



ÉTUDE

FR

2013

CE RAPPORT  
A ÉTÉ RÉALISÉ  
EN COLLABORATION  
AVEC



**L'évaluation de la politique papier de 50 grandes entreprises françaises**

## WWF

Le WWF est l'une des toutes premières organisations indépendantes de protection de l'environnement dans le monde. Avec un réseau actif dans plus de 100 pays et fort du soutien de 5,8 millions de membres, le WWF œuvre pour mettre un frein à la dégradation de l'environnement naturel de la planète et construire un avenir où les humains vivent en harmonie avec la nature, en conservant la diversité biologique mondiale, en assurant une utilisation soutenable des ressources naturelles renouvelables et en faisant la promotion de la réduction de la pollution et du gaspillage.

En 2011, le WWF a fêté ses 50 ans.

Depuis 1973, le WWF France agit au quotidien afin d'offrir aux générations futures une planète vivante. Avec ses bénévoles et le soutien de ses 187 000 donateurs, le WWF France mène des actions concrètes pour sauvegarder les milieux naturels et leurs espèces, assurer la promotion de modes de vie durables, former les décideurs, accompagner les entreprises dans la réduction de leur empreinte écologique et éduquer les jeunes publics. Mais pour que le changement soit acceptable, il ne peut passer que par le respect de chacune et chacun. C'est la raison pour laquelle la philosophie du WWF est fondée sur le dialogue et l'action.

Depuis décembre 2009, la navigatrice Isabelle Autissier est présidente du WWF France et Philippe Germa en est le Directeur général depuis le 04 février 2013.

Cette année, le WWF France fête ses 40 ans.

**Auteurs :** Cyril Hergott, Valery Hergott, Julien Tavernier.

**Remerciements à :** Lisa Bentes, Pauline Dame, Emmanuelle Neyroumande, Boris Patentreger, Aurélie Pontal et Jane Tousco.

© Concept & design by © ArthurSteenHorneAdamson

© 1986 Panda Symbol WWF - World Wide Fund For nature  
(Formerly World Wildlife Fund)

® "WWF" & "living planet" are WWF Registered Trademarks /  
"WWF" & "Pour une planète vivante" sont des marques déposées.

**WWF France, 1 carrefour de Longchamp, 75016 Paris.**

Fondation reconnue d'utilité publique par le décret du 24 mars 2004  
et bénéficiant des articles 5 et 20 de la loi du 23 juillet 1987.



[www.wwf.fr](http://www.wwf.fr)



[/wwffrance](https://www.facebook.com/wwffrance)



[@wwffrance](https://twitter.com/wwffrance)



L'actu du WWF France dans ce code

# NOS PARTENAIRES

---



## **RIPOSTE VERTE, partenaire contenu des études PAP50**

L'association Riposte Verte est née d'un constat simple : à la maison ou sur un site industriel, tout le monde connaît les gestes responsables mais au bureau, le développement durable reste un concept abstrait. Pourtant, les organisations tertiaires, publiques et privées, emploient près de vingt millions d'actifs et génèrent les trois quarts de la richesse nationale. Malgré des impacts sociaux, environnementaux et économiques majeurs, trop peu de dirigeants ont vraiment pris conscience de leur responsabilité et engagé une démarche formalisée de réduction de ces impacts. Association militante, Riposte Verte a vu le jour pour pallier à ces manques et répondre à l'urgence et à l'importance des enjeux.

Elle s'est fixée trois missions d'intérêt général :

- Évaluer la responsabilité sociétale des organisations tertiaires
- Développer des solutions opérationnelles innovantes et citoyennes
- Accompagner la mise en œuvre de politiques sociétales responsables

Ainsi, depuis 2001, l'association a acquis une expertise unique relative aux démarches de développement durable en milieu tertiaire en général, et au bureau en particulier. Cette expertise s'enrichit des travaux de nos deux observatoires indépendants, facilite le développement d'outils gratuits offerts aux petites organisations et bénéficie à nos clients au travers de prestations de services à forte valeur ajoutée (Conseil stratégique – Bilans & Audits – Formation).

Retrouvez-nous sur [www.riposteverte.com](http://www.riposteverte.com) et nos comptes sur Facebook, LinkedIn et Twitter.



