

L'imprimé est de retour : comprendre le rôle actuel du papier dans le commerce

Kevin Deveau | Ariva | Directeur de la succursale de Dartmouth

En avril 2011, Canadian Business a publié un article suggérant que le papier « s'efface rapidement de nos vies ». Même si cela en avait l'air à ce moment-là, ce n'est certainement plus le cas à l'heure actuelle.

En avril 2011, Canadian Business a publié un article suggérant que le papier « s'efface rapidement de nos vies ». Même si cela en avait l'air à ce moment-là, ce n'est certainement plus le cas à l'heure actuelle. Faites un tour dans n'importe quel bureau, et vous verrez des imprimantes cracher feuille après feuille, et des bacs de recyclage pleins à craquer. Les camions de déchiquetage sont également courants dans les rues de la ville.

La vérité est que le papier est bel et bien présent. Tout comme la gestion forestière canadienne. Un pionnier mondial, le Canada abrite plus de 160 millions d'hectares de forêts certifiées, ce qui représente 43 % du total mondial. La certification reflète le respect de pratiques sociales et environnementales progressives (nous y reviendrons plus tard). Un autre fait notable est que 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 monde.

Distinguer les faits des mythes

En approfondissant vos recherches, vous découvrirez que de nombreux faits que vous avez acceptés sur le papier s'avèrent être des mythes. Par exemple, la fabrication du papier ne détruit pas systématiquement les forêts. Au contraire, la fabrication du papier favorise un aménagement forestier durable. En outre, la communication électronique n'est pas forcément plus écologique que l'impression et le papier. Considérez le courant nécessaire pour faire fonctionner et refroidir les millions d'ordinateurs que nous utilisons pour recevoir ces communications, dont beaucoup de pourriels.

Dissiper les mythes du papier est une initiative qui en vaut la peine et qui donne aux entreprises comme la vôtre l'occasion d'accroître leur rendement du capital investi ? Il ne s'agit pas d'abandonner les outils numériques, mais de créer un mélange équilibré qui exploite plusieurs canaux de communication, en particulier l'impression.

Pourquoi privilégier l'impression

L'impression est non seulement éprouvée. Elle est aussi fiable. Des recherches menées en 2015 indiquent 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.

Postes Canada soutient cette conclusion, évoquant dans un rapport de juillet 2015 que « les publipostages sont bien plus persuasifs que les supports numériques : ils offrent un taux de réponse avec motivation supérieure de 20 % » et « les publipostages exigent 21 % moins d'efforts cognitifs pour assimiler l'information et suscitent une reconnaissance de la marque largement supérieure aux supports numériques ».

Le rôle du papier dans la définition d'une marque

En parlant de la reconnaissance de marque, l'haptique (la science du toucher) explore comment la qualité du papier influence la communication et permet même aux marques de s'établir comme chefs de file.

Une étude de 2015 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 également plus susceptibles de la recommander à des amis ou collègues. De ce fait, il est raisonnable de conclure que l'haptique a le pouvoir d'augmenter votre RCI, et le celui-ci n'est-il pas la raison pour laquelle vous exercez votre activité commerciale?

Conclusion

La valorisation de votre marque et votre rentabilité sont vos priorités, mais vous aspirez à être socialement responsable. Comment optimiser l'impression et le papier en toute bonne conscience? Recherchez du papier certifié fabriqué par des entreprises qui ont fait leurs preuves en matière de politiques environnementales et sociales. La certification favorise un aménagement forestier durable au Canada en veillant à mettre en œuvre des pratiques sociales et environnementales de l'approvisionnement de tous les matériaux à la fabrication et la livraison du produit fini.

Pour conclure, l'impression fonctionne et fait toujours partie intégrante d'une stratégie de marketing extrêmement efficace, donc exploitez son pouvoir. Elle n'est pas près de disparaître.

Kevin œuvre dans le secteur du papier depuis plus de vingt-cinq ans et exerce actuellement la fonction de directeur de la succursale de Dartmouth pour Ariva. Responsable des ventes et de la distribution dans les provinces de l'Atlantique, Kevin a habité à Halifax toute sa vie.

