

# Soigner son image grâce à sa politique papier

**FOURNITURES ÉCOLO** Le choix du papier en dit long sur la politique RSE d'une entreprise. Des ramettes recyclées aux outils pour imprimer moins, les bonnes pratiques durables s'invitent, peu à peu, dans les bureaux. Pour acheter moins, mais mieux, suivez ce (petit) guide "vert".

L'ébauche d'une stratégie d'achats de papier "durable", promue dans les rapports d'activités annuels, se dessine au sein des grandes entreprises. « Depuis 2010, nous notons une prise de conscience écologique croissante dans le monde professionnel », relève Cyril Hergott, directeur du développement de Riposte Verte, qui conseille et réalise, notamment, des audits pour les entreprises. Et pour cause : « Pour le papier, les bonnes pratiques écoresponsables sont visibles, notamment car chaque collaborateur l'a quotidiennement en main. Chaque année, un salarié consomme pas moins de 55 kg de papier ramette, soit quelque 50 feuilles par jour. C'est donc le support parfait pour communiquer, fédérer et impliquer en interne », remarque l'expert.

## Papier recyclé, image valorisée

Ainsi, le choix du papier serait le symbole d'une politique écologiquement et socialement responsable. En tête d'affiche, bien sûr, se trouve le papier recyclé, bon pour l'environnement, mais pas seulement. « L'argumentaire de vente du papier recyclé ne peut se faire sur le prix, ni sur sa qualité et sa blancheur – équivalentes –, mais sur l'engagement environnemental qu'il représente », analyse Deborah Dorosz, ambassadeur développement durable chez Antalis, leader européen de la distribution de papier. « L'achat est un peu plus cher, mais rentabilisé par l'image de marque positive que l'entreprise va en retirer. »

Pour soigner leur RSE, les organisations peuvent donc opter pour l'alternative "acheter moins, mais mieux". À l'instar de la société de télécommunications Orange, meilleure élève de l'étude PAP50 2013 pour les achats responsables de papier – baromètre coconstruit par les organisations Riposte Verte et WWF-France –, qui a lancé, il y a un an, un sourcing des fournisseurs répondant à ses exigences d'effet environnemental positif. « Nous étions jusqu'alors sur



« Relancer le sourcing nous a fait réaliser une économie totale de 10% sur le papier, sans baisser le niveau de qualité. »

*Nathalie Leneve, acheteuse en charge des fournitures de bureau corporate d'Orange*

du papier labellisé FSC<sup>(1)</sup> – dont les fibres proviennent de forêts gérées durablement – et il n'était pas envisageable de descendre de gamme », raconte Nathalie Leneve, acheteuse en charge des fournitures de bureau corporate d'Orange. Mais pas, non plus, de dépenser plus. « Le papier recyclé est, à la base, plus cher qu'un papier de fibre vierge certifiée, mais nous avons négocié avec les fournisseurs un prix moindre ou équivalent à celui-ci. Le changement ne pouvait passer que par l'aspect tarifaire », certifie l'acheteuse. Avec un succès symbolique : « Relancer le sourcing nous a fait réaliser une économie totale de 10 % sur le papier, sans baisser le niveau de qualité, avec un prix 0,01 centime moins cher que le papier de fibre naturelle que nous utilisions. » Papier recyclé, labellisé FSC ou PEFC... les producteurs et distributeurs de papier se mettent au vert, comme Clairefontaine et sa gamme Evercopy (Prestige, Premium, Performance et Plus), 100 % recyclée, avec quatre niveaux de blancheur... et de prix. Ou, encore, la marque Evolve, du groupe de papier Double A, relancée sur le marché en juillet 2014 et 100 % recyclée. « La performance d'un papier recyclé est la même que celle d'un papier de fibre vierge », confirme Michel Febvet, directeur commercial des Papeteries Clairefontaine, qui estime la part du recyclé entre 7 et 10 % du marché français de la ramette. « 80 à 84 % des fibres que nous utilisons sont certifiées FSC ou PEFC », révèle aussi Daniel Bozonnet, expert environnemental sur la France, le Benelux, l'Italie et l'Espagne chez UPM, groupe industriel forestier d'origine finlandaise aux 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2013. « Notre panel va du papier 100 % fibre vierge au papier 100 % recyclé. »

## Papier cinq étoiles, RSE au sommet

« Mais attention, prévient Cyril Hergott, tous les papiers écoresponsables ne se valent pas : le papier recyclé produit un effet environnemental moindre ●●●

