NOVEMBRE 2015
15
NUMÉRO SPÉCIAL DÉVELOPPEMENT DURABLE

# Culture Papier

LA LETTRE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU PAPIER ET DE L'IMPRIMÉ

Rencontre avec
**Annick Girardin**
Secrétaire d'Etat au Développement et à la Francophonie

Entretien avec
**Bernard Cressens**
Président du comité français de l'Union Internationale de Conservation de la Nature

**Emmanuel Druon**
Entrepreneur 100% responsable

Paroles publiques
**Jean-Luc Bennahmias et Bertrand Pancher**

Grand témoin

# Allain Bougrain-Dubourg

## Le papier réveille les sens

# QUI PEUT VOUS FAIRE RÊVER LES YEUX GRANDS OUVERTS ?

Mediaprism

Celui qui est toujours là quand il le faut et qui vous fait tellement de bien. Vous aimez le toucher, le caresser du bout des doigts... Il vous fait rêver, il vous séduit...
Qu'il s'agisse d'un catalogue, d'un livre, d'une carte postale, d'un magazine...

www.laissonslepapiernousfairedubien.com

Laissons le papier nous faire du bien

culture papier

POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DU PAPIER ET DE L'IMPRIMÉ

ARESSY AWARDS
LES TROPHÉES DE LA COMMUNICATION
FAIR BUSINESS
2015

Catégorie Communication Corporate
Lauréat 2015
Culture Papier

# / sommaire


P. 4-8 GRANDS TÉMOINS
/ Annick Girardin
/ Allain Bougrain-Dubourg

P. 8-13 CULTURE RESPONSABLE
/ Bernard Cressens
/ Sophie-Noëlle Nemo
/ Emmanuel Druon : entrepreneur 100% responsable

P. 14-15 CULTURE PÉDAGOGIE
/ Seconde vague de l'Observatoire Culture Papier

P. 16-21 CULTURE DURABLE
/ Pascal Geneviève : les papiers-cartons font de la résistance
/ FEDEREC : 70 ans de dynamisme
/ Papier ensemencé
/ Benjamin Mattely : la filière graphique en pointe de l'éco-responsabilité
/ Benoît Moreau : ClimateCalc pour mesurer l'empreinte carbone des imprimés

P. 22-23 PAROLES PUBLIQUES
/ Jean-Luc Bennahmias : le numérique ne répond pas à tout
/ Bertrand Pancher : la digitalisation de la propagande électorale ! Un rêve de technocrates

P. 24 CULTURE COMMUNICATION
/ LANCÔME : de la boîte aux lettres au magasin, un chemin tracé

P. 26-27 PETITS DÉJEUNERS CULTURE PAPIER
/ Photographie & papier : un lien inaltérable
/ Exposition « Papier, Choc, Clic, Chic »

P. 28-30 LES AMIS DE CULTURE PAPIER
/ Le dictionnaire amoureux du Théâtre
/ La photo au service de la planète
/ Antalis : coup de projecteur sur l'éco-responsabilité du papier
/ Dominique Pace distinguée par le Comité de l'Europe
/ Restaurant La Ferrandaise


# / édito

**Le papier est un bien commun profitant à tous les habitants de la planète.**

En reprenant ainsi, pour le papier, la formule sur le climat qui ouvre l'appel des économistes à des négociations utiles au cours de la COP21 de Paris 2015, je cherche simplement à souligner combien le papier fait partie de la nature et de la vie, combien il est utile à l'homme sur toute la terre, et combien il est important de promouvoir sa complémentarité avec le numérique dans l'économie verte.

L'Industrie papetière française contribue à la réduction des gaz à effet de serre en favorisant la fixation du carbone dans les forêts parce qu'elle utilise du bois de coupes d'éclaircie qui dynamisent naturellement leur croissance. Le recyclage des papiers et cartons permet, par ailleurs, de conserver le carbone stocké dans les fibres.

En réalité, depuis des années, les technologies papetières ne cessent d'évoluer, d'innover pour améliorer leurs activités industrielles au regard de l'environnement et de la protection des ressources naturelles, et tous les secteurs papetiers sont utilisateurs de papiers et cartons récupérés et recyclés.

Le papier est la première industrie du recyclage en France. Il fait vivre une filière économique de grande qualité, à dynamique vertueuse, et de proximité, porteuse d'emplois non-délocalisables et à forte dimension culturelle.

C'est pourquoi, si l'élan de la COP 21 nous invite à inventer un nouveau monde, nous voudrions qu'il soit un monde où la liberté et la responsabilité honorent l'être humain.

Depuis cinq ans, Culture Papier rassemble des femmes et des hommes de terrain, bien ancrés dans le réel et dans l'innovation, au service de l'intérêt général, à travers la promotion de la complémentarité papier-numérique. Parce que le papier ménage nos sens, notre santé et celle de nos enfants, et qu'il contribue à notre liberté, tout simplement.

Le papier permet d'illustrer nos différences par la créativité, à l'exemple de la presse, des éditeurs, des dessinateurs et des graphistes qui ne cessent de nous surprendre et de ravir nos yeux. Les 700 000 Français, qui achètent leur journal (quotidiens nationaux seulement, sans compter les millions de quotidiens régionaux) chaque jour au kiosque ne s'y trompent d'ailleurs pas. Marc Feuillée, président du syndicat de la presse quotidienne nationale, disait dernièrement sur France Info : « Le kiosque, c'est là où notre cœur bat ». Quel plus bel hommage au papier, surtout lorsqu'il ajoute ensuite : « Le digital et le papier ne sont pas incompatibles. L'info papier est plus longue, plus exigeante et plus éditorialisée... L'offre papier, c'est celle qui structure notre offre payante. »

Nous sommes ainsi au cœur de l'économie circulaire, de l'économie humaine, en somme. Support de création et d'apprentissage, vecteur de démocratie, diffuseur de culture, de mémoire et de pensée, emballeur respectueux de l'environnement... le papier est un art de vivre !

Bienvenue dans un monde qui nous fait du bien.

**Laurent de Gaulle**
*Président de Culture Papier*


**La Lettre Culture Papier N°15 - Novembre 2015**

Culture Papier, 68 Bd Saint Marcel 75005 Paris - www.culture-papier.com / **Directeur de la publication :** Jean-Philippe Zappa - jean-philippe.zappa@culture-papier.org / **Directeur de la rédaction :** Pierre Barki - pbarki@barki.com / **Rédaction :** Patricia de Figueiredo, Virginie Fillion-Delette et Yoan Rivière / **Studio de création :** Vitamine-Z - www.vitamine-z.net / **Crédits photos :** Sauf mentions contraires, David Marmier pour Culture Papier ; photo de couverture crédit Nature Productions / **Papier et impression :** Magazine imprimé par Fabrègue Imprimeur - www.fabregueimprimeur.fr - sur papier Satimat Green, écolabélisé, contenant 60% de fibres recyclées, fabriqué en France par Arjowiggins Graphic et distribué par Antalis - www.antalis.fr / **Enveloppes :** Ghesquieres / **Routage :** Nord Mailing / **Hébergement de Culture Papier :** UNIIC / **Commission paritaire :** 1012G90569


En utilisant **Satimat Green** plutôt qu'un papier non recyclé, l'impact environnemental est réduit de :

Sources : www.arjowigginsgraphic.fr


afaq ISO 14001 Environnement AFNOR CERTIFICATION
FSC RECYCLÉ Papier fait à partir de matériaux recyclés FSC® C016758
FABRICATION FRANÇAISE
IMPRIM'VERT® antalis Just ask Antalis fabrègue imprimeur GHESQUIERES Nord Mailing A l'écoute du client Vitamine-Z CREATIONS

# Annick Girardin
# Le papier nous apprend à rêver

© Fred de la Mure - MAEDI

**Annick Girardin, secrétaire d'État chargée du Développement et de la Francophonie et présidente du mouvement Cap sur l'avenir, compte parmi les ministres les plus engagés dans l'organisation de la COP 21. Pour La Lettre Culture Papier, l'ancienne députée de Saint-Pierre-et-Miquelon revient sur ses engagements en faveur du papier et son attachement personnel pour ce support.**

**Quel est votre lien personnel avec le papier ?**

J'ai grandi dans un territoire d'Outre-mer, Saint-Pierre-et-Miquelon. Dans cet environnement particulier, le papier représentait pour nous une chance unique de lire en français, car les chaînes de télévision étaient en anglais à l'exception de la chaîne locale. Les journaux, magazines ou livres qui arrivaient de France étaient donc très attendus. Les journaux arrivaient par bateau, avec quinze jours de retard, mais on se pressait pour aller les acheter. **Ma génération est celle du papier, et j'ai besoin de le toucher, de le retourner, de le regarder... Le papier est précieux, disponible, durable, on peut le reprendre, le relire, le revoir.** Le numérique va peut-être représenter les mêmes usages pour les nouvelles générations, mais pour moi ce n'est pas le cas. Mais le numérique a aussi des avantages indéniables : pour les Outre-mer comme Saint-Pierre-et-Miquelon, il permet de dépasser la distance et l'éloignement, de suivre en direct l'actualité écrite, d'avoir accès en temps réel aux nouveautés littéraires. C'est une chance qu'il faut saisir !

**La presse ou la littérature française jouent-elles un rôle particulier dans le développement de la Francophonie ? Je prends l'exemple du journal Le Monde qui a longtemps été un support important de la Francophonie, est-ce encore le cas aujourd'hui ?**

L'Afrique a fait un vrai bond numérique au travers du téléphone portable qui permet à beaucoup d'Africains d'avoir accès à des informations à distance. Le numérique est aujourd'hui un enjeu prioritaire puisqu'il permet notamment de démocratiser l'accès au français en supprimant les distances culturelles et physiques. Le programme 100 000 professeurs pour l'Afrique, qui permet de former des enseignants en langue française, se fait à distance et l'Institut Français a lancé de nombreux outils numériques : IF Cinéma, IF Verso, IF Mobile, IF maps.

**Mais le numérique seul n'est pas la panacée. Sur place, il faut aussi pouvoir avoir accès au papier, c'est d'ailleurs une demande très forte dans les pays du Sud, nous le voyons dans les Instituts Français et Alliances Françaises.** C'est aussi une richesse économique. L'économie du papier pèse 5,6 milliards d'euros en France aujourd'hui. La France consacre près de 33 millions d'euros par an au soutien à l'édition du livre français. Il y a dans le monde, 274 millions de locuteurs français à ce jour avec un horizon de 750 millions en 2050 ! C'est un marché considérable, à condition de travailler sur l'acheminement de ce papier. L'Afrique est attachée à la culture du papier. Un journal d'actualité francophone est lu par plusieurs dizaines de personnes. C'est un vecteur important. **Je crois que les revues, les journaux et les livres de langue française continueront, sur un support papier, à occuper une place essentielle dans la diffusion de notre langue et de notre culture.**

80 pays sont membres de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF). On voit bien que la demande de français progresse et que les formats numériques ne peuvent pas répondre à toute la diversité de cette demande.

**Les nouvelles technologies de communication mais aussi d'impression, comme l'impression à la demande, peuvent-elle faire bouger les lignes en permettant par exemple aux Africains d'imprimer sur place des quotidiens français ?**

Imprimer sur place, c'est idéal pour la diffusion des journaux et des magazines, voire des livres. Les médias locaux doivent pouvoir compléter ces journaux ou magazines avec des sujets d'actualité et des analyses de fond répondant aux préoccupations locales pour mieux séduire les lecteurs. **Par ailleurs je regrette que nous n'ayons pas de revue scientifique francophone de référence qui puisse concurrencer les revues scientifiques anglophones. C'est un véritable enjeu.** Une telle revue pourrait se positionner pour que les scientifiques français, qui sont actuellement contraints de publier en anglais, puissent le faire également dans leur langue ! Cette revue pourrait être bilingue. Quand on fait la promotion du papier comme vous le faites à Culture Papier, c'est une question qui mérite d'être soulevée.

**Vous évoquiez tout à l'heure l'importance de l'économie du papier et de l'imprimé pour notre pays, mais comment cette économie est-elle, à votre avis, perçue par les Français et les responsables politiques qui ont tendance à vouloir privilégier - voire imposer - le numérique…**

Votre réflexion soulève plusieurs enjeux : consommer moins de papier est facile dans notre pratique de travail, mais les nouvelles technologies nous font consommer du papier, puisqu'on imprime aussi davantage. La consommation de papier doit pouvoir s'inscrire aujourd'hui dans un cycle vertueux, avec le recyclage et des pratiques de plus en plus responsables, d'un point de vue environnemental et social, de la part des papetiers comme des imprimeurs, des diffuseurs. **Il est vrai que nous devons pouvoir valoriser davantage ces pratiques et le poids économique et social de ces filières. Des milliers d'emplois sont concernés et la vie de nos villes et de nos villages ne serait plus la même sans les journaux, les relais de presse…**

D'autre part, quand les Français pensent *« économie du papier »*, ils pensent à son utilisation dans leur quotidien : imprimer en recto- verso, trier et recycler, privilégier les papiers recyclés ou certifiés…

Enfin, c'est vrai, ce gouvernement souhaite que les services publics investissent beaucoup plus efficacement l'espace numérique pour en exploiter toutes les potentialités en termes d'efficacité, de simplification ou d'économie pour les usagers.

Mais je le répète : nous devons veiller à ne pas opposer papier et numérique, mais à promouvoir leurs nombreuses complémentarités.

**Vous portez un message résolument optimiste sur l'avenir du papier…**

**Pour ma part, je n'imagine pas la disparition du papier, même pour mes petits enfants. Le livre nous apprend à rêver, à être patient, a contrario de la culture du zapping. Il faut travailler la complémentarité du papier et du numérique et transmettre aux générations futures la passion des livres et l'envie de toucher le papier.** Sans oublier que le papier a aussi une valeur historique et patrimoniale, et une résilience que n'offre pas le numérique.

Pour en revenir à la complémentarité numérique / papier, regardez les manuscrits de Tombouctou, qui représentent un trésor inestimable pour appréhender et comprendre l'histoire écrite de l'Afrique. Menacés de destruction par Al Qaida ils ont été en grande partie numérisés. Il faut saluer le travail réalisé par l'Unesco, avec d'ailleurs l'aide d'experts français.

**Il y a actuellement au niveau politique des velléités de digitaliser la propagande électorale. Ne pensez-vous pas que cela représente un risque supplémentaire d'éloigner un peu plus encore les citoyens de la vie publique en les obligeant à chercher l'information sur le numérique, et accroitre ainsi l'abstention ?**

Il y a une réflexion à mener sur ce sujet. Je crois que nous ne ferons pas l'économie de doublons pendant quelques années. De nombreuses personnes n'ont pas encore accès aux services numériques, par contrainte ou par choix. Dans le même temps, nous devons toucher les jeunes générations qui ne sont pas forcément attachées à la propagande électorale traditionnelle, ceux qui voyagent beaucoup ou Français de l'étranger, qui doivent pouvoir être informés facilement. Là encore, c'est une question d'articulation.

**Culture papier soutient depuis plusieurs années l'association Biblionef qui diffuse des livres pour enfants, en français, neufs, dans le monde entier. Dominique Pace, présidente de Biblionef, évoque souvent « le livre qui représente un trésor dans les yeux des enfants qui le reçoive ». Une belle promotion pour le livre et la culture française…**

Pour moi, le livre représente l'un des plus beaux cadeaux ! Laurent Fabius a pris l'initiative de faire réaliser et éditer un livre d'art sur le Quai d'Orsay, consacré au bâtiment et à tous les corps de métier qui le font vivre. Un livre s'inscrit dans le temps long et pour un grand ministère comme celui des Affaires Etrangères, conserver une trace de son organisation et de ses actions est indispensable. Le support papier est alors le plus pertinent.

Vous évoquez l'action de Biblionef, que je connais bien. Un livre offert c'est du plaisir dans le regard des enfants. Pour cela, il faut donner des livres neufs qui correspondent à ce qu'un enfant d'aujourd'hui peut attendre.

**Nous assurons la promotion du livre français à l'international, grâce à l'Alliance Française, aux Instituts Français, à l'AUF, à l'AEFE… C'est une chance pour le livre, pour le papier, le français et la francophonie. Grâce à ce réseau, le livre est un outil précieux, parfois même central, pour promouvoir la culture dans certaines régions du monde.**

Pour autant, la langue française n'appartient pas qu'aux Français. Je me félicite que l'écrivain Haïtien Dany Laferrière soit entré à l'Académie Française. C'est aussi de cette façon que le français sera diffusé dans d'autres pays francophones. Le français est une langue que nous avons en partage, il faut la défendre partout. Et j'ai bien l'intention de le mettre en pratique lors de la Conférence Paris Climat 2015. Une de mes missions est de dialoguer avec les pays africains au sujet des problèmes qui les concernent : la déforestation, la désertification, la montée des eaux, la raréfaction de certaines ressources ou l'électrification indispensable du continent. Beaucoup de pays africains parlent le français. Il faut qu'ils soient entendus, dans leur langue.

