

**PAPIER·BE**  
naturellement

**Les défis du  
papier à  
l'époque  
numérique**

# L'ATTITUDE DES CONSOMMATEURS FACE AU PAPIER

**Le monde a beaucoup changé depuis le début de la pandémie de Covid-19. Notre rapport au papier et au carton aussi. Le confinement fut une période propice à la lecture et aux achats sur Internet d'articles livrés dans des colis en carton ; même les masques buccaux ont offert au papier un rôle de premier plan dans la lutte contre le virus. Cet article relate notre opinion quant au rôle du papier et du carton dans un monde post-Covid et l'attitude des consommateurs.**

Papier.be a pour cela participé à une enquête internationale menée par Two Sides<sup>1</sup>, organisme sans but lucratif visant à promouvoir les vertus des imprimés et des produits et emballages en papier. Elle a analysé le comportement des consommateurs envers le papier, les imprimés, les papiers domestiques et sanitaires et les emballages en papier/carton.

Elle a été menée en janvier 2021 auprès de 600 répondants de Belgique<sup>2</sup>, et beaucoup d'autres au Brésil, États-Unis, Autriche, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Italie, Norvège, Suède et Royaume-Uni. Les résultats révèlent la perception des consommateurs sur de nombreux aspects concernant le papier et le carton, depuis leur préférence pour les emballages aux défis qui se posent au papier dans un monde toujours plus numérisé.

L'enquête, qui sera rééditée tous les 2 ans, servira également d'étalon pour analyser l'évolution des habitudes des consommateurs. Cela doit permettre à Papier.be de comprendre les principaux changements et tendances et d'ajuster sa communication. C'est important pour mieux informer sur le rôle que joue le papier dans notre société.

---

<sup>1</sup> Two Sides, 2021

<sup>2</sup> L'enquête a également été menée auprès de 8 800 consommateurs dans 12 pays du monde. Chaque échantillon était représentatif et comptait 1 000 répondants au Brésil, aux États-Unis, en France, en Allemagne, en Italie et au Royaume-Uni ; 600 en Belgique, 500 en Autriche, au Danemark et en Suède ; 350 en Finlande et en Norvège.

# MARIAGE ENTRE PAPIER ET NUMÉRIQUE

La pandémie de Covid-19 a dopé l'emploi des imprimés et des réseaux sociaux. Les consommateurs ont davantage fait confiance aux canaux d'informations et d'actualités conventionnels et les éditeurs de contenus d'actualités ont beaucoup investi dans une offre conjointe de publications sur papier et sur écrans, pour assouvir l'insatiable faim des consommateurs en actualités. Numérique et imprimés sont plus que jamais complémentaires.

L'enquête a sondé les préférences des Belges quant au support pour la lecture des actualités : papier imprimé, écran d'ordinateur (de bureau ou portable), petits écrans nomades (smartphones ou tablettes), liseuse.

## Supports de lecture préférés par les consommateurs

	Journaux	Magazines	Livres	Publicités	Documents administratifs
1	Ordinateur portable ou de bureau (35 %)	Imprimés (38 %)	Imprimés (58 %)	Ordinateur portable ou de bureau (37 %)	Ordinateur portable ou de bureau (53 %)
2	Smartphone ou tablette (27 %)	Ordinateur portable ou de bureau (25 %)	Liseuse (15 %)	Imprimés (24 %)	Smartphone ou tablette (20 %)
3	Imprimés (23 %)	Smartphone ou tablette (16 %)	Ordinateur portable ou de bureau (9 %)	Smartphone ou tablette (17 %)	Imprimés (19 %)
4	Liseuse (4 %)	Liseuse (4 %)	Smartphone ou tablette (7 %)	Liseuse (4 %)	Liseuse (2 %)



## Un Belge sur 4 préfère lire un journal imprimé

L'enquête montre que 1 consommateur belge interrogé sur 4 préfère lire les actualités sur un journal imprimé ; autant le font de préférence sur smartphone ou tablette. Pour la lecture quotidienne des actualités, c'est l'ordinateur qui vient en tête des préférences, puisqu'il est le support de prédilection pour 1 Belge sur 3. D'après des études préalables<sup>3</sup>, nous savons toutefois que le choix d'un support dépend beaucoup du lieu et du moment. Les consommateurs ont pris l'habitude de répartir leur temps de lecture sur plusieurs canaux tout au long de la journée. Les journaux imprimés demeurent surtout appréciés pour la fiabilité des informations et leur contenu qui va plus en profondeur. 1 répondant sur 3 s'inquiète de la disparition des journaux imprimés ; 1 sur 5 fait davantage confiance aux actualités sur papier plutôt qu'en ligne.



