

CHEZ PRODIGIOUS UNE COMMUNICATION RESPONSABLE



INTERVIEW

Carine Cottreau

Responsable RSE



Les résultats de Prodigious au Baromètre PAP50 en 2021 sont particulièrement remarquables (1ère place et 2nde meilleure note de toutes les entreprises interrogées depuis 2010 avec 87/100). Mettre en place une politique papier exemplaire a-t-il été compliqué ?

Prodigious s'est engagée depuis près de 2 ans dans une démarche écologique qui a pour objectif de limiter l'impact environnemental de ses activités mais aussi plus globalement de ses émissions carbone. Cette démarche s'appuie plus largement sur celle du Groupe Publicis qui a pour ambition de s'aligner avec le scénario 1,5° C de l'Accord de Paris.

Cette politique s'articule autour d'actions de réduction des consommations de matières premières, dont le papier.

Notre politique papier « consommer moins et mieux » s'est articulée en 3 phases :

- La sensibilisation interne et le changement d'habitude.
- La mise en place d'outils pour limiter les impressions.
- La dématérialisation des process impliquant de fortes volumétries d'impression.

Entre 2017 et 2021, l'agence et plus globalement le Groupe Publicis avaient très nettement progressé. Quelles actions et quels outils pouvez-vous partager ?

Ce travail a démarré dès 2018 avec la mise en place d'un système de badgeage à l'imprimante pour démarrer l'impression. Nous avons également retiré toutes les imprimantes individuelles sauf pour les fonctions qui gèrent des documents confidentiels. Une réduction considérable des impressions s'en est suivie car les collaborateurs ne s'imprimaient que les documents nécessaires et n'oubliaient plus leurs impressions dans le bac de l'imprimante.

En complément, nous avons paramétré par défaut l'ensemble des imprimantes en noir et blanc et en recto/verso.

Enfin, nous avons identifié que les départements RH et Finance imprimaient beaucoup de documents administratifs que nous avons dématérialisé dès que possible, notamment les fiches de paie et le système de facturation.

Afin de rendre le plus responsable possible les impressions restantes, nous avons sensibilisé les acheteurs pour nous approvisionner uniquement en papiers certifiés FSC, PEFC et d'origine recyclé.

Quels sont les principaux freins et difficultés rencontrés ?

Une des premières difficultés a été de gérer notre dissémination sur 5 sites à Paris, notamment le besoin pour chaque collaborateur de pouvoir utiliser son badge sur tous les sites.

Certaines nouvelles habitudes ont mis un peu de temps à s'implanter. Par exemple, arrêter d'imprimer le document de PPM (Pré Production Meeting) de plusieurs dizaines de pages en autant d'exemplaires que de personnes présentes pour le remplacer par un partage en ligne.

La clé a été la sensibilisation interne et externe couplée à la mise en place d'outils utiles et adaptés aux besoins des collaborateurs, clients ou prestataires.

Cette politique papier est aujourd'hui très bien acceptée par toutes les parties prenantes.

Aujourd'hui, quels sont vos principaux objectifs et défis ?

Nous sommes dans une démarche d'amélioration continue pour faire perdurer les bonnes pratiques actuelles et encourager en de nouvelles. Le défi réside dans l'approfondissement de notre politique cromalins, défi que nous allons relever en 2022.

Participer au Baromètre PAP50 vous a-t-il semblé utile pour l'agence ?

Oui car répondre aux questions nous a permis de faire un point global sur les actions mises en place. Participer au baromètre est très encourageant car nous prenons conscience des progrès réalisés et c'est aussi très challengeant car il nécessite de continuer à progresser et donc d'identifier d'autres actions à mettre en place.