Entretien réalisé par
***Patricia de Figueirédo*** et
***Jean-Philippe Zappa***

**LA COP21 /** Cette 21e conférence concernant les changements climatiques rassemblera 20 000 représentants et observateurs venus du monde entier. Elle devrait aboutir à l'adoption d'un accord universel et contraignant sur le climat afin de maintenir la température globale sur Terre en deça d'un réchauffement de 2°C.
La conférence COP21, aussi nommée « Paris 2015 », se tiendra sur le site de Paris-Le Bourget du 30 novembre au 11 décembre 2015.

*Annick Girardin reçoit Patricia de Figueiredo, rédactrice de La Lettre Culture Papier, et Jean-Philippe Zappa, délégué général de l'association, pour évoquer la place et les enjeux du papier et de l'imprimé dans la politique de francophonie du gouvernement français.*

# Allain Bougrain-Dubourg
# Le papier réveille les sens

**Soutien de la première heure de Culture Papier, le journaliste et producteur Allain Bougrain-Dubourg, Président de la LPO (Ligue de Protection des Oiseaux) et Membre du Conseil Économique Social et Environnemental, a une actualité chargée avec la sortie de son autobiographie *« Il faut continuer de marcher »* et le lancement de l'opération *« Un arbre pour le climat »*. Cet homme de convictions sera présent au 5e colloque de Culture Papier.**

**Vous comptez parmi les grandes voix françaises des défenseurs non seulement des animaux mais aussi de l'environnement. Qu'est-ce que le papier, parfois injustement décrié par certains environnementalistes, représente pour vous ?**

**Pour moi, le papier relève de la sensualité. Et je regrette qu'aujourd'hui, depuis que nous avons quitté la ruralité, nous n'utilisons plus autant l'usage de nos sens : caresser, regarder, écouter, goûter… et le rapport au papier procède de cette démarche.** Je plaide pour le réveil des sens. Je viens de sortir un ouvrage de mémoires qui s'intitule *« Il faut continuer de marcher » (Editions de la Martinière)* et l'éditeur a été très attentif à faire un bel objet. Il est vrai que lorsqu'on tient entre les mains un ouvrage de 450 pages, on apprécie la matière du papier, de la couverture, du visuel. A travers la matière papier, on peut donner une noblesse à l'écrit. Par ailleurs, c'est peut-être dû à ma génération, mais je suis attaché à la matière papier même si je conçois qu'internet simplifie un certain nombre de choses… ou les complique ! Maintenant, dans notre société, l'usage des ressources fussent-elles renouvelables mérite une attention particulière et il me semble important pour les professionnels concernés d'optimiser les impressions, que ce soit pour les livres comme pour les imprimés publicitaires ou les catalogues.

**Culture Papier encourage effectivement les démarches de développement durable du papier et de l'imprimé qui incluent notamment la rationalisation des impressions que vous évoquez…**

**Oui et c'est bien là où Culture Papier est admirable car dans les choses compliquées, elle arrive à faire ressortir l'essentiel pour concilier l'intérêt général.** Je produis actuellement une série pour France 2 qui s'intitule *« Les héros du Climat »*, un programme court qui passe en deuxième partie de soirée et dont le concept est de mettre en avant des initiatives proposées et gérées par des collectivités, des entreprises, des citoyens en faveur du développement durable. Parmi les choses qui m'ont éclairé sur l'engagement de Culture Papier à travers du vécu, j'ai notamment réalisé un sujet sur Pocheco *(voir page 12)* à Lille. Cette entreprise produit près de 2 milliards d'enveloppes par an et, en contre-partie de cette production, ils ont une politique de reboisement en replantant davantage d'arbres qu'ils n'en utilisent. Pour mon livre, j'ai voulu, de la même façon, vérifier l'origine du papier, qui est un papier recyclé. Il faut que les éditeurs, les producteurs d'enveloppes ou d'imprimés s'engagent dans cette démarche spécifique. Il est possible d'utiliser les résidus de l'usage du bois à destination des meubles du bâtiment, le papier peut provenir de ces résidus. De plus, il y a maintenant des forêts gérées durablement et destinées à ces produits qui sont parfaitement équilibrés, il faut l'admettre et s'en réjouir. Ce qui n'était pas vrai il y a encore quelques décennies. **Il y a eu une prise de conscience qui redonne ses lettres de noblesse au papier.**

**Justement parle-t-on assez des véritables causes de la déforestation ?**

**Effectivement, la déforestation aujourd'hui est d'avantage due à l'artificialisation. En France, 80 000 hectares d'asphalte sont gagnés chaque année sur les espaces agricoles et naturels. L'équivalent d'un département français !** Mais plus largement, les plantations pour fabriquer de l'huile de palme ou le soja sont responsables d'une déforestation galopante. Cela induit un vrai problème car un arbre représente la potentialité quotidienne à digérer six kilos de $CO_2$ et à rejeter cinq kilos d'oxygène. C'est un allié précieux dans la question climatique.

**Le CESE (Conseil Economique, Social et Environnemental) s'est-il saisi de ces questions ? Quel est son rapport au papier ?**

Nous avons initié, dans cette dernière mandature, une réflexion sur le développement durable du CESE, ce qui n'était pas la cas auparavant, mais au delà de notre propre comportement, nous essayons de nous montrer exemplaires. **Et je pense que cela serait judicieux pour la prochaine mandature qui va démarrer au début 2016, de proposer une réflexion sur le papier et de faire une saisine sur ce sujet.** Je pense que soit la section « environnement », soit la section « économie » pourrait s'emparer de ce thème ; ce serait l'occasion de travailler avec Culture Papier pour faire un point et travailler sur des recommandations. Il y a

peut-être un travail à faire après le renouvellement du CESE qui aura lieu début décembre. Ce serait un joli thème à traiter.

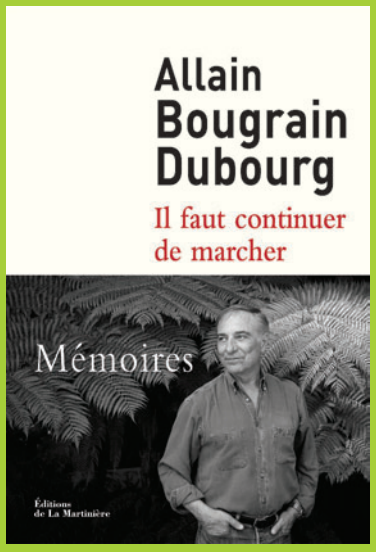
**Quel est votre sentiment à la veille de l'ouverture de la COP21 ? Etes-vous optimiste sur sa finalité ?**

J'ai l'impression qu'il y a une lueur d'espoir au fond du tunnel et que jamais, depuis 1992 où s'est posée la vraie question de la biodiversité et du dérèglement climatique, nous avons eu une telle maturité d'engagement. Certes, tout n'est pas réglé, notamment la question financière et la question des délais, mais je pense que nous allons monter une grande marche qui nous conduira vers une responsabilisation de la planète. Et je dois dire que la France n'a pas démérité dans cette approche. Elle s'est investie. La Chine, qui est l'un des pays les plus pollueurs, avec les Etats-Unis, ont décidé de s'engager, aussi les curseurs ont pu bouger. Mais au-delà, il est réconfortant de voir que les climato sceptiques ont fondu en même temps que la glace ! **Nous ne sommes plus désormais seulement sur la question de la sensibilisation, mais il convient de répondre à cette question très simple posée par les collectivités, les entreprises, les citoyens : « À mon niveau, comment puis-je agir ? » Il faut offrir des réponses à ces question-nements et c'est le sens des « héros du climat ». La société civile a énormément travaillé, pour proposer des réponses assez pratiques et fonctionnelles.** Car il ne s'agit plus seulement de se dire qu'on arrête de faire couler l'eau en se lavant les dents, c'est dépassé ! Il faut revisiter notre mode de vie et c'est un pari très constructif. Il va y avoir une très belle et grande mobilisation de la société française dans ce programme. *« Un arbre pour le climat »* est l'une des choses que j'ai proposées, au titre de la LPO. Au lendemain de la Révolution française, on a planté pour les Droits de l'homme, l'arbre de la Liberté dans les 36 000 communes. J'ai eu l'idée de le faire de la même manière pour l'environnement, car maintenant, nous pouvons espérer une révolution pour la planète. J'ai ainsi, à ce sujet, proposé que nous plantions *« l'arbre du climat »*. Cette opération est soutenue par l'Association des Maires de France, les Éco Maires, les Parcs Naturels régionaux et la Fondation Yves Rocher, avec le soutien de la Ministre de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie, Ségolène Royal et la Ministre de l'Education Nationale, Najat Vallaud-Belkacem. Nous lançons cette démarche emblématique et le premier arbre a été planté à Dijon, en présence de Jacques Rocher, d'Alain Baraton, parrain de l'opération et jardinier en chef du Grand Parc du château de Versailles.

**Outre le fait qu'un arbre a un rôle déterminant pour l'atmosphère**, il a également un caractère symbolique et Najat Vallaud-Belkacem a émis l'idée que, plutôt que de le planter simplement dans une commune, nous allons le planter prioritairement, dans la mesure du possible, dans une école pour sensibiliser les enfants à cet aspect et je la rejoins pleinement. Dans 10 ans ou 20 ans, ils auront la fierté d'avoir contribué à faire un geste pour combattre le dérèglement climatique.

Propos recueillis par
***Patricia de Figueirédo*** et
***Jean-Philippe Zappa***

*Allain Bougrain-Dubourg, fidèle soutien de Culture Papier, avec Jean-Philippe Zappa, délégué général de l'association.*




***Il faut continuer de marcher.***

Pour la première fois, Allain Bougrain-Dubourg se raconte tout au long de ces 480 pages et lève le voile sur une vie de combat, de liberté et de passions. Fils d'un résistant français, il rompt avec un parcours scolaire attendu et se retrouve un peu par hasard à la télévision où il va pouvoir mettre en avant et défendre une cause qui lui tient à cœur depuis des années : la biodiversité et la préservation des animaux. C'est à l'occasion d'un de ses voyages sur la banquise qu'il rencontre Brigitte Bardot avec laquelle il vivra une passion amoureuse et militante. Puis il aura une fille avec Jeanne Manson. Enfin, on croisera dans ce livre toutes les grandes figures de la cause animale ou écologique, Paul-Emile Victor, Théodore Monod, Nicolas Hulot, ainsi que dans les coulisses des gouvernements successifs de la République.

L'opération **« Un arbre pour le climat ! »** vise à déployer un dispositif de mobilisation des citoyens et des communes, pour planter, de préférence dans une école, un arbre d'une essence locale qui symbolise l'engagement de la collectivité et des citoyens dans la lutte contre le dérèglement climatique. Le point d'orgue aura lieu autour du 25 novembre 2015, jour de la Sainte Catherine car comme chacun sait :
*« À la Sainte Catherine,*
*tout bois prend racines ».*

# Bernard Cressens
# Il ne s'agit pas de penser que nous allons supprimer le papier

**Ancien directeur des programmes de conservation du WWF France, Bernard Cressens est désormais président du Comité français de l'UICN (Union Internationale de Conservation de la Nature) et administrateur de *« Réserves Naturelles de France »*. Celui qui consacre sa vie à la préservation de la biodiversité et compte parmi les grandes figures de la sphère écologiste française nous livre sa vision du papier.**

### Que regroupe l'UICN et quel est son rôle ?

L'Union Internationale de Conservation de la Nature est une organisation créée en 1948 à Fontainebleau, à l'initiative de scientifiques dont l'objectif était de mobiliser les États. **L'UICN rassemble plus de 1000 membres dans 148 pays, avec un réseau de 10 000 bénévoles. En France, il regroupe 2 ministères, 13 organismes publics, 41 ONG - Le WWF est une émanation de l'UICN - ainsi que 250 scientifiques répartis au sein de commissions thématiques et groupes de travail.** Elle crée essentiellement des alertes, des listes rouges, procure des conseils au gouvernement pour mettre en place des politiques de sauvegarde de la nature et des politiques d'éducation à l'environnement. L'UICN milite pour un développement des hommes en harmonie avec la préservation de la nature et des ressources.

### Quel regard portez-vous sur le papier qui a longtemps souffert d'une mauvaise réputation en matière de développement durable ?

Le papier est une invention extraordinaire ; il nous permet d'écrire, de lire et de conserver. Après, les inventions sont plus ou moins bien utilisées. Le problème du papier n'est pas le papier en lui-même mais sa surconsommation, le gaspillage et le manque de recyclage. **Si l'on utilisait raisonnablement que du bon papier issu de forêts gérées durablement, qu'on le recyclait totalement, on pourrait trouver un point d'équilibre entre la consommation, la transformation et l'exploitation.**

### Mais c'est le cas en France, il y a eu de gros efforts de fait sur le recyclage et le papier est issu de forêts gérées durablement.

Je parle d'une manière générale. **En France, il y a eu, c'est vrai, des efforts accomplis par les entreprises, les collectivités et les particuliers notamment sur la diminution de la consommation et l'augmentation du recyclage.** Je suis par contre plus surpris par l'attitude des administrations d'État, des administrations départementales et communales, qui s'illustrent par l'absence de double ou triple poubelles alors qu'elles sont encore des grandes consommatrices de papier. De plus, dans les administrations, des documents sont imprimés et jamais distribués ; on peut mieux encadrer l'impression et le recyclage. Il faut trouver des systèmes qui encouragent les gestes vertueux, voire qui pénalisent les mauvais gestes, comme cela se pratique au Québec. En France, les taxes sur les ordures sont de plus en plus chères parce que beaucoup de gens ne trient pas ou mal et ceux qui trient bien payent pour les autres. J'ai travaillé avec Tetrapac en Allemagne, cette entreprise comme d'autres a fait de gros efforts sur les provenances des fibres et les grammages voire le recyclage. Les gens plient leurs briques avec le capuchon plastiques, les mettent par 10 et dans un carton et ils obtiennent un taux de 85% de recyclage. En France, on annonce le chiffre de 70%, ce que j'ai peine à croire. Mais si ce chiffre est réel, il n'est pas mauvais mais perfectible. Les pays du Nord sont les plus vertueux, ils ont un sens civique plus développé. Ils pensent que l'intérêt privé est aussi l'intérêt public, nous nous sommes plus d'un caractère méditerranéen.