## Les magazines imprimés comme détox numérique

Pour beaucoup de gens, la lecture d'un magazine est un moment de loisir que l'on s'accorde pour déconnecter et pour s'accorder un temps de détente. La version imprimée a la préférence de 1 Belge sur 3, tandis que 1 sur 4 préfère lire le magazine sur ordinateur portable et près de 1 sur 5 sur smartphone ou tablette. Ce moment de détente éprouvé en feuilletant les pages d'un magazine apporte aussi un peu de paix et d'équilibre face à la profusion de stimuli numériques qui nous bombarde d'un bout à l'autre de la journée. C'est d'ailleurs une source de préoccupation pour beaucoup de répondants. La moitié d'entre eux pense qu'un usage excessif d'appareils électroniques peut être néfaste pour la santé, avec comme conséquences des maux de tête, une carence de sommeil et une fatigue visuelle. Près d'une moitié de répondants estiment passer trop de temps sur ces appareils électroniques et même souffrir de surcharge numérique. Et 3 sur 5 de s'inquiéter de la sécurité de leurs données personnelles conservées sur support digital.

### Effets secondaires d'une surconsommation numérique

**47%**  
des répondants estiment passer trop de temps sur des appareils électroniques

**61%**  
s'inquiètent ouvertement des risques de piratage, vol, perte ou dégâts de/aux données individuelles conservées sur support numérique



**50%**  
craignent qu'un usage excessif d'écrans soit néfaste pour la santé (fatigue visuelle, manque de sommeil, maux de tête)

**46%**  
déclarent souffrir de surcharge numérique

<sup>3</sup> McIntyre, (z.d.).



## Un livre imprimé pour un ressenti optimal

Pour la lecture de romans, le livre imprimé est et demeure largement en tête, pour près de 3 Belges sur 5. Il est suivi de très loin par la liseuse (15 %). D'après une moitié des répondants, la compréhension d'un roman est plus facile s'il est imprimé sur du papier. D'après une précédente enquête<sup>4</sup>, la lecture sur papier améliore la capacité de concentration et incite le cerveau à apprendre davantage de nouveaux mots.

D'autres études antérieures<sup>5</sup> avaient révélé que 8 personnes sur 10 préfèrent lire sur papier pour la sensation tactile qu'il apporte. L'odeur des livres et le bruit des pages que l'on tourne sont deux autres éléments dont les écrans sont dépourvus.

### Compréhension du contenu sur les livres imprimés

50 %

des gens comprennent mieux le contenu d'un livre quand il est imprimé plutôt que lu en ligne



## La publicité numérique souffre de surabondance

Un consommateur belge sur 3 préfère lire la publicité sur ordinateur portable ; 1 sur quatre sur des imprimés et 1 sur 5 sur smartphone ou tablette. L'équilibre entre contenu rédactionnel et commercial des publications est délicat. C'est surtout la surabondance des publicités en ligne, souvent inévitable, qui incite près de la moitié des Belges (48 %) à éviter et à bloquer cette forme de publicité. 1 sur 3 (34 %) ne les lit pas ; ils sont tout aussi nombreux à préférer les publicités adressées personnellement par courrier postal.

### Impact des publicités en ligne

49%

ne font pas attention à la publicité en ligne

48%

essayent d'éviter ou de bloquer les publicités en ligne



34%

préfèrent les publicités adressées personnellement par courrier postal

<sup>4</sup> Jabr, 2013; Debusschere, 2014

<sup>5</sup> Crossmedial, z.d.



