



RÉALISÉ EN
COLLABORATION
AVEC



RÉSULTATS

FR

2017

BAROMÈTRE



Évaluation de la politique papier **des entreprises**

Le *Baromètre PAP50* vise à évaluer la politique papier des grandes entreprises, collectivités ou institutions implantées en France, dans le but de les inciter à améliorer leurs performances environnementales. Il analyse leurs consommations de papier, la responsabilité des papiers utilisés (selon la classification WWF 2017) et les actions mises en place pour maximiser la collecte des papiers usagés.

Les résultats de cette année complètent ceux de l'édition 2016. Pour la première fois, ils apportent une vue d'ensemble des secteurs les plus consommateurs de papier en France, au travers de l'évaluation de 103 grandes entreprises françaises. L'échantillon 2017 est composé de 50 grandes entreprises françaises des secteurs Agence de Communication, Industriel, Laboratoire Pharmaceutique, Mutuelle, Transport, Vente par Correspondance, Voyageur.



RÉALISÉ EN
COLLABORATION
AVEC



BAROMÈTRE



RÉSULTATS

FR

2017

ÉVALUATION DE LA POLITIQUE PAPIER DES ENTREPRISES

Les résultats du *Baromètre PAP50 2017* confirment les tendances de l'édition 2016. On retrouve d'excellentes performances qui côtoient des démarches en cours de formalisation, alors que d'autres entreprises font preuve d'une absence de transparence importante. Parmi les organisations en tête, certaines étaient interrogées pour la première fois, notamment BETC qui obtient, de peu, la meilleure note des deux années.

LES AGENCES DE COMMUNICATION ARRIVENT EN TÊTE

Parmi le top 5 des entreprises interrogées en 2017, on retrouve 3 des 4 agences de communication qui ont participé. Elles se démarquent par des politiques papiers formalisées, des actions exemplaires pour maîtriser leurs consommations et favoriser le recyclage ainsi que l'achat de papiers recyclés et/ou FSC. Malgré des retards sur la transparence, elles ont des scores plus hauts que la moyenne des participants.

« Une volonté forte et sincère de la direction est indispensable mais si je ne devais retenir que 2 actions emblématiques, ce serait le déploiement du système de badge individuel couplé à l'indication du coût de l'impression et le partenariat avec une structure qui récupère nos "cartons plumes" pour les offrir à des artistes. »

Romain PETON, BETC



ESSILOR, UNE PROGRESSION EXEMPLAIRE

« La mise en œuvre d'une politique papier respectueuse de l'environnement ne nous a pas demandé de changements importants dans le travail au quotidien et a donné très rapidement des résultats concrets et visibles auxquels chacun a le sentiment de contribuer. »

La principale difficulté fut d'ordre organisationnel et liée à notre structure assez décentralisée. Une fois tous les interlocuteurs identifiés, nous avons pu mettre en place avec chacun d'entre eux, les différents piliers de notre politique Papier.

Les recommandations personnalisées reçues suite au Baromètre de 2010 nous ont permis de profiter d'un état des lieux et de définir les grandes lignes de notre politique. Nous avons ainsi pu aussi en appliquer les principes à nos travaux d'imprimerie et l'approvisionnement des emballages de nos verres.

Notre objectif principal est maintenant d'étendre cette politique à l'ensemble du groupe Essilor hors France. »