### Et vous-même, quelle utilisation faîtes-vous du papier ?

A l'UICN, on cherche à diminuer l'impression du papier. Nous mettons en ligne nos résultats d'études en plusieurs langues qui sont téléchargeables. On insiste sur la dématérialisation, mais, dans le même temps tous les documents administratifs ainsi que les conventions, signatures et engagements restent sur papier. **Il ne s'agit pas de penser que nous allons supprimer le papier. Les entreprises dématérialisent mais elles ont transféré la charge de l'impression chez les particuliers qui conservent sur papier leurs factures d'électricité, de téléphone, leurs impôts...** Pour les personnes d'un certain âge, cela reste très compliqué d'utiliser Internet et elles gardent des habitudes de classement de papiers, de même que certaines professions, comme les notaires, qui doivent garder le papier. Les écrits restent, tandis qu'internet peut poser des problèmes de confiance. **Il nous faut du papier, mais utilisons-le d'une manière un peu plus raisonnable et responsable, et ayons des filières de recyclages de bonne qualité.**

### Sur la COP21 quels sont les objectifs principaux pour l'UICN et êtes-vous optimiste sur les résultats ?

Pour nous, cette conférence doit traiter du changement climatique mais aussi de la biodiversité et de la perte des écosystèmes. C'est indispensable ! Pourtant, c'est l'une de nos premières inquiétudes car les océans, qui comme les forêts, sont les deux éléments majeurs de régulation climatique, n'ont pas été pris à la mesure de leurs rôles dans la régulation climatique. **Si la lutte contre le réchauffement climatique ne s'accompagne pas de mesures contre la déforestation et pour la protection des océans, nous n'aurons pas rempli notre mission.**

### Quels sont les pays les plus mauvais élèves en matière de déforestation ?

Ces pays en voie de développement qui ont des forêts : l'Indonésie, le Brésil. À l'inverse, la Chine a mis en place une politique extrêmement restrictive en matière d'exploitation forestière. Mais si nous leur demandons de protéger leurs forêts, il faut leur trouver d'autres équilibres et faire notre propre introspection ; nous ne pouvons pas reprocher aux Brésiliens de déforester et, dans le même temps, continuer à leur acheter du soja pour nourrir nos animaux d'élevage, il faut être logique ! **On demande à des pays tiers de faire des efforts que nous ne sommes pas prêts à réaliser.**

***Patricia de Figueirédo***

# Sophie-Noëlle Nemo
# La Poste s'engage dans la transition énergétique

**A la veille de l'ouverture de la COP21, Sophie-Noëlle Nemo, directrice de la Délégation à la Transition Energétique La Poste, rappelle pour La Lettre Culture Papier, toutes les actions mises en œuvre par un groupe dont les responsabilités environnementales, mais aussi sociales et sociétales, sont aujourd'hui unanimement reconnues. Interview sans langue de bois sur les engagements de cet opérateur d'échanges universels...**

**Pouvez-vous nous rappeler les principaux chantiers de La Poste en matière de transition énergétique ?**

L'engagement de La Poste dans la transition énergétique de la France porte en premier lieu sur la politique RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) interne au groupe pour qu'il réalise sa propre transition énergétique. Notre engagement porte également sur un soutien aux particuliers, aux entreprises et aux collectivités pour permettre à chacun d'entre eux, grâce à de nouveaux services et produits mis au point par La Poste, de participer à cette transition énergétique. **Depuis plus de dix ans, La Poste s'est engagée dans une politique RSE avec une double responsabilité sociale et stratégique.** Afin de mieux maîtriser ses impacts environnementaux, elle réduit au maximum ses émissions de gaz à effet de serre et ses émissions de particules nocives à la santé humaine. Aussi, quand le Président de la République Française a lancé le grand projet d'une loi de transition énergétique, La Poste s'est mise au service de cette politique. Nous avons alors réalisé un inventaire de ce que nous avions déjà engagé en interne comme en externe. Notre engagement s'inscrit à la fois dans notre vocation de grande entreprise publique au service de l'intérêt général et à la fois dans une optique de recherche de nouveaux relais de croissance. **Nul n'ignore en effet que notre métier historique de distribution du courrier papier s'érode sous l'effet de la dématérialisation et de la rationalisation des envois courriers par les grands comptes.**

**Comment cet engagement se traduit-il concrètement ?**

Nous avons été amenés à construire un grand programme stratégique à horizon 2020 organisé autour du socle RSE et de quatre grands marchés de conquêtes externes :

- **La rénovation des bâtiments**, avec comme postulat : *« comment La Poste peut-elle accompagner l'accélération de la rénovation des bâtiments ? »*. Ceux-ci étant consommateurs à hauteur de 44% de la facture énergétique du pays. Il faut donc travailler à l'accélération de leur rénovation et notamment sur leur isolation thermique.
- **Le management de l'énergie**, c'est-à-dire la façon dont les usagers et les salariés vont consommer de l'énergie dans leur logement. Un particulier peut obtenir autant de gain énergétique, en améliorant la façon dont il consomme de l'énergie, qu'en faisant des travaux sur le bâti. Nous essayons donc de trouver des solutions pour les particuliers mais aussi pour les petits parcs tertiaires privés et publics en les aidant à avoir les bons outils pour consommer moins.
- **Le troisième marché concerne la mobilité douce des personnes, aussi appelée éco-mobilité.** Le transport représente 37% de la facture énergétique du pays, l'idée étant de réduire une grande partie des émissions à effet de serre, et de transposer pour le marché, ce que nous avons réussi pour nous même.
- **Le recyclage et l'économie circulaire** sur lesquels je reviendrai plus en détail.

Sur chacun de ces marchés, La Banque Postale est en mesure de proposer des solutions de financement aux particuliers, aux entreprises et aux collectivités territoriales qui s'engagent dans la Transition Energétique. Une gamme verte est proposée depuis le 1er octobre aux particuliers qui souhaitent réaliser des travaux de rénovation dans leur logement, ou qui souhaitent acquérir un véhicule propre, ou qui souhaitent placer leur épargne dans un fond d'investissement Socialement Responsable.

Ces programmes mobilisent toutes les entités du groupe La Poste : la branche Service Courrier Colis, GEOPOST, la Banque Postale, le réseau, la branche Numérique, les filiales... C'est un véritable projet d'entreprise. L'ensemble des entités du groupe étant invité à donner le meilleur d'elles-mêmes au service de l'accompagnement de la transition énergétique de la France. **Notre groupe bénéfice, logistiquement et commercialement, d'implantations de proximité, un atout unique pour développer notamment des partenariats avec l'économie sociale et solidaire que nous avons appelé « l'alliance dynamique ».** Sur la transition énergétique, comme sur d'autres sujets portés par le groupe, nous privilégions les possibilités de travailler avec des acteurs locaux de l'économie sociale et solidaire. La responsabilité sociale et l'ancrage territorial sont une composante indispensable à la dimension environnementale et climatique que nous mettons en œuvre.

### Quel est plus précisément le programme consacré au recyclage et à l'économie circulaire de la filière papier ?

La Poste a lancé en 2012 une activité de collecte des papiers usagés dans les TPE-PME. **Nous sommes partis du constat, que partageait le Ministère de l'Ecologie, qu'en France, 60% des papiers de bureau n'étaient pas recyclés. Seules 400 000 tonnes de papiers sur un million de tonnes consommées étaient recyclées.** Au même moment, le ministère demandait à la filière de s'engager volontairement pour ajouter 200 000 tonnes de papiers recyclés à l'horizon 2015. Le volume de courrier papier distribué diminue inexorablement, nous l'avons évoqué tout à l'heure. **Nous disposons toujours d'un énorme potentiel de service représenté par nos facteurs et nous réfléchissions alors aux nouvelles possibilités que nous pourrions mettre en œuvre pour apporter des solutions à des problèmes nouveaux comme celui de la raréfaction des ressources naturelles.** La Poste fait alors un constat très simple : il était difficile pour certains acteurs existants d'aller récolter des petits gisements. En septembre 2012, nous avons donc lancé le service Recy'go qui propose aux TPE, aux PME et aux entreprises à réseaux de récupérer les papiers de bureau usagés pour les mettre à disposition d'acteurs de l'économie sociale et solidaire à des fins de tri en vue de leur recyclage. Pour mettre en place ce nouveau service, nous avons d'ailleurs acquis une entreprise d'insertion par l'activité économique, Nouvelle Attitude. Les papetiers achètent de ce fait les papiers dont ils ont besoin : des journaux ou des papiers graphiques. **Recy'go représente une contribution réelle de La Poste à l'effort de lutte contre la raréfaction des ressources naturelles et, plus concrètement, contribue à augmenter le taux de papiers effectivement recyclés.**

### Avec ce service Recy'go, vous affirmez donc plus encore la vocation sociale de votre groupe…

Effectivement, cela induit de l'emploi local et nous avons signé un partenariat avec le syndicat des papetiers recycleurs en France, la COPACEL, pour garantir aux facteurs et à nos clients Recy'go que la matière fournie sera effectivement recyclée en France. D'où cette notion de boucle solidaire et circulaire. **Nous avons montré que le geste de tri que fait le salarié, associé au geste de collecte du facteur, permet de recycler du papier graphique, du carton en évitant la mise en décharge ou l'incinération, en entrant dans une logique responsable par rapport à la consommation de papier. Pour autant, nous n'opposons bien naturellement pas le papier issu de forêts gérées durablement au papier recyclé.** En participant à la récupération de gisement dans les TPE et les PME, nous contribuons très significativement au recyclage du papier qui ne pouvait pas l'être jusqu'alors puisqu'il était collecté en mélange. Je tiens enfin à rappeler que notre positionnement ne concerne ni le papier des ménages, ni les grands gisements qui sont tous les deux bien collectés.

### Quel est le premier bilan d'activité de Recy'Go ?

Recy'go existe depuis 3 ans. Nous avons collectés cette année 22 000 tonnes. Dans ce tonnage collecté notre propre papier est aussi comptabilisé. **Le groupe La Poste se veut exemplaire dans ce domaine et veut s'assurer que le papier qu'elle utilise va se retrouver dans ce circuit vertueux écologiquement et socialement.** Nous avons conquis plusieurs milliers de clients qui ont une fibre RSE réelle. Recy'go est un service qui permet à une entreprise, par rapport à ses clients et ses salariés, de prouver son engagement responsable. C'est grâce à nos clients et au groupe La Poste que nous parvenons à réinjecter chez les papetiers français, dans un circuit local, des gisements qui jusqu'alors n'y figuraient pas.

### Récoltez-vous également d'autres déchets ?

Nous avons lancé l'option « cartons » cette année. Nous disposons également de la capacité à collecter des consommables, comme les cartouches d'encre et toutes sortes de gisements de matières premières et secondaires. Nous visons des déchets peu collectés et qui répondent à certains critères que nous avons définis : des objets peu dangereux pour leur manipulation et leur transport, une collecte réellement utile en termes de recyclage, une rentabilité économique et bien entendu, un accord préalable de nos facteurs pour ces produits.

### Accordez-vous autant d'importance à l'éco-conception de vos produits ?

Proposer à nos clients des produits éco-conçus figure bien évidemment au premier rang de nos engagements en terme de RSE. Dans cette optique, nous privilégions par exemple, et depuis fort longtemps, les produits générant le moins possible de déchets non recyclables. Nous travaillons également sur nos services et nos offres numériques.

**Toute activité génère en effet un impact sur l'environnement. Il faut donc le mesurer et essayer de le réduire.** Par exemple en matière automobile certaines conduites induisent plus d'émissions de $CO_2$ que d'autres. Nous formons donc nos agents dans le sens d'une conduite éco-responsable. Enfin, depuis mars 2012, La Poste compense ses émissions de $CO_2$ rendant ainsi neutres 100 % de ses offres, courriers, colis, express et numérique.

### Vous évoquez la conduite éco-responsable, La Poste figure également parmi les pionniers de l'utilisation de véhicules électriques…

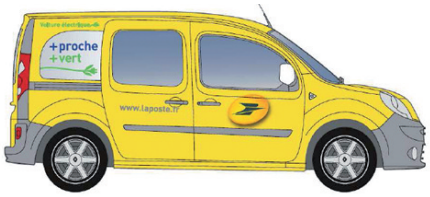
Nous possédons effectivement la première flotte professionnelle au monde de

véhicules électriques. Nous sommes très fiers et confiants dans notre engagement. Le Groupe La Poste a considéré que, pour continuer à exercer son activité logistique, il lui fallait trouver des solutions propres pour transporter et distribuer ses plis, colis et la presse. Nous avons alors prospecté auprès des producteurs de véhicules « propres » mais sans trouver de réponses adaptées à nos besoins. Le président de La Poste a décidé d'organiser, à travers un groupement de commandes, une sécurisation des débouchés pour inciter les constructeurs de voitures à lancer la fabrication de véhicules électriques, avec, à la clé, l'assurance que ces voitures seraient achetées. **La Poste a ainsi très fortement contribué au lancement de la filière française de véhicules utilitaires électriques !** Nous disposons aujourd'hui de près de 6 000 voitures et de 20 000 vélos à assistance électrique. Cette démarche stratégique a été menée, il y a 5 ans, mue par cette volonté de réduire nos émissions de $CO_2$. Aujourd'hui, nous entrons dans une deuxième phase. C'est la réduction de particules qui pourraient être nocives sur la santé humaine. Il faut encore travailler sur la R&D et les nouvelles énergies : l'hydrogène, le solaire, l'éolien… La Poste doit à nouveau jouer un rôle de catalyseur. Elle peut donner à des marchés une taille suffisante pour des énergies alternatives qui balbutient encore économiquement. L'enjeu étant, pour nous, de trouver des solutions qui assureront notre pérennité logistique et qui donneront des leviers supplémentaires à notre engagement pour la lutte contre le changement climatique.

**Souhaitez-vous exporter cette stratégie éco-responsable en dehors de nos frontières françaises ?**

Oui, nous disposons d'une équipe à l'international pour présenter les réalisations de La Poste sur ces sujets avec un accompagnement de nos confrères postaux à l'étranger. Et cela aussi bien sur l'économie circulaire que sur notre flotte de véhicules. Nous sommes un partenaire important de la COP21 pour faire mieux connaître et reconnaître nos initiatives. Il existe aussi un enjeu de diversification externe. Nous devons trouver des relais de croissance business sur des nouveaux marchés qui couvrent ces défis sociétaux que sont l'énergie, le vieillissement de la population… Cela participe aussi à l'évolution de l'image de La Poste, distributeur historique de courrier qui entre de plain-pied dans le XXIe siècle, et nous allons communiquer dans ce sens pendant la COP21.

***PdF***






# Recy'go, **c'est simple et sécurisé !**

Les entreprises participantes à Recy'go reçoivent autant de contenants, les Eco'belles®, que de collaborateurs. Elles sont accompagnées d'affiches explicatives et d'outils de communication à destination des salariés.
Les bacs sont collectés selon la fréquence définie lors de la signature du contrat. Côté confidentialité, il existe aussi des Kadna'box®, des contenants scellés permettant un tri à la source pour les postes de travail produisant des documents sensibles. Une fois collectée, la Kadna'box® est broyée avec les papiers qu'elle contient.

# Emmanuel Druon
# Entrepreneur 100% responsable

Emmanuel Druon, *Président de Pocheco*

**A quelques jours de l'ouverture de la COP21, La Lettre Culture Papier a rencontré un chef d'entreprise pas comme les autres : Emmanuel Druon, président de Pocheco, un fabricant d'enveloppes de gestion. Un entrepreneur qui bouleverse les pratiques managériales et met en place des actions simples, nourries de bon sens, souvent bien loin des « normes » en vigueur dans le monde de l'entreprise. Il n'hésite pas à crier haro sur la toute puissante « croissance » !**

Pocheco est une PMI installée sur la commune de Forest-sur-Marque (Nord) qui emploie 114 collaborateurs. Le visiteur est tout d'abord frappé par la présence de la nature. Elle est partout : autour de nous mais aussi sur les murs et les toits. Deux milliards d'enveloppes de gestion sont fabriquées ici chaque année, celles par exemple qui transportent votre facture EDF ou les courriers du Trésor public. L'activité et la démarche qualité de Pocheco sont guidées par 3 principes d' « *écolonomie*[1] » :

1. La réduction de l'impact sur l'environnement et la prévention des pollutions
2. La réduction du risque au travail et la baisse de la pénibilité des postes
3. L'amélioration de la productivité de l'activité et du site industriel

Adopter une posture responsable et écologique dans le pilotage d'une entreprise, génère des économies ! Pocheco fait figure d'exemple dans ce domaine suivant le principe d' « écolonomies » développé par Emmanuel Druon depuis 15 ans. Un modèle vertueux qui permet d'atteindre les objectifs de l'entreprise dans le respect de valeurs humaines partagées par l'ensemble des collaborateurs. Ce projet s'avère économiquement viable et commence à intéresser d'autres organisations. L'entreprise inscrit son activité dans une économie circulaire en produisant localement les énergies nécessaires à sa production.

## Le papier : matière vivante, une aubaine pour le recyclage

**Si certains clament que le papier est mort, alors comment expliquer le succès de Pocheco avec ses 2 milliards d'enveloppes de gestion produites chaque année ?** Grâce à une gestion responsable de la matière première, au recyclage et au respect de l'échelle du temps de l'homme et de la nature, la fabrication du papier assure un renouvellement incontestable de la forêt. **Pocheco s'engage ainsi a travailler avec des papetiers qui replantent systématiquement 3 arbres pour chaque arbre coupe. Soit, un arbre toutes les minutes de production chez Pocheco, ce qui représente 180 000 arbres replantés chaque année.**

Chez Pocheco tous les bénéfices générés sont réinvestis dans l'entreprise. Le Syndrôme du poisson lune[2] - seul organisme vivant qui croît sans cesse jusqu'à la mort - n'affectera pas Pocheco. Pour Emmanuel Druon la course à la croissance est une hérésie. Un héritage des Trente glorieuses pendant lesquelles s'est développé un consumérisme effréné sans que quiconque ne se soucie du lendemain. Mais que faire de toute cette accumulation ? Et surtout : pour qui et pourquoi ? ***« Le renouvellement de la matière première doit se faire à l'échelle humaine »,*** du bon sens revendiqué par ce dirigeant qui veut replacer l'homme et la nature au cœur du système. Pas question pour lui de viser la plus haute marche du podium pour devenir le numéro un mondial de l'enveloppe de gestion, ce serait absurde ! Son leitmotiv ? Assurer l'emploi de ses collaborateurs dans des conditions décentes, en phase avec les valeurs partagées par tous, car « on ne doit pas perdre sa vie à la gagner ». Pocheco est engagé dans une véritable démarche responsable qui se vérifie à tous les niveaux de l'organisation. Les déchets sont ainsi valorisés avec 99% des produits utilisés recyclés. **De la fourniture de l'eau à sa récupération, rien n'est laissé au hasard pour créer un cycle vertueux.** Conscient que la gestion de l'eau est un problème planétaire, Pocheco a réorganisé ses modalités de fourniture en eau et revendique son autosuffisance en ressources hydriques. Ainsi l'eau de pluie de la toiture du site est récupérée pour le lavage des machines, les sanitaires et l'arrosage des plantes. L'eau de pluie représente 80 % de l'eau utilisée sur le site. **Quant aux encres qui ont servi pour les enveloppes de gestion, elles sont faites exclusivement à base d'eau et ne contiennent aucun pigment chimique ni métaux lourds.** De plus, les eaux souillées par les encres exploitent efficacement la biologie de la nature grâce à la phytoremediation. Elles sont tout simplement filtrées par les racines des bambous pour ensuite être renvoyées dans le circuit communal. Une bambouseraie a aussi été plantée en 2011.