## Droit à la liberté de choix du support des factures et documents administratifs

Plus de la moitié des consommateurs belges reçoivent et consultent de préférence leurs documents administratifs sur ordinateur ; 1 sur 5 en préfèrent la version papier et autant sur smartphone ou tablette.

En ce qui concerne la réception des documents administratifs, les prestataires de services, autorités et autres institutions ou entreprises sont conscients que la majorité des consommateurs veulent garder le droit de choisir sous quelle forme (imprimée ou numérique) recevoir les documents. La numérisation de la société et des processus administratifs ne peut avoir lieu au détriment de la liberté de choix, estiment une majorité de consommateurs, ni cette liberté être pénalisée par un surcoût pour la réception de documents imprimés.

En outre, 59 % des Belges estiment que les déclarations des entreprises sur les avantages écologiques de la communication numérique sont trompeuses ; en fait, l'objectif consiste uniquement à éviter les frais d'impression et d'envoi postal des documents sur papier.

### Liberté de choix de documents administratifs

**80%**

veulent avoir le droit de choisir comment recevoir leurs factures et documents

**61%**

trouvent qu'il ne faudrait pas payer plus pour recevoir une facture ou un document sur papier

**59%**

sont persuadés que les entreprises qui encouragent la communication numérique le font seulement par mesure d'économies, et non comme elles le prétendent souvent pour des raisons environnementales

# PRÉFÉRENCES D'EMBALLAGES

La Covid-19 a fondamentalement transformé le comportement d'achat des consommateurs. La fermeture prolongée des magasins physiques non essentiels a dopé les achats en ligne. Jamais les services postaux n'avaient livré autant de colis en si peu de temps. Cette tendance explique aussi que les consommateurs ont davantage conscience de l'importance du caractère écoresponsable des emballages. Le choix pour des emballages en papier 100 % recyclé ou fabriqué à partir de fibres de bois renouvelables a encore gagné en importance.

Le papier et le verre sont les 2 matériaux considérés comme les plus respectueux du développement durable par les consommateurs belges. Le type d'emballage joue un rôle important dans la décision d'achat (voir tableau).

## Choix de l'emballage par les consommateurs

**29%**  
seraient prêts à payer  
davantage pour un produit  
emballé dans des matériaux  
écoresponsables



**50%**  
trouvent que l'emploi de  
matériaux non  
recyclables devrait être  
découragé par une  
hausse des taxes

**53%**  
entreprennent des démarches pour utiliser  
davantage d'emballages en papier

L'enquête a voulu connaître les préférences d'emballage, à partir de 15 caractéristiques environnementales, visuelles et physiques et a révélé que le papier et le verre trônent au sommet [des choix des consommateurs belges \(pour 7 des 15 caractéristiques\)](#). Le métal n'était premier que dans un seul critère, et le plastique dans aucun.



## Les achats en ligne soulignent les vertus écologiques des emballages

Le fait que le consommateur, depuis le début de la Covid-19, fasse beaucoup plus d'achats en ligne ne signifie pas qu'il se moque de la façon dont les articles lui sont livrés. **56 % des répondants préfèrent qu'ils soient conditionnés dans des emballages en papier/carton.** C'est en effet un produit circulaire, parce qu'il est fabriqué à partir de fibres de bois renouvelables et entièrement recyclables.<sup>6</sup> Combattre le gaspillage est une autre préoccupation importante : **63 % des consommateurs donnent la préférence lors de leurs achats** en ligne à des produits qui peuvent être livrés dans un emballage au format adapté. Ils veulent donc éviter le gaspillage de papier dans des emballages trop grands.

