

Imprimer la conscience tranquille

Kevin Deveau | Ariva | Directeur de succursale

Les médias numériques semblent faire tourner le monde du marketing, mais le papier est bel et bien d'actualité, tout comme la gestion forestière canadienne. La preuve?

Le Canada compte plus de 160 millions d'hectares de forêts certifiées, ce qui représente 43 % du total mondial. De plus, le Canada recycle près de 70 % de son papier et carton, ce qui lui vaut d'être classé parmi les premiers pays recycleurs de papier dans le monde¹.

Alors pourquoi dit-on que la fabrication du papier détruit les forêts? Ces déclarations induisent en erreur. En approfondissant vos recherches, vous apprendrez que la fabrication de papier certifié favorise un aménagement durable des forêts.

Vous pensez que la communication électronique est plus écologique? Détrompez-vous. Il faut beaucoup de courant pour charger et faire fonctionner les ordinateurs, tablettes et téléphones intelligents que nous utilisons au quotidien, sans parler des serveurs qui les alimentent.

Ne vous méprenez pas. Nous ne disons pas que les outils numériques devraient être abandonnés. Nous préconisons simplement une combinaison équilibrée des supports — et l'impression fait partie intégrante d'une combinaison équilibrée.

Premièrement, l'impression est éprouvée et fiable. Une recherche menée en 2015² a conclu que 56 % des personnes interrogées estiment que le marketing imprimé inspire le plus confiance, et 69 % ne feraient pas affaire avec une entreprise qui n'offre pas de factures imprimées.

Deuxièmement, il a été prouvé que la qualité du papier influence la communication et permet même aux marques de s'établir comme chefs de file. En effet, une étude de 2015³ a conclu que si les participants prenaient connaissance d'une entreprise présentée sur du papier couché de qualité supérieure, leur première impression était plus positive que lorsque celle-ci était présentée sur du papier de qualité inférieure ou sur le site Web. Ils étaient plus susceptibles de la recommander à des amis ou collègues.

La valorisation de votre marque et votre rentabilité sont vos priorités, mais vous aspirez à être socialement responsable. Ne vous inquiétez pas. Vous pouvez accomplir l'un comme l'autre. Il suffit de rechercher du papier certifié fabriqué par des entreprises qui ont fait leurs preuves en matière de politiques environnementales et sociales. Ce sont des éléments clés pour bénéficier de la force de l'impression tout en ayant la conscience tranquille à une époque marquée par les préoccupations environnementales.

1. http://www.twosidesna.org/download/FPAC_Environmental_Brochure.pdf
2. http://domtarblueline.com/wp-content/uploads/2015/09/DOM-15159_Print_Works_Infographic-08.05.15.pdf
3. Davenport & Eagleman

Kevin œuvre dans le secteur du papier depuis plus de vingt-cinq ans et il est le directeur de la succursale d'Ariva à Dartmouth. Un résident d'Halifax depuis toujours, Kevin est responsable des ventes et de la distribution dans les provinces maritimes.