## Objectif « réduction du bilan carbone »

De la toiture végétalisée (couvrant 2400 m² et accueillant 1400 m² de panneaux photovoltaïques) au système de climatisation « naturel », tout a été repensé pour limiter au maximum l'impact négatif de l'activité de Pocheco sur son environnement et réduire considérablement son impact carbone. Les panneaux photovoltaïques produisent de l'électricité et des puits de lumière, pour un éclairage naturel du site de production.

Quant à la climatisation elle est bannie ! L'air de l'atelier est rafraîchi par un système de climatisation « verte » adiabatique, inspiré de l'ingéniosité des Egyptiens. Sur la base d'un constat simple : en période de forte chaleur, les gens ont tendance à se rapprocher des bordures des lacs et de la mer à la recherche de l'air frais, ils ont alors mis au point un système de rafraichissement de l'air par évaporation. Outre les bénéfices énergétiques, la toiture végétalisée permet d'isoler les bureaux et l'atelier de production situés

en dessous. C'est aussi un vecteur de biodiversité efficace. D'ailleurs, depuis 2011 des abeilles vivent sur ce toit et produisent un miel délicieux, à déguster lors de votre prochaine visite...

Le bâtiment de stockage n'est pas en reste, après avoir été ravagé par un incendie fin 2011, il renaquit optimisé au plan HQE : réduction de l'occupation des stocks au sol, dispositif coupe-feu ultra puissant, automatismes réduisant la pénibilité des postes, et autosuffisance en chauffage. Une renaissance marquée par la végétalisation du toit et l'équipement en panneaux solaires ainsi que l'accueil de 14 nichoirs accueillant les oiseaux locaux et les oiseaux migrateurs (l'entreprise se situe sur un important couloir migratoire). Véritable « poumon vert », le site de Pocheco accueille un verger conservatoire et de maraude : pruniers, pommiers, cerisiers et poiriers marquent le rythme des saisons et permettent la résurrection de variétés de fruits oubliées.

## Pocheco, le pays des Bisounours ?

***« Je ne veux pas perdre ma citoyenneté en franchissant le seuil de l'entreprise »*** **affirme Emmanuel Druon.** Aussi veille-t-il à donner du sens au travail pour rester en phase avec ses engagements. *« Nous passons un tiers de notre vie à dormir et un autre tiers au travail, mieux vaut avoir un bon lit et un bon job »* précise-t-il avec une pointe d'humour.

Pas de *« green washing »* chez Pocheco ! Chaque initiative durable et responsable s'avère le fruit d'une réflexion guidée à la fois par les injonctions liées à son activité de production mais aussi par des choix stratégiques au long terme. Totalement indépendante financièrement, l'entreprise peut piloter librement son activité dans le respect des valeurs affichées et partagées. **La réorganisation de l'entreprise selon des principes de responsabilité sociétale et environnementale ne produit aucun impact sur les prix de vente car tout est pensé sur le long terme et la satisfaction client reste au cœur des préoccupations.**

Au plan des ressources humaines et de l'organisation du travail, le modèle de Pocheco est innovant. La prévention active de la sécurité y figure en peloton de tête. C'est pourquoi les ateliers et les bureaux sont organisés selon la méthode japonaise des 5S afin de réduire les risques : Seiri (Eliminer), Seiton (Ranger), Seiso (Nettoyer), Seiketsu (Standardiser), Shitsuke (Rendre durable). La formation des collaborateurs, gérée en interne représente 30% du temps de travail de chaque salarié.

En matière de rémunération, l'écart de salaire entre le plus bas et le plus haut ne peut excéder quatre fois le SMIC + 15%, cela vaut aussi pour l'équipe dirigeante. L'ensemble des orientations sociales et organisationnelles relève du dialogue collectif, les règles du jeu sont communes, clairement partagées et co-construites progressivement. La transmission des connaissances et le partage du savoir sont les piliers de la reconstruction de Pocheco depuis la fin des années 90. Ceci explique sans doute pourquoi les salariés restent en moyenne douze ans dans l'entreprise.

## Fédérer et partager hors les murs

Si Emmanuel Druon veille à fédérer les talents à l'interne, il mène aussi des actions hors les murs. Tout d'abord grâce à Canopée Reforestation qui assure la plantation d'arbres dans la région Nord. Avec 7% de surfaces boisées contre 27% au niveau national, le Nord-Pas de Calais affiche un déficit de couverture forestière. Un paradoxe quand on sait que cette région se place en seconde position pour l'industrie graphique et l'imprimerie. **Avec Canopée Reforestation, association loi 1901, 10 000 arbres ont été replantés sur 10 communes du Nord depuis 2012. Une campagne de financement participatif vient d'ailleurs d'être lancée.** Pocheco soutient aussi la jeune création artistique à travers The drawing Box en créant des pochettes « Collector » portant la reproduction d'un dessin original d'un jeune artiste contemporain.

Et enfin, Pocheco Canopée conseil est un bureau d'étude qui met son expérience de rénovation « écolonomique » au service de ceux qui veulent s'engager sur le chemin de l'économie circulaire. Mais loin d'E. Druon l'idée de donner des leçons à quiconque ! Ce qui le surprend le plus, c'est que d'autres s'étonnent de la philosophie qu'il déploie pour mener son activité.

Vous pouvez le constater, la diversification de l'activité de Pocheco est un sujet majeur. L'entreprise ne risque pas de s'endormir sur ses lauriers... enfin, ses bambous...

***Virginie Fillion-Delette***

1 - Ecolonomies : Entreprendre et produire autrement, Emmanuel Druon, Préface de Corinne Lepage, Collection Village Mondial, PEARSON
2 - Le syndrome du poisson-lune : Un manifeste d'anti-management, Emmanuel Druon, Actes Sud (2015)

## POCHECO, carte d'identité et focus sur l'activité

**EN QUELQUES CHIFFRES**

- 1 site de production à Forest-sur-Marque (59)
- 114 collaborateurs
- 87 années d'expérience
- 2 milliards d'enveloppes produites par an
- 10% du C .A . réalisé à l'export
- 65% de parts de marché en France dans sa spécialité
- 10% du chiffre d'affaires de Pocheco est réalisé à l'export
- Certifications QSE – Qualité ISO 9001 v 2008, Sécurité OHSAS 18001 et Environnement ISO 14001
- Boutique en ligne : www.pochecolaboutique.com

**POCHECO, UNE ENTREPRISE CERTIFIÉE**

L'engagement durable pour les questions de l'environnement ou des relations sociales dans l'entreprise mène POCHECO naturellement vers la certification des procédures : Qualité ISO 9001, Sécurité OHSAS 18001, Environnement ISO 14001 ; FSC ; PEFC ; EU Flower ; NF Environnement (POCHECO était la première entreprise à produire des enveloppes certifiées NF Environnement) ; AFAQ Eco-conception : niveau confirmé.

# Seconde vague de l'Observatoire Culture Papier : les Français toujours très attachés au papier !

**Nombreux sont ceux qui prônent l'ère du « tout digital », d'autres, encore, redoutent le règne de « Big Brother ». Aux côtés du pôle Enquêtes et Opinion de Mediaprism, l'association Culture Papier souhaite écarter les utopies et le fatalisme et se concentrer sur ce que ressentent, et jugent les Français. En 2014, elle crée l'Observatoire Culture Papier, une veille permanente et un éclairage nécessaire pour évaluer les perceptions du public concernant l'univers du papier et du numérique. Il s'appuie sur des enquêtes réalisées en ligne auprès de personnes de 18 ans et plus, qui se compose de deux volets : le premier est constitué de questions barométriques, le deuxième introduit le sujet de fond de 2015, à savoir les enjeux et perceptions de la dématérialisation.**

## 2015 confirme un attachement certain au papier

Cette deuxième vague de l'Observatoire Culture Papier confirme l'attachement des Français au support papier. En effet, une grande majorité (84 %) déclare y être attachée et près d'un tiers affirme même y être très attaché. Les répondants étaient 81 % à l'affirmer l'an passé.

Consulter des imprimés publicitaires papier, lire un livre papier, envoyer des courriers papier, acheter des journaux papier… est le quotidien des Français qui déclarent, pour une grande majorité, avoir effectué ces actions plusieurs fois au cours des six derniers mois. De même, on écrit encore sur du papier en 2015 ! En effet, une majorité de Français affirme avoir écrit une lettre ou envoyé une carte de vœux ou d'anniversaire papier au moins une fois au cours des six derniers mois.

**84%** des Français affirment être attachés au support papier en 2015.

**87%** des Français déclarent préférer lire un livre au format papier.

**50%** des français changent d'avis positivement sur le papier après démonstration de sa réelle influence sur l'environnement.

## Les usages du papier en 2015

Dans quelles situations le papier a-t-il la préférence des Français ? Nous souhaitions comprendre les usages du papier en 2015 en demandant aux répondants de choisir entre papier et numérique pour 10 situations données. La préférence pour le papier reste très marquée pour lire ou offrir un livre : 87 % des Français déclarent préférer lire un livre papier, ce qui est comparable aux résultats de l'année précédente. Les cartes de fi délité, la lecture de la presse et la consultation d'imprimés publicitaires sont même davantage appréciées sur papier que l'année précédente. Les Français justifient leur préférence pour l'imprimé publicitaire papier par le confort de lecture et la possibilité de le conserver. La préférence pour « l'imprimé » publicitaire numérique se justifie essentiellement par sa praticité.

## Papier et numérique : des outils complémentaires

Nos analyses de l'enquête 2014 de l'Observatoire Culture Papier nous permettaient d'affirmer que papier et numérique étaient des outils complémentaires propres à épouser des besoins différents. Ainsi, les réponses des Français démontraient que l'usage du papier prenait tout son sens aux côtés du numérique. Un an plus tard, les Français, en grande majorité, croient encore à l'avenir de cette complémentarité pour 76 %. Ils sont 2 sur 10 à penser que le numérique remplacera totalement le papier un jour. Nous noterons que l'âge du répondant et l'attachement au support jouent sur la croyance : 81 % des seniors (65 ans et plus) déclarent croire en l'avenir de la complémentarité ; c'est également le cas de 80 % des personnes se déclarant attachées au papier.

## Perception de la filière papetière et du papier

Les Français sont relativement ignorants concernant l'impact du papier sur l'environnement. À titre d'exemple, si nous écartons les réponses des Français qui admettent ne pas savoir, les trois quarts des répondants estiment que la fabrication du papier pollue, 60 % pensent que la surface des forêts n'a pas augmenté depuis 1950 et 56 % imaginent qu'utiliser du papier ne contribue pas au bon entretien des forêts. Cependant, la perception du papier évolue positivement pour 1 Français sur 2 après démonstration de l'écoresponsabilité du papier et de son rôle dans la reforestation. Une preuve du manque d'information, voire d'une désinformation, sur le sujet qui nuit à l'image de la filière et au papier lui-même.

## Le rapport à la dématérialisation… et son paradoxe

89 % déclarent l'accepter (ne serait-ce que parfois) lorsqu'on la leur propose. 1 Français

**Les Français, avertis concernant le greenwashing.**

QUESTION :

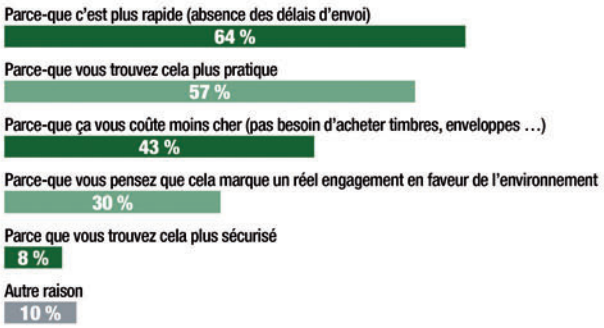
Présentées comme plus pratiques et surtout plus écologiques, les télédéclarations et les factures « dématérialisées » se montrent surtout plus économiques pour leurs émetteurs. Le saviez-vous ?

Base : Ensemble

**Les motivations des Français à accepter la digitalisation et les démarches en ligne.**

QUESTION :

Pourquoi acceptez-vous de recevoir vos relevés, vos factures, vos billets au format numérique ou de faire vos démarches par Internet ?




Base : répondants ayant déclaré accepter de recevoir, ne serait-ce que parfois, ses documents au format numérique.

sur 5 déclare même accepter systématiquement. Pour l'expliquer, ils invoquent avant tout la rapidité et la praticité plus qu'un réel engagement pour l'environnement. De plus, la grande majorité des Français déclare connaître l'arrêté stipulant que, sur simple demande, il est possible de recevoir gratuitement les factures des opérateurs de téléphonie mobile ou d'accès à Internet sur papier. 80 % des personnes habituées aux documents administratifs dématérialisés concèdent imprimer par la suite lesdits documents. De manière assez inattendue, les jeunes correspondent au public qui est le plus attaché au fait que les marques continuent à proposer le papier pour les documents administratifs : en effet, 38 % des 18-34 ans l'affirment.

## Derrière les discours verts, les enjeux financiers

Les Français se montrent très sceptiques à l'égard du « discours vert » utilisé par les entreprises et les entités administratives pour convaincre le consommateur d'accepter la dématérialisation et d'effectuer leurs démarches en ligne. La très grande majorité (91 %) pense qu'ils le font pour servir leurs propres intérêts plutôt que par un réel engagement en faveur de l'environnement. Ainsi, 82 % des Français savent que derrière ces discours environnementaux se cachent bien souvent des enjeux financiers. Or, 70 % des répondants se disent gênés par ce stratagème, près de 3 Français sur 10 se disent même très gênés. Les conséquences négatives de ces discours sur l'industrie du papier dérangent encore davantage nos concitoyens. En effet, ils sont 74 % à déclarer être gênés par le fait que les entreprises dégradent l'image de l'utilisation du papier.

## Les trois enseignements de l'enquête

Nous retiendrons trois enseignements principaux pour cette deuxième vague. Tout d'abord, le papier est toujours, en 2015, le complice de notre quotidien, en complémentarité avec le numérique. En revanche, et il s'agit là du deuxième enseignement, la désinformation éloigne le public de la réalité de la filière papetière. Enfin, la dématérialisation est, avant tout, perçue comme garante d'économie et de praticité à la fois pour les entreprises et les particuliers. La protection de l'environnement n'est donc pas la motivation principale de cette pratique de plus en plus commune. Opposer papier et numérique dans un combat manichéen pour la protection de l'environnement devient donc caduc !

### À propos de l'Observatoire Culture Papier

Dans le cadre de sa mission de sensibilisation de l'opinion pour le développement durable du papier et de l'imprimé, l'association Culture Papier a lancé en 2014 son Observatoire pour comprendre l'opinion. À travers son propre « laboratoire », l'association est un acteur dynamique de veille des tendances et d'analyse sur les perceptions du papier.

Mis en place par le département Enquêtes & Opinion de Mediaprism / Le Groupe La Poste, l'Observatoire Culture Papier comprendra chaque année un volet barométrique et un volet thématique.

