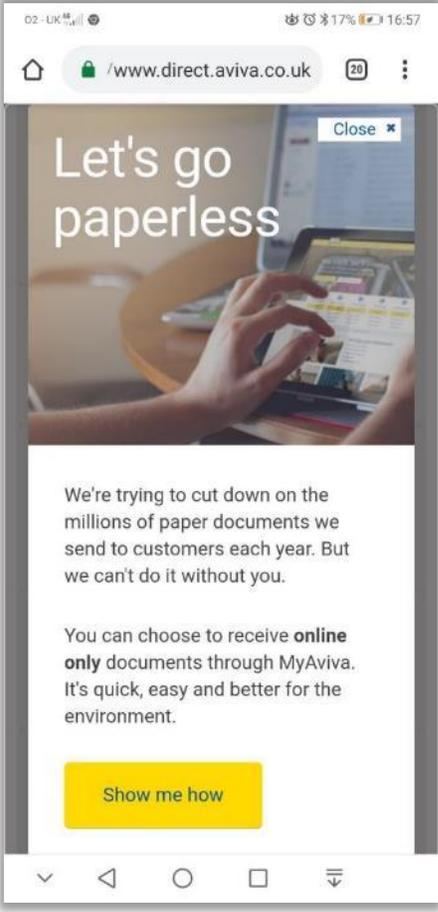
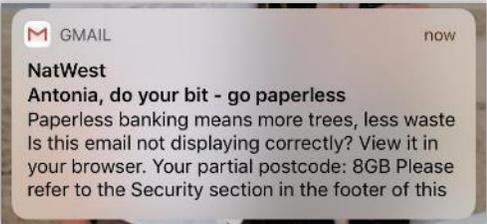
Lutter contre les idées reçues concernant le papier et l'imprimé

Les allégations environnementales trompeuses concernant le papier sont fréquentes



Brussels Airlines replaces printed newspapers with e-newspapers

Tuesday, October 29, 2019 — Digital alternatives are replacing paper across the travel journey at Brussels Airlines. 52% of the airline's guests already exchanged the paper boarding pass for a smartphone version. Now, the Belgian company wants to bring the digitalisation on board by replacing its newspapers by digital copies. The removal of printed newspapers on its 250 flights per day avoids 115 tons of transported weight per year, decreasing fuel consumption and thus CO2 emissions.



Les allégations environnementales trompeuses concernant le papier sont fréquentes



TRANSILIEN.COM EST UN SITE DE SNCF

RECHERCHER ACCESSIBILITÉ FRANÇAIS

SNCF TRANSILIEN

Se déplacer & visiter > Tarifs & forfaits > Services & réseaux sociaux > Mon compte

PRÊT À SAUVER QUELQUES HECTARES ?
Oublie le papier, la souscription au forfait imagine R 2019 / 2020, c'est 100% en ligne !

SOUSCRIRE

ITINÉRAIRES PROCHAINS DÉPARTS

SUEZ France @suezFR

[Recyclons plus, recyclons mieux] 1 tonne de papier recyclée, c'est l'équivalent de 17 arbres ! SUEZ et @GroupeLaPoste ont créé une société commune, #RECYGO, pour collecter les déchets de bureau et les valoriser #GlobalRecyclingDay #EconomieCirculaire ow.ly/9OVs30iYUUI

08:30 - 18 mars 2018

12 Retweets 9 J'aime

En chiffre

21 millions

D'ARBRES PAR AN

... sont abattus en France pour imprimer 21 milliards de tracts publicitaires*. Ce gâchis cesserait si les enseignes ne produisaient plus de catalogues en papier. A quand l'utilisation exclusive de supports numériques? Plusieurs enseignes ont déjà pris le pli.

*Dernier rapport de l'ELMA (European Letterbox Marketing Association).

VIVINTER

Nos engagements Projet Pourquoi planter ?

En passant à la carte tiers payant digitale, Vivinter s'engage à replanter des arbres.

La carte tiers payant digitale permet de diminuer considérablement l'utilisation du papier dans notre activité. C'est la solution idéale pour réduire notre impact sur l'environnement.

50 arbres sauvés grâce aux avis d'échéance dématérialisés

Accueil > Vosgelis & Cie > Notre actualité > 50 arbres sauvés grâce aux avis d'échéance dématérialisés

16.500 + 16.500 = 2 tonnes = 50 arbres

avis d'échéance enveloppes par mois de papier par an sacrifiés par an

Vosgelis Ensemble, protégeons la nature.