Zoom

“To do list” pour consommer moins, mais mieux

- Porter attention au format du papier, afin d'éviter les chutes.
- Imprimer en recto-verso.
- Valider son impression par un système de badge à l'imprimante.
- Sélectionner l'impression en noir et blanc par défaut.
- Installer des bannettes pour récupérer les papiers usagés réutilisables en brouillon.
- Utiliser un calculateur environnemental pour obtenir l'équivalent en kilomètres de sa consommation de papier.



qu'un papier FSC ou double certification.» Preuve à l'appui : « Une ramette de papier de fibre vierge (2,5 kg), même certifiée, consomme 130 litres d'eau à la fabrication, 25 à 30 kWh d'électricité, 7 kg de bois, et produit 2,5 kg de CO<sub>2</sub>, avance-t-il. En comparaison, pour une même quantité de papier recyclé, il ne faudra que 20 à 30 litres d'eau, 7 à 8 kWh d'électricité, et pas de bois, pour un rejet d'un kilo et demi de CO<sub>2</sub> », relève le directeur du développement.

Un constat également fait par Deborah Dorosz, dont le programme Green Connection regroupe toute la démarche écoresponsable de l'entreprise, en particulier l'offre de papiers déclinée selon les types d'impression. « Au sein de ce projet, le Green Star System classe notre offre de produits papier selon un système d'étoiles : pour qu'un produit Antalis soit considéré comme écoresponsable, au moins trois étoiles doivent lui être attribuées », explique Deborah Dorosz. Les critères pris en compte par Antalis pour un papier durable portent sur l'origine des fibres – recyclées ou issues de forêts certifiées FSC ou PEFC –, ainsi que sur des garanties environnementales quant au processus de fabrication – usine écolabellisée et certifiée ISO 14001. Et d'indiquer : « Au top, avec cinq étoiles, nous retrouvons des produits composés de 50 % minimum de fibres recyclées, en provenance d'une usine écolabellisée. »

Ainsi, outre la certification des produits, l'attention des acheteurs doit, notamment, se porter sur des usines à fortes performances économiques. Comme UPM, dont 60 % de l'énergie utilisée dans les papeteries est verte et dont 95 % de la gamme de produits est couverte par l'écolabel européen – fibres d'origine durable, diminution des émissions atmosphériques, gestion des déchets, non-utilisation de chlore, etc. Clairefontaine et son usine de papiers recyclés Everbal, qui est 100 % biomasse, c'est-à-dire sans émission de CO<sub>2</sub>, et certifiée ISO

14001. Ou, encore, Double A, dont « la méthode de production unique, appelée méthode Khan-Na, consiste à planter les arbres à papier dans des espaces vacants en bordure des rizières thaïlandaises », fait savoir Thirawit Leetavorn, vice-président exécutif du papetier.

Papier moins épais, économies à la clé

Autre remède “écologique” pour dépenser moins : jouer sur l'épaisseur des feuilles. « Avec la crise économique, nous avons vu les services achats des entreprises rechercher de nouvelles options sur le marché, de façon à équilibrer leur performance économique, sans compromettre la qualité. Parmi ces solutions écoresponsables, le choix d'un papier au grammage plus faible : 75 g/m<sup>2</sup> contre 80 g/m<sup>2</sup> auparavant », explique-t-on au sein du groupe international Portucel Soporcel, dont les ventes de papier bureautique inférieur à 80 g/m<sup>2</sup> représentent la grande majorité. « Nous avons pris conscience qu'en Europe, le segment du papier de bureau de moins de 80 g/m<sup>2</sup> avait augmenté, avec un taux de croissance annuel composé (CAGR) de 10,6 %, entre 2005 et 2013, selon les statistiques de l'Euro Graph, association européenne de producteurs de papier graphique. » Orange a suivi la tendance : le choix de papier de fibre vierge à 75 g/m<sup>2</sup> s'est imposé aux achats, mais pas forcément à l'ensemble de l'entreprise. « Le papier représente 30 % des dépenses globales de fournitures de bureau, estimées entre 6 et 10 millions d'euros par an. D'où la nécessité d'instaurer une forte politique de diminution de la consommation. Mais il a fallu, avant cela, contre-carrer les idées reçues associant diminution du grammage et augmentation des dysfonctionnements des imprimantes », remarque Nathalie Leneve. Michel Febvet confirme : « Notre gamme SmartPrint est un papier de bas grammage, allant de 50 à 70 g/m<sup>2</sup>, ce qui réduit le poids du papier transporté et diminue les



« Au top, nous retrouvons des produits composés de 50 % minimum de fibres recyclées, en provenance d'une usine écolabellisée. »

Deborah Dorosz, ambassadeur développement durable chez Antalis

déchets à traiter. Et ce, avec la même efficacité qu'un papier plus épais : le 50 g est couramment imprimé à 125 pages par minute!»