**Contacts**

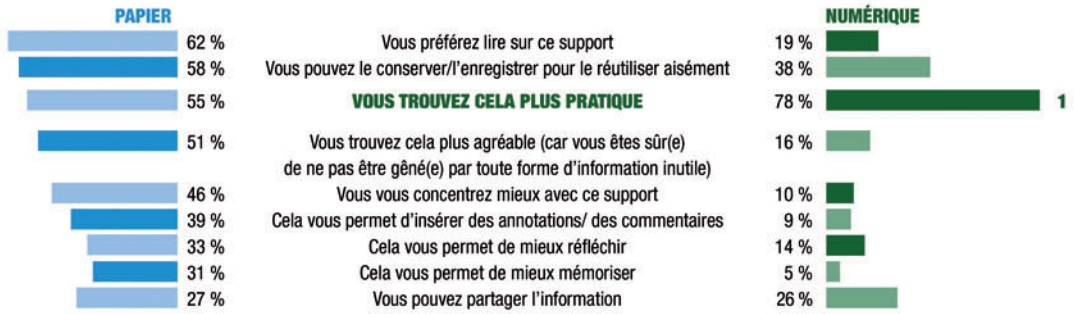
**CULTURE PAPIER**
***Jean-Philippe Zappa***, Délégué général
jean-philippe.zappa@culture-papier.org
68 bd Saint-Marcel - 75005 Paris
01 43 37 24 77 - www.culture-papier.com

**MEDIAPRISM**
***Laurence Billot David***, Directrice des études lbillotdavid@mediaprism.fr
***Clémence Pons***, Chargée d'études
clemence.pons@mediaprism.fr
Tour Cristal - 7 quai André Citroën - 75015 Paris - 01 53 29 10 00
www.mediaprism.com

**Les raisons de la préférence pour l'imprimé publicitaire**

QUESTION :

Vous avez dit préférer le format… pour consulter une annonce publicitaire. Pour quelles raisons principalement ?




Base : Personnes qui préfèrent le format… pour consulter un imprimé publicitaire

# Pascal Geneviève
# Les papiers-cartons font de la résistance

**Pascal Geneviève, directeur délégué en charge du recyclage et la valorisation chez Veolia Propreté France et président de la branche papiers-cartons de FEDEREC (Fédération des entreprises du recyclage), revient en détail sur le recyclage des imprimés. Il partage avec nous les dernières données et les perspectives d'un segment qui intéresse particulièrement Culture Papier.**

### Que représente précisément la branche papiers-cartons de FEDEREC et quels sont les derniers chiffres de cette branche ?

**Cette branche représente quatre grands groupes et 300 PME indépendantes qui collectent les papiers-cartons, les trient, les transforment en matière première pour approvisionner l'industrie papetière.** La branche FEDEREC Papiers-Cartons collabore étroitement avec l'ADEME, le Ministère de l'environnement, Ecofolio et la COPACEL (syndicat de l'industrie papetière). L'année dernière, nous avons participé activement aux travaux du député Serge Bardy pour son rapport : *« France terre d'avenir de l'industrie papetière »*. L'activité des adhérents de la branche FEDEREC Papiers-Cartons est en effet directement liée à l'évolution de la consommation de papiers et de cartons en France. **En 2014, la collecte des papiers-cartons a encore augmenté mais très faiblement : plus 0,6%.** Cette hausse est tout de même à souligner car elle est le fruit de réels efforts de collecte dans un environnement où l'utilisation du papier est en baisse. **Le tonnage collecté en France a ainsi atteint 7 315 000 tonnes (c'est un record), soit un taux de récupération de 82% qui place la France dans le peloton de tête de la récupération des papiers-cartons, puisque la moyenne Européenne est de 71,7%.**

### Comment le partage entre les différentes sources s'articule-t-il ?

**La répartition par source, entre les flux des collectivités locales et ceux des entreprises, est relativement stable.** Le tonnage des collectivités représente 27% alors qu'il occupe 90% de l'espace médiatique ! Ce qui mérite d'être mentionné, en revanche, est la différence d'évolution croissante entre les deux grands flux que sont les cartons et les papiers. Le carton est un matériau d'emballage facilement recyclable - c'est un parfait exemple d'économie circulaire, la fibre pouvant être recyclée plusieurs fois - dont l'utilisation est stable ou en légère hausse. Dans nos collectes, le carton représente 4,5 Mt (60% des flux fibreux) et nous avons enregistré une hausse des tonnages d'environ 2% en 2014. **Concernant les papiers graphiques, nous observons une baisse chronique des volumes collectés. Cette baisse correspond à la réduction de la consommation de l'ordre de 5% par an.** A titre d'exemple, sur les papiers de bureau, qui sont une matière très recherchée par l'industrie papetière, les efforts de collectes déployés par nos entreprises suffisent à peine à compenser la « fonte » du gisement (de 5% par an depuis plusieurs années). En ce qui concerne les prix, nous observons une grande stabilité depuis 4 ans, sur un marché qui était réputé volatil. Le prix du carton en 2014 était de 1,12 fois la moyenne sur 10 ans. C'est un prix d'équilibre.

### Pour autant, arrivez-vous à satisfaire la demande des papetiers ?

Tout à fait. Dans ce contexte, nos entreprises ont largement la capacité de répondre aux besoins en matière première de l'industrie papetière en France, dont la consommation de fibres de recyclage a été de 5,4 Mt en 2014, en légère augmentation, ce qui constitue un signe positif. **Mais la France manque toujours de papeteries consommatrices sur son territoire, avec un excédent net de 1,9 Mt (légèrement en baisse en 2014).** Nous avons toutefois eu la chance de voir démarrer fin 2013 une nouvelle usine papetière à Strasbourg, consommant 300 000 tonnes par an de fibres de recyclage, ce qui correspond à près de 10 % de la consommation de cartons récupérés en France. Son approvisionnement n'a eu aucune incidence sur le marché, en termes de variation de prix. **Aucun papetier n'a manqué de matière, ce qui traduit la faculté des entreprises de recyclage à alimenter de nouvelles capacités papetières et à réinternaliser des flux excédentaires qui partaient en Europe ou à l'export.**

### Comment envisagez-vous l'avenir à moyen terme de votre métier ?

2015, tout comme les perspectives à court terme, s'inscrit dans la continuité de 2014 : une demande soutenue de fibres de recyclage est attendue dans le secteur de l'emballage, précisément du carton, dont l'activité reste assez dynamique. En revanche, il demeure beaucoup plus d'incertitudes pour les papiers à désencrer - journaux et magazines, notamment, du fait de la fermeture d'usines de papiers graphiques en Europe, et notamment de l'arrêt d'une machine à papier en France en 2015. Mais je suis certain que la filière saura mettre son dynamisme et son savoir-faire pour atteindre de bons objectifs. ***PdF***

# Fédération des Entreprises de Recyclage
# 70 ans de dynamisme

**FEDEREC, la Fédération des Entreprises du Recyclage, est un syndicat professionnel qui rassemble 1 300 entreprises représentant 2 500 établissements répartis sur le territoire national. FEDEREC a été créée en 1945 et fête donc cette année son 70ème anniversaire.**

FEDEREC rassemble dans une entité unique tous les métiers du recyclage autour de 8 syndicats régionaux et de 13 branches :

- FEDEREC Métal
- FEDEREC Métaux non ferreux
- FEDEREC Plastiques
- FEDEREC Papiers-Cartons
- FEDEREC Déconstruction automobile
- CYCLEL FEDEREC Verre
- FEDEREC SYRES Solvants
- FEDEREC Palettes et Bois
- VALORDEC
- FEDEREC Textiles
- FEDEREC Plumes et Duvets
- FEDEREC BTP

Les entreprises de FEDEREC représentent 26 000 emplois « non délocalisables ».

FEDEREC rassemble quelques grands groupes et de nombreuses PME indépendantes particulièrement dynamiques, et très ancrées dans leurs territoires respectifs.

Ces entreprises sont soumises à la réglementation sur les Installations Classées Pour l'Environnement (ICPE) et la plupart d'entre elles ont mis en place des systèmes de management de la qualité.

Toutes ces entreprises sont impliquées dans l'économie circulaire puisque leur métier consiste à produire des matières premières issues du recyclage, qui sont livrées à l'industrie qui les consomme en substitution de matières premières vierges.

Cette participation à l'économie des ressources est le dénominateur commun de toutes ces entreprises parfois très spécialisées sur un type de recyclage.

L'action de FEDEREC porte sur la promotion des métiers du recyclage et la défense des intérêts de la profession. FEDEREC participe ainsi à de nombreux travaux avec les parties prenantes (Ministère de l'environnement, éco-organismes, Douanes, syndicats professionnels des différentes industries consommatrices de matières premières, etc…). Ces travaux sont conduits par des élus et une petite équipe de permanents salariés de FEDEREC.

FEDEREC, qui gère une convention collective, est très impliquée dans le dialogue social et la formation professionnelle.

***PdF***

# Papier ensemencé : **le papier qui devient un bouquet de fleurs**

**Planter du papier pour le voir fleurir ! Vous n'y croyez pas ? Et pourtant cela est aujourd'hui une réalité. Le papier ensemencé - qui contient des graines de fleurs - permet de communiquer de la plus naturelle des manières...**

Recycler des supports de communication en les plantant, l'idée a fleuri dans l'esprit de Franck Bansart, dirigeant de Nateva Communication, agence de conseil et de contenu éditorial. Il souhaitait en effet se démarquer aux yeux de ses clients tout en proposant une démarche la plus naturelle et responsable possible : *« chaque année nous envoyons des cartes de vœux à nos clients en essayant de faire preuve d'imagination. Nous avons essayé différentes techniques graphiques : lenticulaire, découpe laser, origami… En 2011, nous avons envoyé une carte en papier ensemencé et les retours ont été extrêmement positifs. Nous avons donc décidé de nous lancer complètement dans l'aventure ».*

## Un côté ludique indéniable

Le côté ludique du papier ensemencé a immédiatement conquis un large public : il est facile de se prendre au jeu en recevant la carte et de suivre les instructions en laissant le papier ensemencé tremper dans du terreau léger. Et une semaine plus tard, voir les premières fleurs sauvages apparaître rappelle spontanément l'expéditeur ou l'annonceur utilisateur de ce type de papier particulièrement novateur ! Côté financier, le coût est un peu plus élevé qu'un imprimé classique car la carte et le support l'accompagnant sont faits main et sont entièrement replantables. L'utilisation d'encres biodégradables permet également de ne pas altérer la qualité des graines.

La totalité du support peut être replantable. Nateva propose également des formes intégrées à un support, comme un calendrier qui offre à chaque trimestre sa plante à faire fleurir selon la saison. Ceux qui n'ont pas la main verte peuvent également commander des kits de plantation avec le pot, la soucoupe, un couvercle et une plaquette de tourbe compressée, le tout biodégradable. Pour permettre au papier de fleurir, il suffit de le laisser tremper quelques heures, de le recouvrir d'une fine couche de terreau à l'extérieur et de l'arroser quotidiennement jusqu'à ce que les premières pousses apparaissent.

### 1 Forme à planter imprégnée de graines

**Retirer la forme en papier ensemencé du carton recyclé. Le support cartonné constitue un support de communication à conserver.**

*La forme se met à pousser !*

### 2 Article à planter entièrement

**Fait-main à partir de papier 100 % recyclé.**
**Impression à l'encre écologique directement sur le papier ensemencé.**
**L'intégralité du produit se plante.**

*L'ensemble se met à pousser !*

(carte, marque page, étiquette, collerette, calendrier, flyer, sous-verre...)

## Démarche environnementale et sociétale

*« Le papier est fabriqué aux Etats-Unis. Nous n'avons pas trouvé de fabricant en France, mais nous aimerions le développer dans notre pays »* précise Franck Bansart qui a donc découvert ce papier en Amérique du Nord et qui a signé un contrat d'exclusivité pour la France avec la société qui le fabrique sur le sol américain. 200 formes de papiers ensemencés sont disponibles et permettent de réaliser des produits de communication variés (cartes, marques page, étiquettes, calendriers, flyers, sous verre…) *« Le papier ensemencé est fait main, composé de fibres recyclées incrustées de graines de fleurs sauvages. Il est réalisé par une entreprise qui est au standard 9001 EU, avec une démarche durable qui utilise des panneaux solaires et emploie des personnes handicapées ou socialement en difficultés. Nous avons développé ce projet car il porte trois valeurs fortes : environnementale, sociale et économique. Ces produits respectent l'environnement, offrent une solution originale à la dématérialisation des supports et améliorent l'impact de la communication ! Le papier ne se jette plus, ne se recycle même plus, il se replante ! »* conclut Franck Bansart.

***PdF***

# LIVRES HEBDO

Toute l'actu du livre au quotidien

*Prix HT. Formule Privilège Numérique - abonnement mensuel avec un engagement de 24 mois.

## ENTREZ DANS L'UNIVERS LIVRES HEBDO À PARTIR DE 24,50 HT*

le magazine
44 numéros
et suppléments

+

Le site
livreshebdo.fr

+

La newsletter

**Informations et contact :**

Service Abonnement
Tél. 01 44 41 28 32
Fax. 01 44 41 28 65

abonnement@electre.com

# Benjamin Mattely
# La filière graphique en pointe de l'éco-responsabilité

**Benjamin Mattely, responsable environnement à l'UNIIC (Union Nationale des Industries de l'Imprimerie et de la Communication) et responsable de l'animation nationale à Imprim'Vert, fait le point pour La Lettre Culture Papier sur les initiatives de la filière graphique dans le domaine du développement durable.**

### Vous êtes responsable environnement à l'UNIIC, en quoi consistent concrètement vos missions ?

Je gère toutes les problématiques environnementales pour les imprimeurs. A cela s'ajoute le travail que j'effectue en relation avec les autres organisations et labels. Je suis, en effet, membre du conseil d'administration de FSC France, de PEFC, membre de la commission d'agrément d'Ecofolio... En ce qui concerne Imprim'Vert, j'apporte toute l'expertise technique sur les problématiques environnementales du secteur de l'imprimerie, la marque étant gérée par le pôle d'innovation de l'imprimerie qui est à Lille. Parallèlement, j'exerce un rôle plus institutionnel. **Nous développons en effet des actions collectives pour les imprimeurs afin de les accompagner sur des sujets comme les gaz à effet de serre et leur comptabilisation. C'est un sujet sur lequel j'ai travaillé avant d'être responsable du service.** Cela rejoint l'outil ClimateCalc développé avec d'autres organisations professionnelles européennes. A ce jour, nous sommes dans la phase opérationnelle de développement et j'accompagne donc les imprimeurs sur la comptabilisation des gaz à effet de serre via cet outil.

### Quels sont les segments qui étaient les plus polluants et où la filière graphique a fait les efforts les plus importants ?

Les usines de papier étaient très consommatrices d'eau et ont longtemps été pointées du doigt pour cette raison. **Aussi, elles ont fait énormément de progrès sur leur consommation d'énergie, sur l'emploi de l'eau, sur les rejets de nature polluants mais aussi sur la gestion des forêts et leur exploitation. L'effort se mesure concrètement désormais par le nombre de papiers certifiés issus de forêts gérées durablement. Les papeteries produisent désormais la quasi-totalité de leur énergie en cogénération. Des progrès importants ont également été réalisés sur les encres.** Souvent appelées végétales, elles sont en réalité minérales même si elles sont encore partiellement conçues avec de la chimie fine issue de produits pétroliers que nous n'arrivons pas à remplacer totalement. La problématique sur les encres se situe au niveau du compostage ou lorsque le papier est recyclé pour en faire du carton d'emballage alimentaire. Ce sont les leviers sur lesquels nous devons encore travailler. Sur le papier lui-même, les papetiers ont tellement fait d'efforts sur leur empreinte environnementale qu'elle est désormais extrêmement réduite, même par rapport à d'autres matériaux.

### Quel travail de communication faites-vous auprès des pouvoirs publics pour Imprim'Vert ?

Nous mettons beaucoup en avant les imprimeurs titulaires de cette certification en expliquant les efforts accomplis. **Nous incitons les donneurs d'ordre publics à passer par des imprimeurs « Imprim'vert » et aujourd'hui nous constatons que ceux-ci sont très demandés.** Une communication spécifique a aussi été mise en place, en collaboration avec des communicants, afin d'expliquer le rôle et le fonctionnement d'Imprim'vert mais aussi les complémentarités avec FSC ou PEFC. Il est important de rappeler le rôle de chacun - ces derniers portent sur le papier et Imprim'Vert sur les procédés d'impression. **2000 imprimeurs sont labélisés Imprim'Vert soit environ 60% des professionnels, ce qui représente 80% du tonnage des papiers imprimés en France.**

2/3 des sites produisent donc 80% des imprimés en France, ce qui permet aux territoires d'avoir des entreprises proches de chez eux, respectueuses de l'environnement. Nous avons toujours mis en avant l'impression responsable et française.