A compter du 1^{er} novembre 2018, votre avis d'échéance est disponible dans votre espace locataire sur www.vosgelis.fr

Il suffit de créer votre compte locataire. C'est très facile, suivez le guide !

Comment protéger la nature et disposer de mon avis d'échéance en ligne ?

A compter de novembre 2018, si vous réglez votre loyer par prélèvement automatique, vous ne recevrez plus votre avis d'échéance par courrier.

En effet, Vosgelis est engagé dans une démarche de **responsabilité sociale et environnementale** et même depuis près de 15 ans une politique de dématérialisation permettant de réduire l'utilisation du papier. Aujourd'hui, Vosgelis étend cette campagne aux avis d'échéance, dont l'impression représente 50 arbres sacrifiés par an.

Vosgelis & Cie

- Notre organisation
- Offres d'emplois
- Espace presse
- Nos chiffres-clés
- Notre histoire
- Notre Conseil d'Administration

Les idées reçues concernant le papier



Le papier et la forêt

- **59 % des consommateurs européens estiment que la taille des forêts européennes se réduit.¹**
- En réalité, la superficie de ces forêts, qui fournissent 90 % de la fibre vierge utilisée par l'industrie papetière européenne, augmente d'une surface équivalente à 1 500 terrains de football chaque jour.^{2,3}

Le papier et le recyclage

- **80% des consommateurs européens estiment que le taux de recyclage du papier est inférieur à 60%.¹**
- En réalité, l'Europe recycle 72% de sa consommation de papier et cartons.² Ce taux de recyclage est même de 80% en France.⁴

1) Two Sides & Toluna, 2019, étude menée auprès de 6000 consommateurs en Europe

2) CEPI, Key Statistics, 2018

3) Two Sides, analyse des données de la FAO, 2005 -2015

4) COPACEL, statistiques annuelles 2018

Love Paper 2020

Relancer la campagne pour un impact plus fort

Une campagne active en Europe depuis plusieurs années



Love Paper 2020: Nouvelle identité



www.lovepaper.org



www.lovepaper.org



www.lovepaper.org



www.lovepaper.org

Un nouveau logo Love Paper, des visuels renouvelés, un site web dédié et des canaux de communication axés vers les consommateurs pour augmenter l'efficacité de la campagne

Nouveaux visuels - Forêts



Nouveaux visuels - Recyclage



Nouveaux visuels - Énergie



Une campagne mondiale



Les visuels de la campagne Love Paper sont disponibles dans de nombreux pays:

- Europe : Allemagne, Autriche, Finlande, France, Italie, Norvège, Royaume-Uni, Suède
- États-Unis, Canada
- Brésil
- Afrique du Sud
- Australie, Nouvelle-Zélande



Soutien 2019 (exemple du Royaume-Uni)



The Guardian

Daily Mail

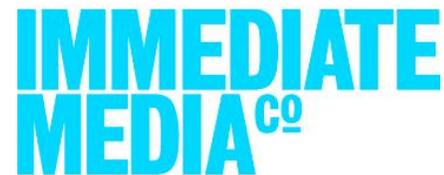
THE TIMES



The Daily Telegraph

Evening Standard

DAILY EXPRESS



Au Royaume-Uni, la campagne Love Paper a atteint plus de 10 millions d'insertions par mois