## **LE GROUPE PAPEREC, mécène de la 3<sup>ème</sup> édition du PAP50**

Le groupe Paperec et La Corbeille Bleue s'engagent pour accompagner les entreprises et les institutions publiques dans leur politique papier responsable. Chaque jour 125 tonnes de papiers de bureaux sont collectés par La Corbeille Bleue, puis triés et réinjectés, par le biais de ses partenaires papetiers, dans la fabrication de pâte à papier recyclée. Ce cercle vertueux permet l'économie de ressources naturelles épuisables (eau, production d'énergie) et réduit les émissions de CO<sub>2</sub>. Le groupe Paperec est mécène du rapport PAP50 pour la 2<sup>ème</sup> année consécutive, étude co-réalisée par le WWF France et Riposte Verte afin de sensibiliser et promouvoir une politique papier responsable pour tous les acteurs économiques, par le biais notamment du recyclage. Paperec propose des solutions de recyclage pour tous vos déchets bureautiques et industriels, afin de mieux respecter l'environnement et les Hommes.



© MARTIN HARVEY / WWF-CANON

# SOMMAIRE

---

ÉDITO	7
POURQUOI LE PAP50 ?	8
LES IMPACTS DU PAPIER SUR L'ENVIRONNEMENT	9
MÉDIA PAPIER ET MÉDIA ÉLECTRONIQUE	11
LES BÉNÉFICES DU RECYCLAGE	12
CLASSEMENT PAP50 ENTREPRISES 2013	14
ANALYSE DES RÉSULTATS	15
LE DÉTAIL DU CLASSEMENT	16
GROS PLANS SECTORIELS	17
RECOMMANDATIONS	18
NOUVEAUTÉS	19
LES OUTILS	20
MÉTHODOLOGIE	21



© EDWARD PARKER / WWF-CANON

## EDITO

En 2010, avec l'étude PAP50 Entreprises, le WWF-France et Riposte Verte évaluaient la politique papier de 50 grandes entreprises en France. Les résultats révélaient un faible niveau de performance global, les entreprises ne faisant pas face aux enjeux environnementaux du papier. Trois ans plus tard, nous renouvelons cette étude pour mesurer leurs progrès et vérifier la tenue de leurs engagements.



**Isabelle Autissier**  
Présidente du WWF-France

Ces dernières décennies, l'activité humaine a prouvé qu'elle était trop fréquemment une source de dégradation des écosystèmes et leurs services associés, au point même de menacer la viabilité du milieu dans lequel nous évoluons au quotidien.

Les forêts, réserves de 80 % de la biodiversité terrestre, continuent de faire face à des défis immenses. Dans le Living Planet Report, le WWF rappelle que la biodiversité a chuté d'environ 30 % entre 1970 et 2008, et même de 60 % dans les milieux tropicaux. La demande en ressources naturelles a doublé depuis 1966 et, aujourd'hui, nous aurions besoin d'une planète et demie pour soutenir nos activités. Ce rythme de consommation est devenu insoutenable et il est du devoir de tous de s'assurer de la pérennisation des ressources naturelles.



**Patrice Besnard**  
Président de Riposte Verte

Dans le monde, 1 million de tonnes de papier sont consommées chaque jour et la demande globale continue de croître. Dans certaines régions, la production et la récolte de bois à destination du papier menacent ce qui reste des dernières forêts naturelles et les hommes qui en dépendent. Il est donc primordial pour les entreprises de s'assurer de la responsabilité environnementale du papier qu'elles achètent.

Dans le même temps, alors que les sociétés occidentales ont une empreinte 5 fois supérieure aux pays les moins développés<sup>1</sup>, le PAP50 2010 rappelait que la majorité de nos entreprises est peu transparente et ne fournit qu'une information diffuse et partielle sur la réalité de ses impacts environnementaux.

Malgré une amélioration des résultats de l'étude PAP50 Entreprises 2013, ceux-ci nous incitent à rappeler aux entreprises la nécessité de communiquer de façon transparente sur leur performance environnementale et de prendre des engagements publics d'amélioration de leurs pratiques de gestion du papier, alors qu'elles sont moins d'une sur cinq à le faire aujourd'hui.

La crise économique actuelle ne doit pas servir de prétexte à un désengagement en faveur de l'écologie, à quelque niveau que ce soit. La production de papier fait partie des nombreuses sources potentielles d'altération de l'environnement et l'entreprise, qui se trouve au cœur des modes de production et de consommation actuels, représente un levier de changement incontournable.

Avec cette étude et les préconisations individuelles transmises à chaque participant, le WWF France et Riposte Verte souhaitent sensibiliser et alerter l'opinion sur les impacts que peut causer une mauvaise utilisation du papier, tout en appelant les entreprises à réduire durablement leur empreinte environnementale à travers l'achat responsable, la maîtrise de leurs consommations et le recyclage de tous leurs déchets papier.