### Par rapport à nos voisins européens, comment vous positionnez-vous pour cette marque Imprim'Vert ?

Nous ne pouvons pas refuser ce label à des imprimeurs européens. Quelques pays se sont intéressés à la marque car il n'y a pas d'équivalent en Europe et beaucoup d'imprimeurs européens non français travaillent avec des clients français qui l'exigent. Ils payent juste un surcoût. Cela représente 50 imprimeurs entre la Belgique, la Suisse, le Luxembourg, l'Italie, l'Espagne, le Portugal, l'Allemagne et la Roumanie. La France reste leader dans ce domaine. Deux autres labels existent dans le monde, un au Japon qui représente seulement une cinquantaine d'entreprises, et un en Amérique du Nord avec 200 imprimeries, ce qui est peu par rapport au territoire américain. **Nous avons « tiré » la filière graphique vers le haut en matière d'environnement : nous avons durci les critères et plus ceux-là étaient draconiens, plus le nombre d'imprimeurs nous rejoignant était important. Par rapport aux autres pays européens, nous avons totalement réussi notre objectif filière sur la marque « Imprim'Vert ».**

### Que resterait-il encore à la filière à réaliser en matière de développement durable ?

Il faut continuer à sensibiliser les donneurs d'ordre sur leurs responsabilités en matière d'environnement. Les commandes sont impactantes et il faut guider les clients sur le choix du format, la quantité, le mode d'expédition, le délai de livraison... **L'imprimeur doit sensibiliser son client sur l'éco-conception. Il s'agit de travailler en amont avec le client sans être en bout de chaîne, sans juste recevoir un fichier.** Avec les appels d'offres des collectivités, c'est plus compliqué : elles n'ont pas le droit d'en discuter, ce qui ne permet pas d'optimiser au maximum la démarche environnementale sur l'imprimé. Il faut sensibiliser les pouvoirs publics sur cette problématique. L'imprimeur, comme c'est le cas pour des éditeurs de presse ou livres, doit être en amont de la chaîne. **La fin de vie du papier doit être pensée avant sa fabrication pour qu'il soit totalement recyclable.** La démarche globale est enclenchée mais pas encore finalisée chez tout le monde. C'est le défi de demain. ***PdF***

# Benoît Moreau
# ClimateCalc pour mesurer l'empreinte carbone des imprimés

**Rencontre avec Benoît Moreau, fondateur d'ECOGRAF, société de conseil à vocation internationale chargée de l'accompagnement de l'ensemble de la chaîne graphique dans la prise en compte de l'environnement.**

### Quelle est la genèse de ClimateCalc ?

La mesure de l'empreinte Carbone a pour particularité de dépendre fortement de la méthode employée, du périmètre considéré et des facteurs d'émission utilisés. En effet, s'il est relativement aisé de traduire une consommation énergétique en émissions de gaz à effet de serre, l'exercice est bien plus délicat lorsque l'on considère une consommation de papier ou d'encre par exemple. **Afin d'éviter toute distorsion de concurrence entre les pays, INTERGRAF a donc défini dans ses recommandations, les données de consommation (énergie, papier, encres…) et d'activités (transport, déplacements) à considérer impérativement lors de la réalisation de l'estimation de l'empreinte carbone d'un imprimé.** ClimateCalc est donc né de cette exigence de disposer d'un outil on-line construit à partir de ces recommandations. Il est aujourd'hui partagé par huit fédérations européennes - Belgique, Danemark, Finlande, France, Norvège, Pays-Bas, Portugal et Royaume-Uni. Auxquels s'ajoute désormais une fédération indienne. **En France, l'UNIIC est la seule organisation représentant l'association ClimateCalc.** Dans le cadre d'une convention, elle a chargé l'entreprise ECOGRAF d'accompagner les entreprises françaises dans la mise en place, l'utilisation et la promotion de ClimateCalc.

### Quel est précisément le rôle de ClimateCalc ?

Cet outil permet de quantifier les émissions de gaz à effet de serre générées par une imprimerie, mais il peut également calculer l'empreinte de chaque produit imprimé. Et grâce à une mise à jour annuelle, il permet de voir les progrès réalisés par les entreprises. **La qualité de la démarche de ClimateCalc a été reconnue officiellement par l'ADEME (l'Agence Française de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) et par les grands donneurs d'ordre de l'édition, du print management, du secteur bancaire et de la fourniture d'énergie.**

### Comment cet outil fonctionne-t-il ?

C'est un outil on-line. A l'aide de ses identifiants, l'imprimerie accède à son espace réservé pour y renseigner ses données de consommation et d'activités annuelles : nature et quantité du papier, consommations d'encres, conditions de diffusions... Cette première étape permet de calculer les émissions de l'imprimerie. Dans un second temps, l'imprimerie entre les données propres à un produit imprimé spécifique (nature et quantité des papiers utilisés, consommation d'encre, transport...). L'outil calcule alors l'empreinte carbone de ce produit. **L'outil permettant la réalisation de simulations à priori, l'imprimeur peut aussi présenter à son client différentes options permettant de réduire l'empreinte carbone du produit.** Si l'outil reste très simple dans son approche et dans son utilisation, il n'en reste pas moins très puissant. À titre d'exemple, ClimateCalc pourra calculer les émissions générées par la fabrication et la diffusion d'un exemplaire d'un magazine ou d'un journal. ClimateCalc permet ainsi de quantifier les émissions générées par la publication d'une publicité imprimée, estimation intéressante potentiellement pour les nombreux annonceurs appliquant une stratégie de réduction de leurs émissions. L'approche site permet aussi de classer les émissions suivant les périmètres définis par le GHG (GreenHouse Gas) Protocol et donc d'identifier les principales sources de réduction.

### Existe-t-il un suivi des entreprises agréées ?

Oui tout à fait. Une première visite a lieu par le service environnement de l'UNIIC ou par ECOGRAF pour s'assurer de la bonne adéquation des informations transmises par l'entreprise et la réalité du terrain. Différentes simulations seront réalisées. Les questions de la promotion de ClimateCalc auprès des clients seront aussi abordées lors de cette visite avec les divers salariés concernés. L'UNIIC ou ECOGRAF envoie alors un rapport d'audit qui, après validation par l'association internationale ClimateCalc, donne lieu à une labellisation de l'entreprise. **Cette labellisation permet de garantir aux clients de l'entreprise la qualité de l'estimation de l'empreinte carbone qui leur sera transmise.**

Les entreprises utilisatrices sont ainsi officiellement labellisées par l'association internationale ClimateCalc, une liste de ces entreprises est maintenue à jour sur le site www.climatecalc.eu. Le délais moyen entre le lancement du projet et l'obtention de la première certification est d'environ trois mois. Après un an d'utilisation, un rendez-vous, téléphonique ou Skype, est organisé pour renouveler la certification, et cela l'année suivante également. Une nouvelle visite est organisée au bout de trois ans.

ClimateCalc est un outil complet où le suivi est donc particulièrement bien assuré. **Il devient de plus en plus une référence auprès des imprimeurs et de leurs clients et un gage incontournable de l'implication de plus en plus croissante de nos métiers vers la protection de notre environnement.**

***PdF***

# Jean-Luc Bennahmias
# Le numérique ne répond pas à tout

©Soazig de la Moissonière

**Député Européen, réélu en 2009, il a lancé le Front Démocrate en juin 2014 et a participé en septembre de cette année à la création de l'Union des démocrates et écologistes, rejoint notamment par Jean-Vincent Placé et François de Rugy qui ont fondé de leur côté leur nouveau parti Ecologistes ! Rencontre avec un écologiste qui ne parle pas la langue de bois.**

**Pour l'élu et l'écologiste convaincu et engagé que vous êtes, quel rapport personnel entretenez-vous avec le papier ?**

**Personnellement, j'aime lire un journal sur du papier, tout comme un livre imprimé. Le numérique ne répond pas à tout.** Il y a eu beaucoup d'efforts de faits de la part des professionnels ; des produits nuisibles ont été enlevés, les capacités de recyclages sont désormais importantes.

**Vous comptez parmi les écologistes qui défendent une position objective sur le papier...**

**Je n'ai pas de problème avec le papier. Les partis politiques continuent d'utiliser le papier.** Je suis déjà partisan de sa réutilisation et que celle-ci se fasse à proximité de son lieu de ramassage ou de production. Une industrie de proximité, par région doit être mise en place. Pour recycler plusieurs fois le papier, il ne doit pas être obligé de parcourir plusieurs centaines ou des milliers de kilomètres ! Mais cela est valable pour d'autres filières que ce soit pour un yaourt ou un tee-shirt. Il y a la filière du recyclage qui a fait beaucoup de progrès mais il y a également la filière bois. Ce n'est un secret pour personne, mais je le rappelle, nous vivons dans un très beau pays, où il y a plus de forêts aujourd'hui qu'au début du 20ème siècle. **Il n'est pas question que toutes les forêts soient dédiées au papier, mais des territoires peuvent lui être consacrés spécifiquement, avec des forêts cultivées et entretenues pour être coupées.**

Les administrations et les grandes entreprises ont mis en place une gestion parcimonieuse des photocopies, les employés ont désormais un code personnalisé qui permet de savoir qui dépense quoi.

Le mieux est l'ennemi du bien, tout ne sera pas recyclable, même s'il y a eu d'énormes progrès, et le recyclage n'est pas exempt de quelques dégâts environnementaux non plus. Ceci dit, il faut voir le côté positif. **Les imprimeurs ont fait des efforts, les machines ont beaucoup progressé, même sur l'utilisation des encres. Depuis 40 ans, le changement est total.** Et les imprimantes 3D vont changer considérablement les moyens de productions mais il y aura quand même l'utilisation de produits, il faut faire avec.

**Justement une tendance émerge pour que les professions de foi ne soient plus imprimées sur papier, c'est un danger à votre avis pour la démocratie ?**

Toute la population française n'est pas encore apte à surfer sur internet pour savoir pour qui voter. **Peut-être que dans 20 ans, cela sera envisageable, mais pas aujourd'hui !** Il y a déjà tellement de distanciation entre le vote et la population, si en plus, nous demandons aux électeurs d'aller sur Internet pour regarder les professions de foi, c'est effarant ! Déjà quand elles arrivent dans les boîtes aux lettres, rien ne nous garantit qu'elles soient lues, mais au moins ils les reçoivent ! **Si on attend qu'elles soient lues sur internet, alors vous imaginez les conséquences, les gens ne voteront plus ou seulement que pour le candidat qui sera passé au journal de 20h.** A terme peut-être, le vote électronique sera mis en place, mais avec à la clé le risque que des hackers pourraient trafiquer les votes !

Sans oublier que normalement une fois lues, les professions de foi passent au recyclage, et elles sont imprimées sur papier recyclé.

**Qu'espérez-vous de la COP21 ?**

Les tensions internationales étant ce qu'elles sont, terrorisme, immigration… la période n'est pas la plus favorable. Dans ces conditions, s'il y avait une résolution commune, ce qui n'est pas encore fait, et quelques politiques financièrement contraignantes selon l'essor industriel des pays, avec une graduation entre les pays industriels anciens et les nouveaux pays émergents et les pays pauvres, ce serait un progrès. Arriverons-nous à ce résultat ? Rien n'est moins sûr !

**D'autre part, je crois qu'il faut mettre en place des productions énergiques différenciées - renouvelables - pas seulement le solaire ou l'éolien, mais aussi l'hydrolien c'est à dire l'énergie des courants marins, la biomasse…** Dans les 30 ans qui viennent, nous devons être capables de mettre en place des énergies totalement renouvelables peu productrices de $CO_2$ et de gaz à effet de serre et qui vont bien au delà des éoliennes qui ne produisent pas assez pour répondre au besoin du monde. C'est la problématique de demain.

***PdF***

# Bertrand Pancher
# Digitalisation de la propagande électorale ! Un rêve de technocrates

**Bertrand Pancher, Député de la Meuse, est membre de la Commission du développement durable et de l'aménagement du territoire à l'Assemblée nationale.**

**Vice-président de l'UDI chargé des politiques environnementales et responsables du pôle Écologie, il a organisé, sur ce sujet, une convention au sein de son parti. Bertrand Pancher est aujourd'hui reconnu comme l'une des voix de l'opposition parlementaire la plus en pointe dans le domaine du développement durable.**

**La filière du papier et de l'imprimé, comme modèle d'économie circulaire, est-elle aujourd'hui, selon vous, suffisamment mise en valeur ?**

Nous pouvons aller plus loin en matière d'économie circulaire et de recyclage des déchets en général. Pour la filière du papier et de l'imprimé, nous sommes passés de près de 50% à plus de 70% de réutilisation des papiers-cartons ; c'est un véritable progrès en matière de recyclage dans un contexte où les prix des matières premières ont plutôt tendance à diminuer depuis quelques années. Ces bons résultats sont le fruit de la réglementation mise en œuvre dans ce domaine. Sur le papier, comme pour d'autres déchets, cela nécessite des contraintes plus fortes et des objectifs draconiens sur les éco-organismes notamment Ecofolio et Eco-emballages. Il faut leur laisser le temps de s'organiser ; la multiplication des points de collecte ne se fait pas du jour au lendemain, c'est une volonté politique. L'arme fatale reste la taxation des déchets ultimes. **Si on augmente la taxation de la mise en décharge ou de l'incinération, obligatoirement les collectivités feront des efforts pour rationnaliser la question de la récupération et du recyclage.** Je crois beaucoup en ce type de politique, c'est à dire que l'Etat doit fixer de grands objectifs et laisser les acteurs s'organiser. Si les objectifs ne sont pas atteints il faut, comme c'est le cas dans les pays anglo-saxons, notamment au Royaume-Uni, sanctionner financièrement les collectivités ou les acteurs, en l'occurrence les éco-organismes. Je suis très frappé de constater que beaucoup de politiques environnementales dans notre pays, notamment en direction des collectivités se traduisent par des précisions trop importantes dans la façon de les mettre en place. Nous éditons trop de normes et n'avons pas assez confiance dans les acteurs. Je pense que c'est l'enjeu des grandes politiques environnementales pour ces prochaines années.

**Pensez-vous que l'échelon régional est le plus optimal pour faire avancer les choses ?**

Dans le domaine environnemental, tous les territoires sont priés d'avoir la même politique, en matière de protection de l'eau ou de recyclage des déchets ! Or, à titre d'exemple, je suis dans une région, le grand Est, où il y a nettement moins de pollution que dans l'Ouest, pourquoi les mêmes normes et contraintes devraient être appliquées uniformément ? Cela entraîne une incompréhension des politiques environnementales. Il suffit de regarder le rejet légitime des agriculteurs et des politiques agricoles. Rien ne fonctionne ! **Pour rendre nos politiques environnementales cohérentes, il est nécessaire de simplifier énormément sur le plan national, de stopper cette surenchère réglementaire et de faire une pause législative. En contrepartie, il faut compenser par des déclinaisons d'actions et d'objectifs auprès d'acteurs par territoires et branches.** Et cela avec des incitations, financières ou fiscales, pour que les objectifs soient mis en œuvre. Il n'y a pas d'autres alternatives que de changer de modèle et de passer des accords au plus proche des acteurs.

**La tendance actuelle est de vouloir digitaliser les professions de foi pour les élections, ne croyez-vous pas que cela va favoriser l'abstention et éloigner encore un peu plus les politiques de la population ?**

C'est un rêve de technocrates parisiens ! L'utilisation des nouveaux moyens numériques n'est pas généralisée dans notre pays. Il suffit de venir dans mon département où le haut débit ne passe pas, y compris dans ma ville de Bar-le-Duc, où je reçois la télévision par téléphonie et où je subis des coupures ! Pour avoir fait des campagnes électorales et du porte à porte, je suis souvent arrivé chez des personnes seules ou âgées qui me montraient les professions de foi qui trônaient sur la table du salon. **Soyons sérieux, ce n'est pas un moyen de faire des économies. Et il faut arrêter de taper sur le papier. Les dernières études parlementaires l'ont rappelé : une forêt a pour vocation de se développer et d'être coupée et régénérée.** Si la durée de vie d'un arbre est de 60 ans, il faut couper 1/60ème d'une forêt tous les ans. Nous devons porter un autre regard sur toute la filière forestière dans notre pays.

