

Valoriser le papier, c'est l'affaire de chacun!

Valorisons le papier,
moteur de la vie économique,
sociale et culturelle.



Aujourd'hui secondé par les moyens numériques, le papier n'en reste pas moins unique et irremplaçable.

Laurent de Gaulle
Président de Culture Papier

Trop d'idées reçues circulent sur les impacts sociaux et environnementaux du papier et des imprimés publicitaires que les Français reçoivent.

Nathalie Andrieux
Présidente de MEDIAPOST

Nous disons OUI aux forêts gérées et aux labels correspondants, NON aux déforestations sauvages de l'Indonésie ou du Brésil.

Pierre Siquier
Vice-président de la Fondation Nicolas Hulot et de l'AACC

>> Le papier est un produit à la fois naturel, renouvelable, recyclable, non toxique et biodégradable.



MEDIAPOST engagée auprès de Culture Papier.

MEDIAPOST fait partie des 18 membres co-fondateurs de Culture Papier, association créée en janvier 2010 qui regroupe entre autres : imprimeurs, papetiers, distributeurs, presse et annonceurs.

Sa vocation est de promouvoir le développement responsable du papier et de l'imprimé auprès de l'opinion et des pouvoirs publics et de les sensibiliser sur son rôle économique, social et culturel.

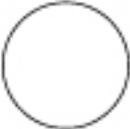
>> C'est la concrétisation de l'engagement de MEDIAPOST en faveur des usages responsables du papier.

Culture Papier propose un plan d'action ambitieux :

- Faire valoir et faire progresser les qualités environnementales du papier et des imprimés.
- Communiquer vers le grand public, les décideurs, les élus, les journalistes et les leaders d'opinion sur les valeurs écologiques, économiques et culturelles du papier et sur sa légitimité dans un monde de plus en plus numérique.

>> La 1ere Lettre Culture Papier a été diffusée à plus de 12 000 exemplaires en septembre 2010 à l'ensemble des acteurs de la filière graphique, aux journalistes, députés et sénateurs.





Les quatre vérités du papier responsable !

VÉRITÉ N°1

>> Le papier contribue à l'entretien des forêts en France et en Europe.



500 000 hectares supplémentaires de forêts en France depuis 10 ans (l'équivalent d'un département comme les Bouches du Rhône).

Source : ADEME ET AFDPE.



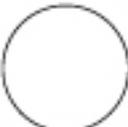
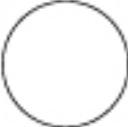
L'industrie papetière participe à la gestion et au développement des forêts.

70% des fibres vierges utilisées dans la fabrication de la pâte à papier proviennent des coupes d'éclaircies indispensables à la croissance du patrimoine forestier français.

De plus, les industriels utilisent et valorisent également des chutes de l'activité de sciage.

Ces actions permettent à la filière papetière française d'être aujourd'hui l'un des principaux acteurs à contribuer à l'entretien et au développement des espaces forestiers en France.





Les quatre vérités du papier responsable !

VÉRITÉ N°2

>> Le papier a plusieurs vies. Il peut être recyclé jusqu'à 5 fois !



60%
des papiers et cartons sont recyclés en France.

Un taux qui fait de l'industrie papetière française, la première industrie de recyclage en France.

Source : ADEME.

En revanche des efforts restent à faire au niveau du tri : moins d'un papier sur deux est trié en France.

Source : EcoFolio.



La filière papetière participe de manière active à la gestion des déchets.

Sur les 10 dernières années, le recyclage des papiers et cartons a connu une progression annuelle moyenne de 1.4%.

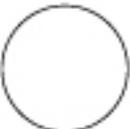
Résultats : **60%** de la matière première utilisée par l'industrie papetière française est issue des papiers et cartons récupérés.

Source : Copacel.

>> EcoFolio  soutient le financement de la collecte et du traitement des déchets d'imprimés. Les contributions, versées à EcoFolio par les metteurs en marché d'imprimés publicitaires, sont reversées aux collectivités locales avec une incitation au recyclage.

95% des acteurs de la grande distribution sont adhérents à EcoFolio.





Les quatre vérités du papier responsable !

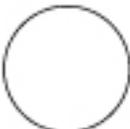
VÉRITÉ N°3

>> les fabricants de papier sont en pointe dans l'engagement environnemental.



80%
des rejets dans l'eau ont disparu depuis 20 ans grâce aux investissements réalisés par les fabricants de papier dans des procédés industriels moins polluants.

Source : Copacel.



Toute activité a un impact sur l'environnement, le but est de le minorer.

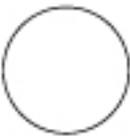
Lors des vingt dernières années, les investissements massifs réalisés par les fabricants de papier dans des procédés moins polluants ont notamment généré :

- une diminution de **80%** des rejets dans l'eau,
- une réduction de plus de **30%** des consommations d'énergie,
- une diminution de **50%** des émissions de CO₂ fossiles par tonne produite.