### Emballages et achats en ligne

**56%** des répondants préfèrent que les produits achetés en ligne soient livrés dans des emballages en papier/carton

**63%** préfèrent que les produits achetés en ligne soient conditionnés dans un emballage adapté (pas trop grand)



## Ne pas oublier les revendeurs

Les revendeurs jouent un rôle crucial dans le processus d'innovation des emballages et l'emploi de matériaux recyclables et écoresponsables. Pour répondre aux souhaits des consommateurs qui aspirent à des emballages plus verts, les revendeurs en améliorent les performances écologiques, revoient leurs engagements à la hausse et en informent dûment les consommateurs. Mais malgré de tels efforts, une moitié seulement des consommateurs pensent que les revendeurs font assez d'efforts pour introduire des conditionnements plus respectueux du développement durable. D'après l'enquête, les consommateurs belges seraient prêts eux-mêmes à passer à l'action : **35 % envisagent d'éviter les revendeurs qui n'investissent pas assez dans des emballages écoresponsables** ou ne font pas assez d'efforts pour diminuer leur consommation d'emballages recyclables. Près d'une moitié des répondants (**49 %**) envisagent d'acheter davantage auprès des revendeurs qui interdisent les emballages en plastique.

<sup>6</sup> inDUfed, 2017

## Attitude des consommateurs envers les revendeurs

**49%**  
pourraient acheter davantage  
chez les revendeurs qui  
bannissent les emballages  
plastiques



**35%**  
pourraient envisager d'éviter  
les revendeurs qui ne  
combattent pas activement  
l'emploi d'emballages non  
recyclables



## Halte aux emballages non recyclables

Les consommateurs, entreprises et autorités qui cherchent des façons de diminuer les déchets et d'investir dans une économie circulaire plus durable se montrent plus critiques que jamais sur l'impact écologique des emballages, et en particulier les conditionnements jetables et non recyclables. D'après l'avis des consommateurs, il incombe à tous les intervenants de prendre les mesures nécessaires pour assumer leurs responsabilités. À commencer par eux-mêmes (les consommateurs), suivis par les producteurs et les distributeurs.

## Responsabilité pour diminuer l'emploi d'emballages non recyclables

Les fabricants d'emballages :

**20%**

Le consommateur lui-même :

**32%**

Les autorités :

**17%**



Les fabricants,  
marques, revendeurs  
et supermarchés :

**30%**

# EN CONCLUSION

La première enquête sur le comportement des consommateurs réalisée par Two Sides et Papier.be montre comment les consommateurs considèrent le rôle du papier et du carton dans la société. Leur plus-value et même leur nécessité sont confirmées au niveau sociétal et culturel.

Dans un monde numérique, le papier n'est pas un ennemi des applications et programmes en ligne, mais surtout un produit complémentaire. Il facilite la numérisation, mais apporte dans le même temps la diversité nécessaire pour échapper au moins temporairement à la surconsommation numérique. Cela confirme l'importance de la mission de Papier.be de mieux informer, communiquer et sensibiliser le public à propos du papier et du carton, des matériaux d'emballage et vecteurs de communication fiables et appréciés.

Les producteurs et transformateurs de papier et de carton, ainsi que tous les intervenants de la filière du papier l'ont bien compris et comptent bien poursuivre leur mission en ce sens.

---

# SOURCES

Crossmedial. (z.d.). Hoe print je zintuigen en hersenen activeert.

Debusschere, B. (2014, 10 september). Opgelet: wat je op papier leest, onthoud je beter dan wat je digitaal leest.

inDUfed. (2017). Glas en papier: koplopers van de circulaire economie. Brussel, België

Jabr, F. (2013). Why the brain prefers paper.

McIntyre, J. (z.d.). With So Much Content On The Internet, Why Do People Still Read Newspapers?

Two Sides. (2021). Two Sides Trend Tracker Report 2021.

Papier.be. (2021). Witboek Papier Natuurlijk.

## À PROPOS DE PAPIER.BE

Papier.be réunit les différents acteurs de la filière belge du papier : propriétaires forestiers, producteurs et transformateurs de pâte à papier, de papier et de carton, imprimeurs, éditeurs de journaux, magazines et toutes-boîtes, entreprises de récupération du papier et du carton. Papier.be informe, communique et sensibilise le grand public quant au rôle et à la valeur intrinsèque du papier et de ses produits dérivés en matière sociale, économique et écologique.

### La filière belge du papier



·Chiffre d'affaires de 10 milliards d'euros



·6600 entreprises en Belgique



·30 000 emplois en Belgique



·Environ 125 kg de papier ou de carton produits par personne et par an en Europe

---