**La COP21 va-t-elle permettre d'aboutir à une avancée significative en matière de climat ?**

Je ne crois pas que cette négociation internationale va régler l'essentiel de nos préoccupations climatiques, qu'elles que soient les énergies des uns et des autres. **Je le dis d'autant plus librement que je suis convaincu que nous sommes face à un danger extrême pour l'humanité dû au réchauffement climatique. La machine est emballée et on ne peut pas l'arrêter.** Pour avoir suivi nombre de conférences internationales, j'observe que tout est repoussé d'année en année, qu'on n'arrivera absolument pas à un accord contraignant ! Le seul sur lequel les pays occidentaux s'étaient engagés était le protocole de Kyoto avec des sanctions juridiques. Mais il n'a pas été ratifié par des pays comme les Etats-Unis, les sanctions n'ont pas été mises en place. Certes, l'Europe s'est davantage impliquée, mais d'autres, comme le Canada, l'Australie ou le Japon qui pourtant avaient signé, ont explosé leur quota de gaz à effet de serre. L'accord de Paris sera dans le meilleur des cas un engagement moral des pays émetteurs à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, mais rien de plus. ***PdF***

# LANCÔME : de la boîte aux lettres au magasin, un chemin tout tracé

**Katrine Vincent, directrice d'Etudes & Planning Stratégique à MEDIAPOST Publicité, dévoile pour nous les enjeux et perspectives de l'une des dernières campagnes Lancôme, distribuée en boîtes aux lettres.**

### Comment cette campagne Lancôme se présente-t-elle et quelle cible particulière vise-t-elle ?

Elle se présente sous la forme d'une carte qui invitait les destinatrices à aller chercher une semaine d'échantillons dans un magasin Nocibé. Ce type de communication illustre la capacité du courrier à générer de l'achat. En effet, une fois que la cliente se trouve dans le magasin Nocibé, ou après avoir essayé l'échantillon, l'acte d'achat est fortement incité et motivé. Des études ont montré la valeur très incitative de l'échantillon pour découvrir un nouveau produit et l'acheter.

**Avec la boîte aux lettres, nous sommes sur un canal au plus près du lieu de consommation et d'usage de l'échantillon. Aucun autre média ne crée avec autant d'efficacité l'expérience avec la marque.** Quand vous recevez une semaine d'échantillon, cela vous donne une vraie opportunité de tester le produit en réel, alors qu'un échantillon unique en presse ne donne pas cette occasion.

Quant au mode de distribution, la carte a été envoyée en courrier adressé à une cible de prospects qualifiés, selon des critères sociodémographiques, de types de produits achetés et de circuits de vente.

### Une attention particulière a-t-elle été apportée à la création ?

Tout à fait. Le dispositif était très premium, sur un papier glacé. C'était une très belle création qui reprenait les codes créatifs de la marque. Le détail était également sur l'enveloppe avec un timbre personnalisé à l'image de la fleur de Lancôme qui remplaçait l'affranchissement classique. **Nous sommes ici sur un positionnement très en ligne avec toutes les valeurs de la marque et sur un support qui valorise le produit.** Le résultat a été très probant ; la campagne a bien fonctionné.

### Quelles conclusions pouvons-nous tirer de ce type de campagne ?

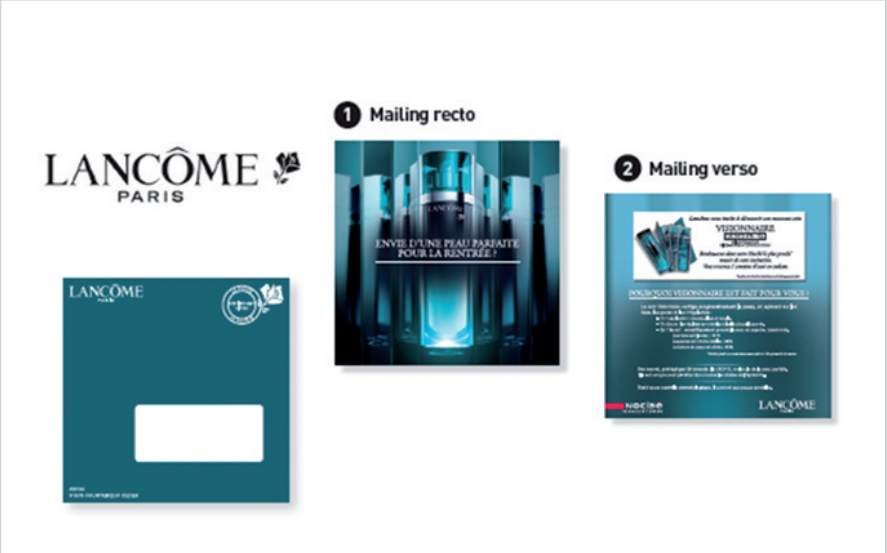
Le courrier a la capacité de toucher une cible premium : le media s'accorde parfaitement avec les valeurs d'une marque haut de gamme comme Lancôme.

Ce dispositif original s'inscrit dans une série de campagnes, que nous menons avec des annonceurs d'hygiène beauté sur une cible assez « haut de gamme ». La mécanique des dispositifs d'échantillons « on demand » peut aussi être utilisée, à la suite d'une campagne de télévision, d'une campagne internet ; les consommatrices demandent un échantillon, renseignent leurs coordonnées et le reçoivent par la Poste également.

**La boîte aux lettres est devenue un canal de bonnes nouvelles, de cadeaux et de surprises des marques envers les consommateurs ou prospects. Nous sommes sur un canal qui génère de l'expérience de marque très forte via l'échantillon et crée du lien et de la proximité.** Les femmes estiment que recevoir un échantillon équivaut à un cadeau et que c'est une démarche attentionnée de la marque.

Tous ces courriers créent un lien entre la marque et la consommatrice, au travers de messages jouant sur les sens, que ce soit le toucher, la vue et l'odorat.

***PdF***



PARTENAIRE Culture Papier

Fabrègue imprimeur ?

Pas de doute, c'est des pros !

fabrègue imprimeur

Chez Fabrègue, nous croyons que tout ce qui existe peut être reproduit de façon toujours plus qualitative.

C'est une question de compétences et d'investissement permanent.

Mais au-delà de la technique, il y a les démarches. La nôtre est proenvironnementale.

**Quel qu'il soit, un produit imprimé avec tant de labels environnementaux, c'est toujours rassurant...**

Fabrègue imprimeur - Siège social et Ateliers
B.P. 10 - 87500 Saint-Yrieix-la-Perche
Tél. 05 55 08 39 39 - Fax 05 55 08 39 38
E-mail : fabregueimprimeur@fabregue.fr
Site : www.fabregueimprimeur.fr

IMPRIM'VERT®

FSC www.fsc.org FSC® C016758 La marque de la gestion forestière responsable

PEFC 10-31-1188 Cette entreprise a fait certifier sa chaîne de contrôle. pefc-france.org

ISO 14001 DEKRA

PARTENAIRE Culture Papier

GHESQUIERES

**LE FABRICANT D'ENVELOPPES PERSONNALISEES**

UN RECTO SUR MESURE POUR VOS PROJETS...

GHESQUIERES

- REPIQUAGE, FABRICATION BOBINE ET FEUILLE OFFSET ET FLEXO
- CAPACITE : 6 000 000 D'ENVELOPPES / JOUR
- FORMATS : DL, C6, C5, C4, MULTI-FORMATS

... UN VERSO A VOTRE ECOUTE : REACTIVITE ET PERFORMANCE

- UNE EQUIPE COMMERCIALE DE PROXIMITE
- UNE PLANIFICATION A VOTRE SERVICE
- UNE SOCIETE QUI S'ADAPTE A VOS BESOINS

SIEGE SOCIAL ET USINE : 2 Rue Paul Langevin - 59260 LEZENNES
☎ 03.20.67.64.00 03.20.33.28.76

PARTENAIRE Culture Papier

Nord Mailing
A l'écoute du client

NORD MAILING est spécialisée dans la logistique d'envois publicitaires

*Avec* Nord Mailing, *c'est la garantie :*

- *du* respect *de la date d'envoi,*
- *de la* conformité *de vos envois,*
- *d'un* prix *en adéquation avec la prestation*

N'hésitez pas à nous contacter !

- Marketing direct : Traitement informatique de l'adresse, Personnalisation, Conseils et gestion du print
- Production : Impression numérique, Façonnage, Mise sous enveloppe, Mise sous film, routage et dépôt poste Marketing direct, Presse ou Courrier de gestion
- Fulfillment et Services : Préparation de commandes, stockage, picking et expédition France et international

**CONTACT** : Cédric DELVALLEE - 20 Rue d'Hem - 59100 ROUBAIX
Tél : 03.20.73.01.29. - Port : 06.46.42.91.42
**MAIL** : commercial@nordmailing.fr

# Photographie & papier : **un lien inaltérable !**

*Jean-Pierre Stéphan, fondateur du FIPC*

**En juillet, Culture Papier invitait à sa table pas moins de quatre acteurs passionnés autour du thème de la photographie, à l'occasion d'un petit-déjeuner souhaitant rappeler à quel point l'image se nourrit, encore et toujours, de la matérialité et du papier…**

Pour **Laurent de Gaulle**, Président de l'association Culture Papier et lui-même photographe : ***« l'accélération exponentielle de la circulation des images par des voies numériques n'a pas entamé cette nécessité d'en revenir au temps lent d'un art qui, par essence, se fait fort de capturer le temps ».*** Les tendances récentes, tant dans les milieux artistiques que de l'édition, lui donnent-elles raison ?

## Art & politique

Pour **Jean-Pierre Stéphan** *(photo)*, fondateur du Festival International de la Photographie Culinaire (FIPC), le succès de l'événement qui fête cette année sa sixième édition, n'est pas exclusivement dû à l'engouement manifesté pour la bonne cuisine et une gastronomie largement mise en scène à la télévision. *« On rêve devant des images, on ne le fait pas devant des livres de recettes »* précise-t-il notamment, tenant là probablement à distinguer ce qui relève de la profusion numérique et médiatique actuelle, de ce qui renvoie à un objet de réflexion artistique certainement plus profond qu'il n'y paraît. Avec pour thème *« Nourrir la planète, énergie pour la vie »* - le festival revêt en 2015 une responsabilité environnementale et politique totalement assumée, qui en fait un véritable objet de réflexion autant qu'un biais d'émerveillement plus strictement esthétique. *« L'image culinaire est de plus en plus vue comme une œuvre d'art à part entière. Dans certaines galeries aujourd'hui, notamment à l'étranger, on expose de la photo culinaire »* insiste-t-il. Le FIPC voulait initialement rendre ses lettres de noblesse à des acteurs de l'ombre, selon son Président et fondateur : *« A l'époque, je travaillais pour les éditions La Martinière. J'ai appris ce qu'était un livre mais aussi comment les photographes travaillaient pour que ces beaux livres existent. J'étais agacé que l'on ne parle jamais d'eux et ai donc créé cet événement ».* Difficile en cela de ne pas lui attribuer les mérites d'une réussite aussi irréfutable que durable, le festival ne cessant de renouveler, année après année, ses concepts thématiques sans trahir l'intérêt des photographes comme des amateurs. **Et on le sait, quand il s'agit de magnifier le Beau et/ou d'investir les terrains d'une vraie réflexion, le papier est un allié de premier choix…**

## « Le papier est intemporel »

**Alain Escourbiac**, gérant de l'imprimerie du même nom, voit pour sa part en la photographie un levier plus qu'intéressant pour témoigner de la qualité des prestations qu'un imprimeur peut effectivement fournir. *« Titulaires de trois Cadrats d'Or, nous nous sommes logiquement penchés, dans cette quête d'excellence, sur les marchés exigeant une qualité irréprochable, et le livre photo en fait bien sûr partie »*, explique-t-il, avant de préciser à quel point il faut par ailleurs savoir entendre les motivations, souvent complexes et subtiles, de l'éditeur et des photographes. ***« Il y a souvent une recherche de légitimité via la publication papier. Les papiers sont ainsi choisis selon un cahier des charges très strict qui traduit une profonde volonté d'expression artistique, où rien n'est laissé au hasard. Le papier attire les photographes parce qu'il est intemporel. Les photos papier sont faites pour durer.*** *J'ai l'exemple d'un livre d'images sur lequel nous avons travaillé, qui était vendu au sein d'un coffret contenant deux ouvrages, pour un coût total de 110 euros. Beaucoup n'y croyaient pas, et pourtant, le premier tirage à 3000 exemplaires a été écoulé en seulement deux mois ! »*. Sûrement est-ce là l'illustration de ce que le papier garde d'irremplaçable lorsque l'on parle du Beau dans toute sa splendeur. *« Je pose toujours la question : pourquoi voulez-vous faire un livre ? Car à mes yeux, c'est indispensable de comprendre ce que le client recherche exactement, pour ne pas se tromper de voie »* poursuit Alain Escourbiac, soulignant là ce qui doit mener un imprimeur à dépasser son statut de simple prestataire technique, pour toucher à ce qui fait l'âme de l'objet.

## Les survivances du photojournalisme

Pour **Eric Meyer**, rédacteur en chef du magazine Géo, il faut cependant *« se garder d'être trop sûr de soi ou caricatural »*. En période de mutations – au pluriel – et de multiplication des modèles, *« les experts passent leur temps à se tromper »* note en effet avec malice Eric Meyer. *« Toutes les initiatives sont possibles et peuvent avoir un sens. Il y a une forte appétence à la fois pour le papier et les technologies numériques »*. La qualité fait émerger des possibilités nouvelles pour d'autres modèles. ***« Ce que nous publiions en 2007 n'aurait plus la même légitimité aujourd'hui. Le niveau d'exigence a augmenté. Nous sommes tellement gavés de choses, d'un flux d'information continu, qu'il faut organiser la rareté »*** souligne ainsi le rédacteur en chef d'un magazine résolument à l'écoute de son époque. Transition est faite de manière on ne peut plus habile lorsque la question *« d'organiser la rareté »* est donc abordée, pour évoquer le cas très spécifique du magazine *« 6 Mois »*, précisément fondé sur sa capacité à se faire attendre… Marie-Pierre Subtil, sa rédactrice en chef, s'en amuse en décrivant une revue qu'il faut *« six mois à faire et six mois à lire »*. *« Le succès de 6 Mois prouve que le photojournalisme fonctionne toujours. On a eu tort de l'exclure de la Presse, d'autant que nous ne visons pas une niche d'experts, mais bien le grand-public »*, développe-t-elle, revendiquant une mission consistant à « faire le pont entre le grand fouillis d'Internet et le lecteur ». Assumant sa périodicité jusque dans son intitulé, 6 Mois a su convertir ses choix en modèle gagnant, sûrement aussi parce qu'il a refusé de dilapider ses ambitions dans des logiques économiques précipitées ou moins-disantes. De ce point de vue s'agit-il certainement d'un exemple à suivre, la photographie se refusant de toute façon presque naturellement à se laisser accaparer par les écrans…

***Yoan Rivière***

# Exposition « PAPIER, Choc, Clic, Chic »

**L'exposition « PAPIER, Choc, Clic, Chic » imaginée et créée par Brigitte Legeay-Costes a été présentée le 4 octobre dernier au Moulin de Varennes, à Naveil, en Vendômois. Retour sur image avec sa fondatrice pour cette avant-première. Adhérente de Culture Papier et pilier du groupe communication de l'association, Brigitte Legeay-Costes déploie depuis de longues années son inépuisable énergie au service de la promotion d'un matériau qu'elle vénère. Rencontre avec une amoureuse du papier, passionnée et passionnante, qui place l'humain au-dessus de tout.**

### Pourquoi avez-vous choisi ce titre « PAPIER, Choc, Clic, Chic » ?

Il est simple et résume tout l'univers que je souhaite présenter autour du papier. **Choc, comme fut son invention pour l'histoire, la culture et le savoir. Clic, comme son innovation permanente et durable, aux côtés des nouvelles technologies. Chic, comme son avenir dans le domaine de la haute technicité, du luxe et de la création.** Après 32 ans d'une carrière évolutive dans le papier, ce matériau fait partie de ma vie pour toujours et j'ai voulu lui rendre hommage. Il est temps de donner un grand coup de chapeau à ce matériau génial... L'exposition de Naveil a confirmé que ce titre interpellait le public et évoquait le plaisir.

### Comment cette exposition sur le papier se présente-elle ?

Je me suis adaptée à la taille de ce magnifique ancien moulin à blé et j'ai choisi une scénographie très simple pour mettre en valeur deux pôles du projet : **l'innovation d'une part, et le développement durable du papier d'aujourd'hui et de demain d'autre part.** L'histoire du papier, de sa fabrication et de sa diversité, était également présentée. C'était une occasion idéale pour « tester en vrai » ce grand projet sur lequel je travaille depuis maintenant deux ans. Le même week-end et dans ce même lieu, l'AFHEPP (Association Française pour l'Histoire et l'Etude du Papier & des Papeteries) se réunissait. J'ai donc eu l'honneur d'accueillir des membres éminents de cette association. Leur regard et celui du public m'ont encouragée à persévérer.