Pierre THOUREL
Directeur HSE Essilor

TABLEAU DES RÉSULTATS

Secteur	Nom	RANG	Score total	Politique papier	Papier de bureau	DIPE ¹	PPM ²	Transparence
			Sur 100	Sur 10	Sur 10	Sur 10	Sur 10	Sur 10
Agence de communication	BETC	★	87	9,2	8,4	9,5	-	6,6
	SIDIESE	★	84	8,3	9,2	10,0	-	4,5
	ICOM	6	80	8,1	8,3	8,8	-	6,1
	PUBLICIS	31	48	4,4	5,6	6,6	-	1,1
Entreprises n'ayant pas participé : DDB Paris, Les Gaulois, McCann, Ogilvy & Mather Paris, TBWA								
Jeux	LA FRANÇAISE DES JEUX	★	86	8,9	9,3	8,1	8,4	8,0
Industrie	ESSILOR	★	82	8,6	9,0	7,4	8,2	7,2
	SHNEIDER ELECTRIC	20	63	5,9	9,0	5,7	7,0	1,8
Entreprises n'ayant pas participé : Alstom, Lafarge, Legrand, PSA, Renault, Safran, Saint Gobain, Valeo								
Beauté/Luxe	YVES ROCHER	★	81	7,9	7,3	7,4	9,4	8,7
	L'OREAL	17	67	8,4	7,9	6,7	4,2	6,0
	KERING	24	57	8,0	5,2	4,8	3,5	8,2
	LVMH	29	51	6,5	7,3	6,6	2,4	1,1
	HERMES	36	39	3,9	4,0	4,6	4,4	1,3
Entreprise n'ayant pas participé : Clarins								
Mutuelle	APICIL	6	80	8,4	9,4	6,6	-	7,0
	MAIF	9	76	8,4	6,9	6,5	-	8,5
	MALAKOFF MEDERIC	14	73	7,4	7,2	8,6	-	5,1
	HUMANIS	18	66	7,9	6,2	7,3	6,0	4,1
	MGEN	26	55	3,5	5,2	6,2	7,3	4,7
	MACIF	28	53	5,9	5,4	4,7	-	5,1
	HARMONIE MUTUELLE	32	44	5,5	4,4	4,4	-	1,9
Entreprises n'ayant pas participé : April, MMA								
Énergie/Chimie	ENGIE	6	80	8,9	8,1	6,4	-	8,0
	EDF	13	74	8,1	8,1	7,1	-	5,1
	TOTAL	29	51	6,6	4,9	3,9	-	3,8
	AIR LIQUIDE	33	42	4,3	2,9	5,3	-	4,6
Entreprises n'ayant pas participé : Procter & Gamble, Sanofi, Solvay								
Grande distribution	CARREFOUR	9	76	8,1	7,2	6,9	8,6	5,7
	CASTORAMA	11	75	8,8	7,4	6,5	7,7	5,6
	AUCHAN	16	68	6,7	7,0	7,8	8,0	1,4
	LEROY MERLIN	33	42	4,9	5,4	7,4	0,4	3,6
	G ^R PT DES MOUSQUETAIRES	41	33	3,9	5,4	3,7	1,6	1,1
Entreprises n'ayant pas participé : Casino, Cora, Ikea, Leclerc, Système U								
Poste/ Télécom	LA POSTE	11	75	7,5	8,1	6,4	7,7	8,4
	ORANGE	18	66	8,2	8,7	8,0	2,5	6,0
Entreprises n'ayant pas participé : Bouygues Telecom, Free, SFR								
Transport	RATP	15	70	6,1	8,0	8,5	6,3	5,9
	SNCF	22	61	6,9	6,1	4,7	7,3	3,9
Entreprises n'ayant pas participé : Air France, Régie des transports de Marseille, Transdev								
VPC	LA REDOUTE	20	63	5,9	7,1	7,6	-	3,4
Entreprise n'ayant pas participé : 3 Suisses								
Distributeur de fournitures de bureau	LYRECO	23	58	6,9	4,6	5,6	7,5	1,4
	Entreprises n'ayant pas participé : Adveo, Fiducial Office Solutions, JM Bruneau, Office Depot, Staple JPG							
Voyagiste	CLUB MED	25	56	6,7	6,5	4,9	-	3,0
	PIERRE ET VACANCES	37	37	3,6	5,9	4,0	-	0,0
Entreprises n'ayant pas participé : Belambra Clubs, Thomas Cook, TUI France								
Conseil	CAP GEMINI	26	55	6,0	8,0	4,6	-	1,7
	PWC	37	37	3,1	5,4	0,0	6,7	2,1
Entreprises n'ayant pas participé : Atos, Deloitte, E&Y, GFI, KPMG, Sopra Steria								
Laboratoire pharmaceutique	LILLY FRANCE	33	42	4,1	7,0	4,2	2,8	2,0
	PIERRE FABRE	40	34	4,7	6,0	0,0	4,3	0,1
Entreprises n'ayant pas participé : Bayer Santé, Boiron, GSK, Laboratoire Servier, Merck Sereno France, Sanofi Aventis, Teva Laboratoire, UPSA								
Agro-alimentaire	PICARD	39	35	2,0	4,8	4,2	4,5	0,1
	DAVIGEL	42	24	2,8	3,8	4,2	0,0	1,4
Entreprises n'ayant pas participé : Bel, Coca Cola, Danone, Lactalis, Nestlé, Pernod Ricard, Savencia, Sodial								

■ Excellent ■ Moyen à bon ■ Insuffisant ■ Faible à très faible

¹ DIPE : documents institutionnels, promotionnels et éditique

² PPM : produit papier mis sur le marché

* Secteurs interrogés en 2016

QUEL INTÉRÊT D'AVOIR UNE POLITIQUE PAPIER ?