## POURQUOI LE PAP50 ?

**12 %**  
c'est le taux de  
papier recyclé  
incorporé dans  
la production  
des papiers  
graphiques  
en France<sup>2</sup>

« Il existe une offre de plus en plus large de papier présentant de fortes garanties environnementales, ainsi que de nombreuses solutions permettant d'accroître le recyclage. Alors que les forêts

du monde sont menacées par de multiples pressions liées à nos modes de consommation, incluant la production de papier, les grandes entreprises ont le devoir de mettre en place une gestion du papier avec le plus faible impact environnemental possible. »

### Qu'est-ce que le PAP50 Entreprises ?

C'est une étude qui vise à évaluer, tous les 3 ans, la politique papier des 50 plus grandes entreprises implantées en France. Elle analyse plus particulièrement leur consommation de papier, la proportion de papier responsable utilisé (100 % recyclé et FSC) et les actions mises en place pour maximiser le recyclage.

Les 50 entreprises évaluées sont :

- Les entreprises du CAC 40 (2010 - 2013)
- Les entreprises du secteur de la grande distribution
- Certaines entreprises partenaires du WWF ayant un chantier sur le papier

Trois ans après la première édition, le WWF France et Riposte Verte ont souhaité mesurer la performance et la démarche de progrès de ces entreprises. Pour rappel, la même étude a été réalisée sur les 50 plus importantes organisations publiques en 2012 (régions, ministères, villes...).

### Pour plus d'informations :



PAP50 Entreprises- édition 2010

<http://www.riposteverte.com/etudes-pap50-entreprises>



PAP50 Public - édition 2012

<http://www.riposteverte.com/etudes-pap50-public>



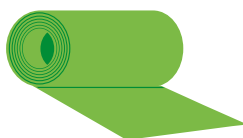
# LES IMPACTS DU PAPIER SUR L'ENVIRONNEMENT

Le papier génère des impacts sur l'environnement tout au long de son cycle de vie. Lorsqu'il ne provient pas de sources responsables, il présente un risque pour la biodiversité et les populations.



## 1. Risques principaux lors de l'extraction du bois

- Conversion de forêts naturelles en plantation
- Perte de biodiversité
- Dégradation des écosystèmes
- Émissions de CO<sub>2</sub>
- Conflits sociaux avec les populations



## 2. Risques principaux lors de la fabrication de la pâte et du papier

- Émissions polluantes conséquentes dans l'air et dans l'eau liées à l'utilisation de produits chimiques (phase de blanchiment notamment)
- Émissions de CO<sub>2</sub> dues au processus industriel

Il existe pourtant une offre large de papiers responsables (100 % recyclé et FSC) afin de limiter son empreinte sur le milieu naturel.



### Marie Vallée, Directrice FSC France :

« Lorsque votre papier porte le label FSC, votre achat contribue à une meilleure gestion des forêts dans le monde. Ce sont grâce à vous autant de forêts qui sont préservées de la déforestation, dans lesquelles les droits des populations autochtones et des travailleurs sont respectés, la diversité biologique, les ressources hydriques, les sols et les paysages préservés. Le rôle écologique et social de ces forêts est ainsi sauvegardé. FSC est donc un outil simple et fiable qui permet aux entreprises utilisatrices de papier de contrôler leur impact sur les forêts dans le cadre de leur démarche RSE. Plus largement, il offre une garantie à tous les consommateurs soucieux de réduire leur empreinte environnementale. »



**360 000 tonnes : Consommation de papier déclarée par 30 entreprises évaluées dans le PAP50, soit environ 10 % de la consommation nationale des papiers graphiques en 2012**