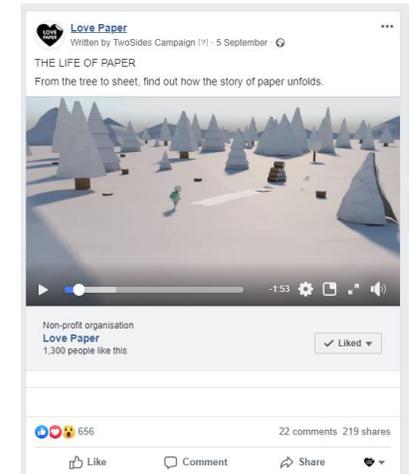
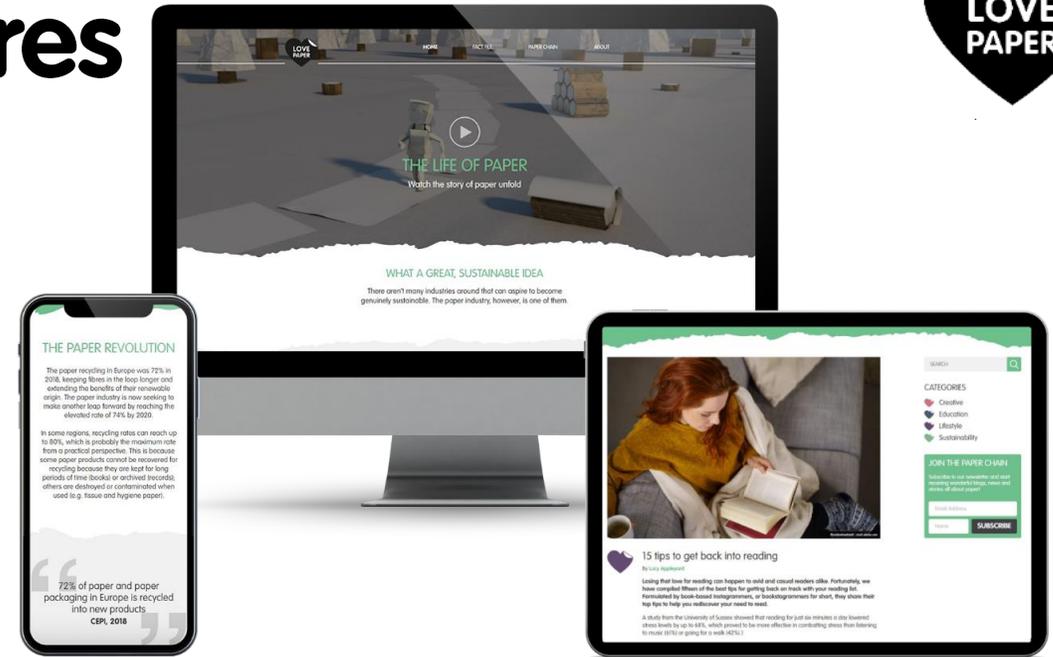


The Love Paper Campaign

Ressources complémentaires



- www.lovepaper.org - un nouveau site web, à destination des consommateurs, complète la campagne publicitaire
- Un blog informe les utilisateurs sur les nombreuses raisons d'aimer le papier
- Une campagne également présente sur les réseaux sociaux pour atteindre tous les publics
- Des fiches pédagogiques simples explorant les sujets clés



Les marques aiment le papier



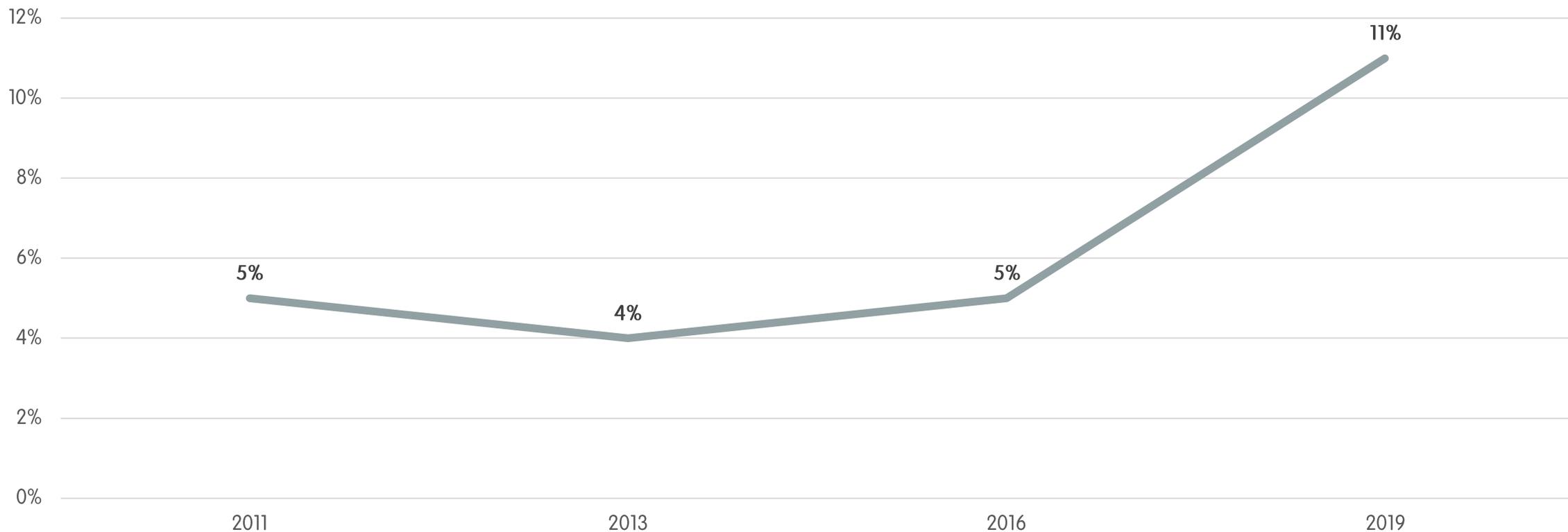
- Les marques, les distributeurs, les imprimeurs, les éditeurs et les producteurs de papier peuvent démontrer et promouvoir la durabilité du papier en utilisant la nouvelle campagne Love Paper
- Plus de 20 marques présentent désormais Love Paper sur leurs supports imprimés
- Des publics atteints nouveaux et plus larges