Le papier a beaucoup d'avantages, étant issu de ressources renouvelables, mais il peut faire pression sur les forêts lorsque sa consommation et sa production ne sont pas gérées de façon responsable. Certains produits papiers utilisés en France sont fabriqués à partir de pâtes à papier échangées mondialement, qui peuvent encore aujourd'hui être liées à la dégradation des forêts ou parfois à la déforestation.

Le papier est le premier consommable de bureau. Les entreprises ont donc tout intérêt à mettre en place une politique dédiée afin de réduire leur empreinte sur l'environnement et les forêts car il existe des solutions simples encore trop peu employées.

L'achat de papiers responsables favorise la bonne gestion forestière ainsi que l'économie circulaire. L'utilisation de papiers recyclés permet de réduire la pression sur les forêts, ainsi que de réduire la pollution et la consommation de ressources liées à la fabrication de papier. Recycler, c'est aussi favoriser des emplois locaux non délocalisables.

UNE TRANSPARENCE INÉGALE ENTRE SECTEURS

Alors que seulement 40 % des 103 entreprises sollicitées sur les deux années ont participé, 8 mutuelles interrogées sur 10 l'ont fait en 2017. Déjà questionnées en 2014, elles ont presque toutes fait des progrès et renforcées la transparence de la communication.

Inversement, les laboratoires pharmaceutiques et les industriels ont fait preuve d'une faible transparence. Ceux qui ont répondu donnent un aperçu de secteurs qui n'assument pas leurs responsabilités vis-à-vis des ressources forestières.

LE NIVEAU D'EXIGENCE RESTE FAIBLE

Seuls 9 participants en 2017 ont un cahier des charges exigeant pour leurs fournisseurs/prestataires de documents institutionnels, promotionnels et éditique (DIPE). Les performances restent faibles sur les achats, avec seulement 45 % du papier à copier ayant une responsabilité complète, et seulement 44 % pour les DIPE. Les taux d'engagements à consommer du papier responsable d'ici 3 ans sont très disparates et un peu plus élevés en moyenne : 50 % sur les DIPE et 60 % sur le papier de bureau.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Les bonnes performances se retrouvent une nouvelle fois sur des secteurs d'activité très différents allant de l'agence de communication à l'industriel spécialiste des verres correcteurs et pour des organisations de toutes tailles, de la petite PME à la multinationale. Les Baromètres 2016 et 2017 confirment le fait qu'une

politique papier écoresponsable performante est possible pour toute organisation volontaire. Néanmoins, des secteurs entiers restent opaques ou peu engagés. Une offre de papier responsable existe, de même que des solutions adaptées pour un recyclage optimal. Ces entreprises n'ont donc pas d'excuses.

DES RECOMMANDATIONS POUR PROGRESSER

TOUT D'ABORD

- **Mettre en place une politique papier globale**, appliquée à l'ensemble des sites, qui comprend des engagements clairs et précis.
- **Communiquer de manière transparente et pro active** vis-à-vis de celle-ci et de la progression afin de promouvoir une consommation rationnelle, un achat responsable et un tri efficace.

CONSOMMATION, ACHAT ET RECYCLAGE

- **Fixer des objectifs quantitatifs et ambitieux** de réduction de consommation et de collecte des papiers.
- **Assurer le suivi** des consommations et de la collecte.
- **Mettre en place** des solutions pour trier efficacement.
- **Sensibiliser et impliquer** les collaborateurs sur ces enjeux.
- **Privilégier l'utilisation** de papiers notés A à AA (selon la classification WWF). Seuls les papiers notés A à AA garantissent une gestion optimale des ressources naturelles.

IMPRESSIONS ET PRODUCTIONS EXTERNES

- **Fournir un cahier des charges détaillé** à son graphiste et imprimeur ou à ses producteurs comprenant des garanties solides (règles d'écoconception, choix du papier, des formats...).
- **Ajuster le nombre d'exemplaires au mieux** en fonction de la publication et du public visé.
- **Imprimer sans utiliser de colles, vernis ou encres difficiles à traiter** lors du processus de recyclage (en s'appuyant sur le barème écodifférencié d'Ecofolio).
- **Choisir des encres végétales.**
- **Faire appel à des imprimeurs ou des producteurs locaux et certifiés FSC** (si usage de papier FSC) et ISO 14001, EMAS, Imprim'vert.

DES OUTILS POUR S'AMÉLIORER

→ **LE DIAGNOSTIC PAPIER** est une application en ligne et gratuite développée par Riposte Verte pour faciliter une première approche simple, confidentielle et rapide de l'état des lieux de la question « papier » dans votre organisation.