Source : Copacel.

>> **Le papier est un produit à la fois naturel, renouvelable, recyclable et biodégradable, qui préserve les ressources des générations futures.**





Les quatre vérités du papier responsable !

VÉRITÉ N°4

>> Le papier et l'imprimé assurent des missions culturelles, sociales et démocratiques indispensables.



73 %
des Français veulent recevoir leur courrier sous forme de papier.

Source : Baromètre Club Courrier CSA 2009.



Le papier s'impose comme l'un des supports de proximité les plus efficaces pour créer une relation privilégiée.

- **Ce support est un média d'information sans équivalent** qui permet de détailler une offre :

41% des Français considèrent le courrier publicitaire comme donnant des informations plus sûres et plus fiables.

Source : Observatoire du Courrier 2009.

92% des Français lisent les courriers publicitaires qu'ils reçoivent.

Source : Etude TNS Sofres - La Poste 2008.

- **Ce support est un média d'avenir**, la filière graphique investit dans des travaux permettant de concevoir les produits de demain.

C'est le cas notamment des codes 2D, grâce auxquels le support devient interactif.





Le courrier publicitaire s'inscrit résolument dans un avenir pluri-média.

Selon l'étude SIMM-TGI 2010 menée par Kantar Média sur le rôle des médias, le courrier publicitaire est perçu comme un média à part entière.

36.5% des Français préfèrent recevoir la publicité sous forme de courrier, devant la télévision (22.6%) et Internet (18.4 %).

>> Puissance du média, affinité avec les consommateurs, conservation après réception, le courrier publicitaire est 100% indispensable à votre mix média !

Le papier et l'imprimé sont des supports d'avenir naturels et responsables, indissociables des outils numériques.

La complémentarité papier et numérique est une évidence, les Français eux-même la plébiscitent :

46% des Français se sont rendus sur le site Internet de l'annonceur suite à la réception d'un imprimé.

Près de **3/4** des Français jugent inconcevable de ne plus recevoir de courrier papier.

Un avis partagé par **70%** des internautes.

Source : Observatoire du Courrier 2009.

Pour une efficacité optimale pensez mix média !

Les consommateurs sollicités successivement par un même message à travers différents supports dépensent en moyenne **20% à 50%** de plus que les autres.

Source : Etude McKinsey.



7 conseils pour une communication efficace et responsable.

- 1. Définissez la juste quantité** de messages en **ciblant** au quartier, au foyer ou à l'individu.
- 2. Assurez-vous d'un impact maximum de votre message** en respectant certaines règles indispensables tels que l'indication de vos coordonnées, l'insertion d'un bon de réduction pour accroître l'intérêt du lecteur, la position des informations essentielles en haut à gauche...
- 3. Concevez en pensant recyclage et économie des ressources.** Comment ? Limiter les aplats de couleur, préférer les vernis acryliques au pelliculage, utiliser les colles à base d'eau et choisissez des formats standards pour éviter le gaspillage du papier.

4. Choisissez un papier responsable

soit contenant 100% de fibres recyclées :



Boucle de Möbius

soit dont le bois provient de forêts bien gérées :



Forest Stewardship Council™

La gestion responsable des forêts.



Programme for the Endorsement of Forest Certification

- 5. Valorisez votre démarche responsable à travers votre support** et soyez le plus explicite possible. Apposez les mentions environnementales et les logos correspondant à l'éco-conception et au recyclage de votre support.

- 6. Optez pour un imprimeur certifié Imprim'vert** utilisant les procédés innovants, pour limiter l'utilisation des substances dangereuses.

- 7. Soyez vigilant sur le choix de l'emballage et le transport** pour minimiser les déchets et réduire la consommation d'énergie et d'émissions de CO₂.
- 

Adhérez & Soutenez Culture Papier !

Accompagnez-nous
et soutenez-nous
dans notre démarche
de revalorisation
de notre filière !

Pour tous renseignements,
merci de contacter :

Courrier

Culture Papier
68 bd St Marcel
75005 Paris

www.culture-papier.org
(site en construction)

Mail

Jean-philippe.zappa@culture-papier.org

Code 2D



Scannez le code avec votre smartphone,
pour en savoir plus sur Culture Papier.



Pour faire des communications
efficaces et responsables
contactez votre interlocuteur
commercial MEDIAPOST

0 825 123 123

Demandez ou téléchargez sur
notre site notre guide complet
« Des imprimés publicitaires
efficaces et responsables ».



Guide conçu par **MEDIAPOST**,
membre de l'association Culture Papier

9 bd du Général de Gaulle
92126 Montrouge cedex

www.mediapost.fr