La perception du papier s'améliore



Améliorer les perceptions - Tendances

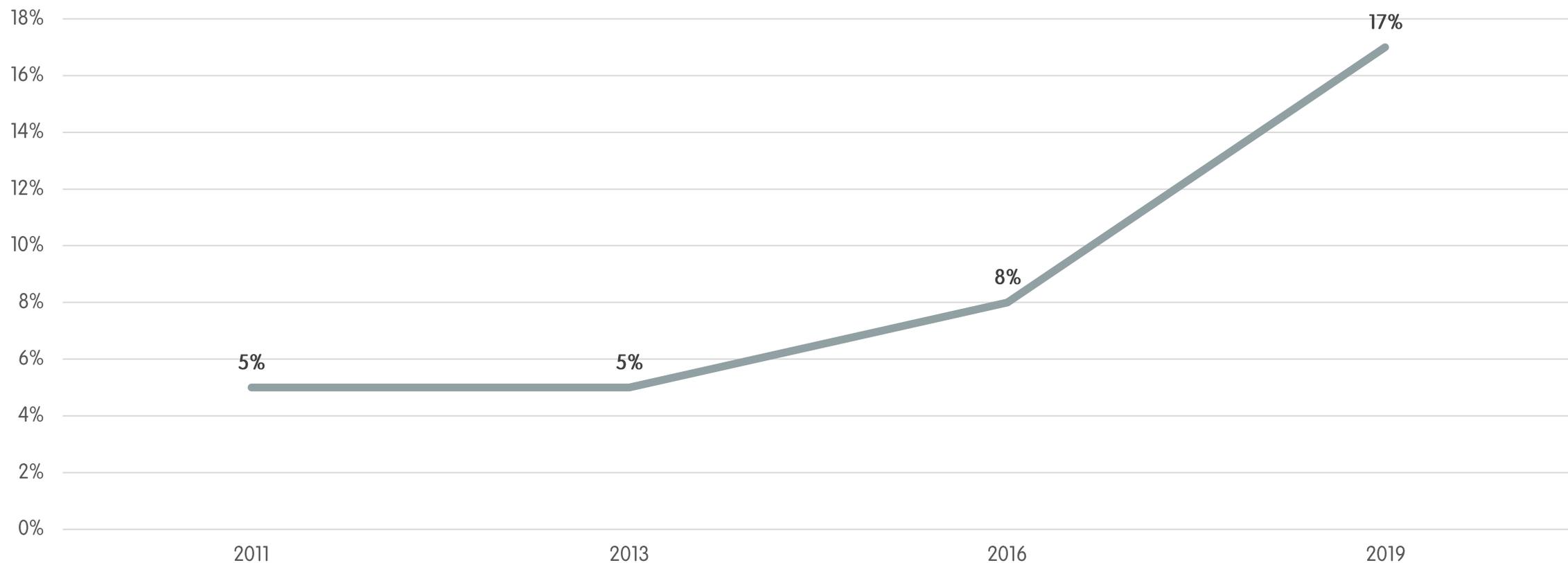
Consommateurs britanniques qui pensent que les forêts européennes se développent





Améliorer les perceptions - Tendances

Consommateurs britanniques qui estiment que le taux européen de recyclage du papier dépasse 60%



Pour plus d'informations sur la campagne et accéder aux visuels, n'hésitez pas à nous contacter :

info@lovepaper.org +44 (0)1327 262920



www.twosides.info



www.lovepaper.org