<http://www.riposteverte.com/diagnostic-papier>

→ Pour poursuivre, **LE BILAN PAPIER PAP50** est un outil unique proposé par Riposte Verte pour analyser de façon plus détaillée votre situation, faire ressortir les points positifs et vous donner des pistes d'amélioration.

<http://www.riposteverte.com/bilan-papier-pap50>

→ **CHECK YOUR PAPER** est le moteur de recherche du papier responsable développé par le réseau mondial du WWF, pour mieux choisir le papier en fonction de sa performance environnementale.

<http://checkyourpaper.panda.org/>

→ La **CLASSIFICATION** des papiers de bureau suivant leur responsabilité environnementale du WWF France est disponible sur la page thématique papier sur wwf.fr, et imprimée en version chevalet de bureau (sur demande).

ENSEMBLE POUR RÉALISER LE BAROMÈTRE PAP50



Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de 5,8 millions de membres, le WWF œuvre contre la dégradation de la nature et pour construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage. Le WWF s'engage chaque jour pour la protection et la bonne gestion des forêts. Afin d'encourager des pratiques plus responsables, le WWF promeut l'utilisation des papiers 100 % recyclés et certifiés FSC®.

www.wwf.fr



Le développement durable est l'enjeu de société majeur du 21^e siècle, même au bureau ! En France, nous sommes plus de 20 millions à travailler sur des sites tertiaires avec des impacts environnementaux, sociaux et économiques considérables. Pourtant, trop peu d'organisations ont vraiment pris conscience de leur responsabilité et engagé une démarche RSE formalisée. Coopérative militante, Riposte Verte évalue la responsabilité sociétale des entreprises et des acteurs publics, développe des outils gratuits pour les TPE/PME et facilite la mise en œuvre opérationnelle des politiques responsables.

www.riposteverte.com, Twitter : @riposte_verte



Le groupe Paprec s'engage pour accompagner les entreprises et les institutions publiques dans leur politique papier responsable. Chaque jour 140 tonnes de papiers de bureaux sont collectés par La Corbeille Bleue, puis triés et réinjectés, par le biais de ses partenaires papetiers, dans la fabrication de pâte à papier recyclée. Ce cercle vertueux permet l'économie de ressources naturelles épuisables (eau, production d'énergie) et réduit les émissions de CO₂. Paprec propose des solutions de recyclage pour tous vos déchets bureautiques et industriels, afin de mieux respecter l'environnement et les humains ; avec Easyrecyclage.com, Paprec a développé avec le WWF France une offre digitale dédiée aux bureaux des entreprises sur tout le territoire de France métropolitaine. Le groupe Paprec est mécène du Baromètre PAP50 depuis 2012.

www.paprec.com/fr

	<p>Notre raison d'être Arrêter la dégradation de l'environnement dans le monde et construire un avenir où les êtres humains pourront vivre en harmonie avec la nature.</p> <p>www.wwf.fr</p>
--	---

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature (Formerly World Wildlife Fund)
® "WWF" & "living planet" are WWF Registered Trademarks / "WWF" & "Pour une planète vivante" sont des marques déposées.
WWF - France. 35/37 rue Baudin, 93310 Le Pré-Saint-Gervais.
Retrouvez-nous sur www.wwf.fr et planete-attitude.fr, le premier réseau social francophone nature et environnement.

CETTE PUBLICATION
BÉNÉFICIE
DU SOUTIEN DE



100 %
RECYCLÉ
ET
RECYCLABLE



AUTEURS : Cyril & Valéry Hergott, Lisa King, Lucie Smith

REMERCIEMENTS À : Jean Bakouma, Benjamin Mabille de Poncheville,
Chloé Moitié, Daniel Vallauri

MISE EN PAGE : Sambou-Dubois

IMPRESSION : Pure-Impression
Tirage de 500 exemplaires
sur papier AA, Cocoon Silk d'Arjowiggins,
certifié FSC® 100% recyclé, 150 g/m².



arjowiggins

Cocoon Silk est un papier couché 100 % recyclé, fabriqué sans chlore, certifié FSC® Recycled et Ecolabel européen. Il a les mêmes performances de machinabilité et d'imprimabilité que les papiers non recyclés, mais avec des certifications environnementales supérieures et un niveau de blancheur exceptionnel (CIE 126).

En utilisant ce papier plutôt qu'un papier non recyclé, l'impact environnemental de l'exemplaire est réduit de 3 g équivalent CO₂, d'environ 1 l d'eau, de 57 Wh, de 42 g de bois (sources : www.arjowigginsgraphic.com/le-calculateur-environnemental.html).