### Papier non-imprimé, papier économisé

Enfin, ultime solution, imprimer moins. « Un document sur sept n'est jamais récupéré, et quatre documents sur sept sont jetés au bout de trois jours seulement », rappellent Sofia Domingues, directrice marketing et développement durable, et Marie Valteau, responsable développement durable chez Xerox, leader sur le marché du Managed Print Services, qui fournit des technologies d'impression fonctionnant avec un large éventail de papiers recyclés et certifiés FSC, PEFC ou Blue Angel. Mettre en place une politique papier respectueuse de l'environnement passe donc aussi par un changement des habitudes des collaborateurs. À l'instar d'Axa, qui a choisi d'intégrer ses objectifs de réduction de consommation de papier de bureau à l'intéressement annuel des collaborateurs. Résultat : moins 117 tonnes, entre 2011 et 2012. Pour remédier au gaspillage, Xerox vient de mettre sur le marché, début novembre, deux outils : Digital Alternatives

et Print Awareness Tool. « Le premier vise à trouver une alternative digitale à l'impression, en donnant les moyens de faire à l'écran ce que nous aurions fait sur papier : lire, annoter et signer. Avec cet outil, on peut, en effet, convertir un document au format tablette et remplir des formulaires à l'écran », indique Sofia Domingues. « Le deuxième logiciel renseigne l'utilisateur sur ses usages d'impression. Symbolisée par une marguerite, la fleur perd ses pétales au fur et à mesure que le collaborateur imprime. Chaque utilisateur devient alors écoresponsable en participant à la diminution de la consommation de papier », relève la directrice marketing et DD. Essentiel, lorsque l'on sait que diminuer de 10% l'impression des mails reçus par les collaborateurs d'une entreprise de cent personnes engendrerait, selon l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe), un gain de 5 tonnes équivalent CO<sub>2</sub> sur un an, soit l'équivalent d'environ cinq allers-retours Paris-New-York. ■

FLORIANE SALGUES

[1] Les labels FSC ou PEFC assurent tous deux que la production de bois ou encore d'un produit à base de bois respecte les procédures garantissant la gestion durable des forêts, avec un audit par tierce partie indépendante pour le FSC.

## AVIS D'EXPERT

PUBLI-RÉDACTIONNEL

### « Les fournisseurs doivent jouer la transparence »

L'agence Print co sait discerner l'ensemble des normes du secteur du papier et sélectionne ses fournisseurs en connaissance de cause. Imprimerie ImprimVert, papier 100% recyclé ou issu de forêts durablement gérées (PEFC ou FFC), certification iso, le prestataire a l'œil sur tous les indicateurs lui permettant de proposer une offre « durable » à ses propres clients. Print co est d'ailleurs titulaire de la licence PEFC. « Les entreprises sont de plus en plus sensibles à ces questions, la prise de conscience a eu lieu » observe Hugo Weber, directeur développement du groupe Print co. Le règlement européen Reach, par exemple, qui oblige les industriels à déclarer les substances chimiques qu'ils fabriquent ou importent et à ne plus utiliser celles qui présentent des risques non maîtrisés « est particulièrement réclamé par les grands comptes » remarque l'expert.

Répondre à des engagements durables Print co demande donc à ses partenaires de jouer la transparence et de l'informer de leur stratégie en matière de papier,



**Hugo Weber,** directeur du développement du groupe Print co, agence de Print management et e-procurement

encre, gestion des déchets. « Le papier à usage graphique remplit plusieurs fonctions, il assure la conservation des savoirs et transmet l'image de marque de l'entreprise, d'où la nécessité aujourd'hui de communiquer sur du papier « vert », respectueux de

l'environnement » explique Hugo Weber. Et ce n'est pas tout. « La PLV, les emballages sont des produits essentiels aux entreprises, leurs fournisseurs doivent et peuvent également répondre à des engagements durables » ajoute-t-il. C'est dire si la sélection des fabricants est déterminante. Les clients de l'agence sont déchargés de cette tâche. « Nous pilotons cette chaîne pour eux, du choix de l'imprimeur... jusqu'au transporteur » précise l'expert.

Mieux, Print co peut délivrer un reporting « développement durable » informant ses clients du bilan de leurs différentes opérations. Des résultats qui diffèrent selon les matières utilisées (papier recyclé, encre végétale, bâche sans PVC, colle à base de résine naturelle, etc.)

Enfin, « grâce à l'outil E-printing proposée par Print co, nos clients impriment en flux tendus et optimisent leur gestion de stock ainsi que les volumes de réapprovisionnement » affirme Hugo Weber. En outre, l'optimisation des impressions est renforcée par la diminution de la gâche grâce aux amalgames. ●