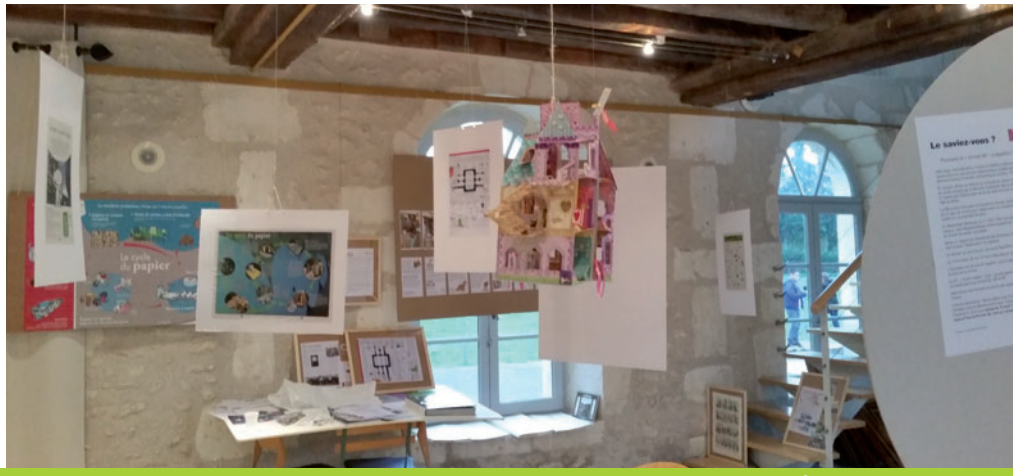
### Vous souhaitez ainsi réaliser une exposition beaucoup plus importante, comment l'imaginez-vous?

Le projet a été présenté, notamment lors des colloques de Culture Papier et de Pap'Argus. **Tous les avis semblent converger, je serais tentée de dire « enfin », sur le fait qu'il y a urgence à promouvoir le papier, à lever les idées reçues dont il est toujours victime, à mettre en valeur ses évolutions techniques et environnementales, mais aussi ses enjeux sociétaux. C'est pourquoi, j'ai conçu une scénographie ludique et pédagogique où le papier et les nouvelles technologies se côtoient.** Cette exposition, je l'imagine gratuite et ouverte à tous.

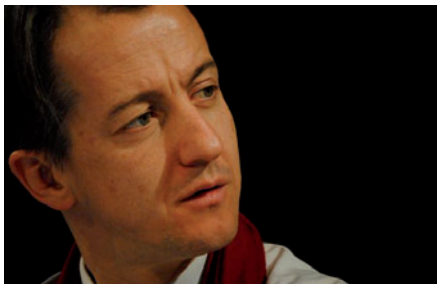
### Le budget de cette exposition est en cours de bouclage, de nouveaux sponsors peuvent-ils encore participer ? Quels sont les arguments pour les convaincre de rejoindre cette formidable initiative ?

Effectivement, tous les soutiens sont les bienvenus, en nature ou financiers pour réaliser le projet dans toute sa dimension, dans son itinérance et pour la mise en œuvre d'ateliers et d'animations pédagogiques et ludiques, prévus en amont et sur place. Le projet englobe également un site web ambitieux qui sera une grande galerie des œuvres réalisées dans ces ateliers. **Tous les acteurs du papier seront valorisés : les papetiers et cartonniers, les fabricants de machines et de fournitures pour les papeteries, les organismes professionnels, les distributeurs, les arts graphiques en général...**

La mise à disposition des lieux est un élément clé de la réalisation de l'exposition. Des discussions sont en cours de finalisation avec un Conseil Départemental, deux villes, et une institution parisienne pour 2016 et 2017. **Cependant, le montage de l'exposition dans ces lieux, superbes et attractifs, reste conditionné à la levée des fonds et aux partenariats et soutiens.** Consciente de la morosité économique ambiante, j'ai défini des budgets réalistes et accessibles. J'ai également voulu que l'exposition soit conçue de façon éco-responsable, tout en étant d'une qualité très professionnelle et esthétique. J'ai pour cela créé une société - Karilef sasu - et je me suis entourée d'une équipe comprenant notamment un graphiste, un scénographe, un avocat, un comptable et un webmaster. L'exposition pourra également être privatisée pour des visites, des soirées, des réunions ou des lancements de produits. C'est l'assurance de bénéficier d'une opération de communication et de relations publiques « clé en main » qui tournera sur la France entière, en régions et à Paris. ***PdF***



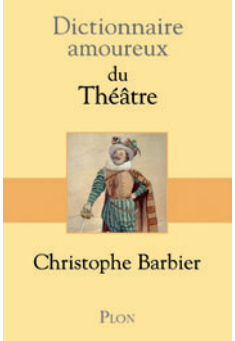
# Christophe Barbier : **le dictionnaire amoureux du Théâtre**



**Dans la désormais célèbre collection « Dictionnaire amoureux de… », Christophe Barbier, directeur de la rédaction de l'Express, a entrepris de nous régaler d'un florilège de souvenirs, d'anecdotes dans un style enlevé et vivant.**

**On connaît le journaliste et homme de presse, le bretteur cathodique à l'écharpe rouge, on sait moins que Christophe Barbier est un féru, pour ne pas dire un fou de théâtre !** Il dirige la compagnie de l'Archicube qu'il a créée et qui regroupe des anciens élèves de l'Ecole normale supérieure de la rue d'Ulm, met en scène et joue - fort bien - Molière Courteline ou Feydeau ! Il a également écrit deux pièces : *La Guerre de l'Elysée* n'aura pas lieu et *Une Histoire de la Comédie Française* (avec Muriel Mayette). Dans Le Dictionnaire amoureux du théâtre paru en septembre chez Plon, il nous offre sur 1184 pages, de « l'abonné » à Stephan Zweig, en passant par les comédiens et comédiennes, les auteurs ou metteurs en scène, les théâtres ou expressions, toutes *« les mémoires d'un comédien amateur et d'un spectateur professionnel »*.

**Ainsi, pour l'anecdote, on apprendra qu'au théâtre Michel, lieu du 5ème colloque Culture Papier, Christophe Barbier a foulé la même scène que nos invités.** Cette salle qui doit son nom au chansonnier qui la créa, a longtemps accueilli la pièce de boulevard de Marc Camoletti *Boeing Boeing*. Mais, c'est dans *La Main passe* de Feydeau que l'auteur de ce dictionnaire a joué le rôle du mari cocu sous la direction de Mitch Hooper. *« En cette brève expérience professionnelle, j'ai pu expérimenter la ferveur et la fatigue du rendez-vous quotidien avec le public, où le rituel protège et la routine menace, où le compagnonnage des comédiens et des ouvreuses berce d'une affection sans pareille, tandis que la chaleur précaire de la loge prépare à la fournaise merveilleuse de la scène. »* Et il continue dans ses souvenirs : *« Un soir, dans les couloirs tortueux qui dominaient l'orchestre et menaient aux loges, je croisai Micheline Dax, programmée à 19 heures dans les Monologues du vagin, et qui répondit à mon salut respectif et anonyme d'un sonore « Bonsoir mon p'tit ! ». Cela aussi nourrit la mythique d'un théâtre et rend un dictionnaire amoureux. »* **Une bible indispensable à tous les passionnés et un vrai bonheur pour tous.**




*Dictionnaire amoureux du théâtre, Editions Plon*

# La photo **au service de la planète**

C'est dans le cadre de l'Exposition Internationale de Milan dont le thème est *« nourrir la planète, une énergie pour la vie »* que s'est déroulée la réunion officielle du Jury du **Grand Prix de la Photographie du Patrimoine Gastronomique** organisé par **Le Journal du Parlement**, avec le **Club de la Table française** dans le cadre du **6ème Festival International de la Photographie Culinaire**, créé par Jean-Pierre Stéphan.

Pour cette nouvelle édition, parrainée par Yannick Alleno (cuisinier de l'Année pour le Gault et Millau) et le Ministre de l'Agriculture, Stéphane Le Foll, de très nombreux photographes du monde entier avaient tenu à illustrer leur vision de la nourriture du monde.

Fidèle désormais à une tradition bien établie, parlementaires et journalistes, se sont donc retrouvés pour un déjeuner de délibérations, Avenue Montaigne, à la Maison-Blanche, qui fête cette année son 25ème anniversaire.

Malraux symbolisant la défense du patrimoine, alors qu'il était ministre du Général de Gaulle, Alain Malraux, *Président d'honneur de la Commission Malraux* et Laurent de Gaulle, *Président de l'Association Culture Papier*, ont déjeuné côte à côte, entourés entre autres de Catherine Dumas, Jean-Christophe Fromantin, Martine Martinel, Jean-Marc Gabouty, Ariane Massenet, Marie-Christine Delacroix, Patrice Romedenne, etc.

*Un Diplôme de Mérite et de Prestige Européen* sera décerné au lauréat lors de la cérémonie de remise courant novembre.

***PdF***

# Antalis : coup de projecteur sur l'éco-responsabilité du papier

Jeudi 4 juin et mardi 23 juin se sont déroulées à Nantes et à Paris les deux soirées Green Antalis sur le thème « Le papier, votre atout principal pour une communication responsable et efficace ! ».

La première, au « Musée de l'Imprimerie » de Nantes, la seconde, au « Pavillon de L'Eau », Paris 16ème.

Ces événements qui ont réuni agences, imprimeurs et annonceurs, ont été organisés dans le cadre d'Antalis Green Connection, l'identité éco-responsable développée par Antalis. La Green Connection regroupe tous les projets et outils de sensibilisation destinés à promouvoir le rôle du papier au sein de la politique d'achats responsables des entreprises privées comme publiques.

L'objectif de ces deux événements, en partenariat avec Arjowiggins Graphic et le Crédit Agricole Assurances Predica, était de sensibiliser le public aux initiatives environnementales de l'industrie papetière et ainsi combattre les idées reçues souvent émises à l'encontre du secteur.

Les participants ont pu également bénéficier de la présence exceptionnelle du Député de Maine-et-Loire, Serge Bardy.

Monsieur le Député Serge Bardy, qui siège notamment à la Commission de l'aménagement du territoire et du développement durable à l'Assemblée Nationale, nous a donné son éclairage sur l'avenir de la filière papetière en France.

Tous ces intervenants étaient réunis dans un même but : convaincre le public présent de la nécessité de faire le choix d'un papier éco-responsable et fabriqué en France.

## Antalis partenaire officiel de la Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (COP21 / CMP11)

Antalis a été retenu comme partenaire officiel de la Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (COP21 / CMP11) qui aura lieu à Paris début décembre 2015.

Dans le cadre de ce partenariat, Antalis va fournir l'ensemble du papier (5 étoiles au Green Star System d'Antalis), pour tous les documents qui seront imprimés au cours de cet événement. Sur le dos de chaque document, on retrouvera le nom du papier, le logo Green Star System et celui d'Antalis. Ce partenariat démontre l'engagement d'Antalis à réduire son impact sur l'environnement par la promotion de papier recyclé et ses approvisionnements en produits certifiés FSC / PEFC.

L'objectif de cette 21ème édition est crucial : l'adoption d'un accord global pour limiter l'augmentation de la température mondiale en dessous de 2 degrés.

Grâce à ce partenariat, Antalis confirme sa position de distributeur éco-responsable et s'engage à développer ses activités de manière pleinement responsable.

L'objectif d'Antalis est aussi de promouvoir le papier recyclé et son impact réduit sur l'environnement.

**POUR EN SAVOIR PLUS :**
**http://www.cop21.gouv.fr/en**
**http://www.antalis.fr/business/accueil/environnement/green-connection.html - COP21-partenaireofficiel.pdf**

*Stéphane Courtot, Directeur Général Antalis Europe de l'Ouest,*
*Serge Bardy, Député de Maine et Loire,*
*Deborah Dorosz, Ambassadeur Développement Durable Antalis,*
*Nathalie Miossec, Chef de projets maîtrise d'ouvrages éditiques Crédit Agricole-Predica,*
*Gauthier Givaja, ancien collaborateur parlementaire de Serge Bardy.*

# Dominique Pace **distinguée par le Comité de l'Europe**

**Remise du Grand Prix de Mérite et de Prestige européen 2015 à Dominique Pace, Directrice générale de Biblionef et administratrice de Culture Papier.**

*L'équipe Culture Papier autour de Dominique Pace et de Jacques Krabal, député-maire de Chateau-Thierry et président du groupe d'études Papiers et imprimés à l'Assemblée nationale.*

Mercredi 14 octobre dernier, dans les salons de la questure de l'Assemblée Nationale, Dominique Pace a reçu, au titre de son engagement à Biblionef, cette distinction décernée par le Comité de l'Europe placé sous le haut patronage d'Annick Girardin, Secrétaire d'Etat au Développement et à la Francophonie.

La distinction lui a été remise des mains de l'ancien Ministre, Député et Président du Conseil territorial de Savoie, Hervé Gaymard, en présence des Sénatrices des Français de l'étranger, Hélène Conway-Mouret et Joëlle Garriaud-Meylam, de Jacques Krabal, Député de l'Aisne, président du groupe d'études Papiers et imprimés à l'Assemblée nationale et d'Olivier de Tilière, président du Comité de l'Europe et directeur du Journal du Parlement. De nombreuses personnalités étaient présentes, et en premier lieu, Jean Morizet, président de Biblionef ou Alain Malraux.

Culture Papier était également largement représenté avec Laurent de Gaulle, président, Jean-Philippe Zappa, délégué général, Pierre Barki, vice-président de l'association, et une grande partie de l'équipe de communication.

Une belle soirée solennelle et émouvante où les valeurs du partage, de la transmission par le papier et de la francophonie étaient au rendez-vous.

# Restaurant **La Ferrandaise**

Quartier littéraire s'il en est, le carrefour de l'Odéon et ses rues alentour sont propices aux flâneries, entre bouquinistes, librairie théâtrale, le théâtre de l'Odéon lui même, et en face, une bouffée d'oxygène avec le jardin du Luxembourg. Une bonne adresse pour accompagner vos virées culturelles... Au début de la rue de Vaugirard, le restaurant « La Ferrandaise », du Clermontois Gilles Lamiot - fan de rugby - mérite le détour.

Ambiance nature au rez-de-chaussée, l'établissement dispose aussi de deux salons dont l'un au sous-sol peut accueillir jusqu'à 50 personnes. C'est l'un des rares restaurants parisiens où l'on peut manger de la viande, de la race Ferrandaise, les yeux fermés : celle-ci vient en effet directement d'Auvergne, sans intermédiaire. Tentez le sauté de veau de lait au romarin, tomates et champignons, riz pilaf. Mais les amateurs de poissons pourront découvrir le poisson « suivant arrivage » des côtes de Bretagne, cocos de Paimpol au chorizo. En entrée, le chef, Isamu Modota, vous emmènera sur des plats canailles, la tatin de boudin noir au pain d'épices ou la fricassée de champignons de saison, jus de viande et chips de lard fermier. En dessert, un superbe baba au rhum vous ravira, à moins que vous ne craquiez pour le plateau de fromages fermiers au lait cru du Puy de Dôme !

Enfin, Gilles Lamiot n'a pas attendu la COP21 pour être attentif à la responsabilité environnementale. Les légumes sont issus de l'agriculture biologique ou de producteurs d'Ile de France et l'eau est filtrée, réduisant ainsi les bouteilles d'eau minérales.

Une très bonne adresse à des prix abordables.

**Menu 3 plats : 37€, Menu dégustation : 6 plats : 55€, Midi : l'assiette avec entrée, plat, dessert : 16€**

8 rue de Vaugirard 75006 Paris
Tel : 01 43 26 36 36
**www.laferrandaise.com**

# Guides techniques de la filière communication : maîtriser pour innover

L'IDEP et icmPrint s'associent pour coéditer **une gamme de guides techniques spécifiques aux procédés de la filière de la Communication graphique** (façonnage, colorimétrie, écoconstruction…).

Objectifs : la maîtrise des connaissances, le développement du savoir, de l'innovation et de la compétitivité des entreprises.

**Pour obtenir gratuitement un exemplaire** des guides techniques « Processus de standardisation de la couleur » et/ou « Façonnage haut de gamme des imprimés offset » et/ou « Écoconstruction d'un site d'impression » , connectez-vous sur le site de l'IDEP, téléchargez le fichier .pdf et recevez simultanément un exemplaire papier.

sennse • 10736

**Plus d'infos sur www.com-idep.fr**

IDEP
Institut de développement et d'expertise du plurimédia

PARTENAIRE
Culture Papier

# Ensemble, continuons à préserver les ressources de la planète !

En 2015, Paprec Group va recycler plus de 6,5 millions de tonnes de déchets pour en faire de nouvelles matières premières.

PAPREC
GROUP

Producteur des matières premières du 21e siècle