**40 000**  
copies sont  
imprimées chaque  
minute en France<sup>3</sup>

## La consommation du papier

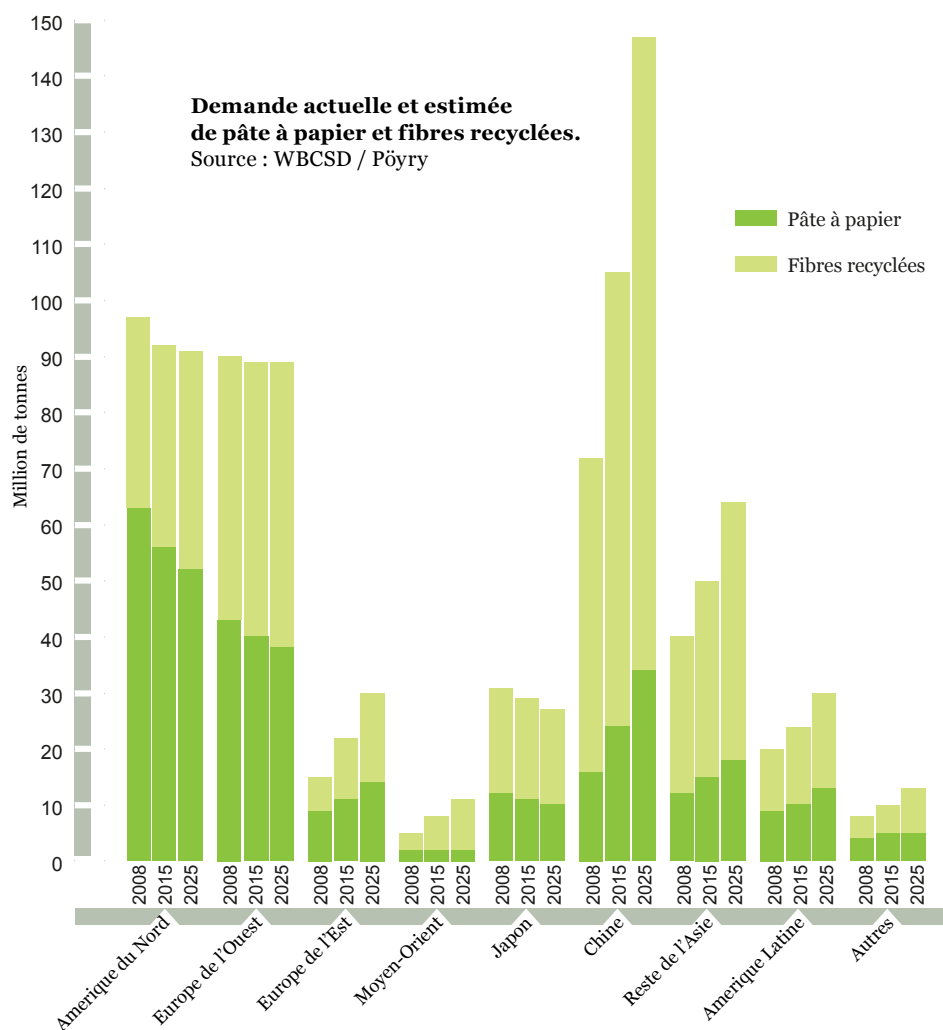
En France, avec 55 kg de papier ramette consommés par an et par salarié, le papier est le premier consommable de bureau<sup>5</sup>.

On observe néanmoins une tendance à la baisse pour la production et la consommation de papier graphique en France, principalement due à la crise débutée en 2008<sup>6</sup>.

Par contre, à l'échelle mondiale, la production et la consommation augmentent et les projections font état d'une hausse de la demande en terme de fibres telles que décrites sur le graphique ci-dessous, principalement impulsée par les pays d'Asie, d'Europe de l'est et d'Amérique latine.

Cette hausse de la demande aggravera la pression sur des régions où sont implantées de nombreuses usines et où l'expansion des capacités de production est pressentie, au premier rang desquelles l'Indonésie (Sumatra, Bornéo) et la Nouvelle Guinée, le Chili, la forêt atlantique ou encore la Russie et la Colombie.

**40 %**  
Pourcentage  
du bois récolté  
mondialement  
et destiné à la  
fabrication de  
papier et carton<sup>4</sup>



# MÉDIA PAPIER ET MÉDIA ÉLECTRONIQUE

---

Une transition est en cours aujourd'hui où certains médias historiquement imprimés sur papier tels que les lettres d'information, rapports, catalogues, livres, sont maintenant digitalisés et rendus disponibles sur des appareils électroniques. Mesurer l'impact environnemental de ces deux supports est primordial, mais s'avère être difficile.

Le secteur des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) est en effet complexe et mal connu. Les analyses de cycle de vie se sont révélées jusqu'à maintenant pour la plupart incomplètes au regard de leur périmètre d'étude, ignorant du côté digital les impacts liés à l'extraction et la production des appareils ainsi que leur recyclage, et du côté papier, l'impact sur la biodiversité et les stocks de carbone.

On observe une tendance largement répandue de comparer les impacts du média électronique et du papier. Bien que l'on puisse comprendre la volonté des utilisateurs des deux supports de mieux connaître leur empreinte, il est important de saisir que l'analyse du média digital face au papier ne pourra que difficilement déboucher sur des résultats comparables et exploitables.

**Le média digital  
ne doit pas être  
considéré comme  
« responsable »  
simplement  
parce qu'il  
semble  
davantage  
dématérialisé**

---

Il est nécessaire de mesurer la performance globale et intrinsèque de chaque secteur ; et celui des NTIC ne doit pas échapper à une évaluation approfondie de ses impacts comme a pu l'être le secteur papetier. Lorsque l'on scrute l'ensemble de la filière des NTIC, on relève une série d'impacts environnementaux : extraction de matières premières rares, utilisation de produits chimiques, production de déchets dangereux en fin de vie, utilisation massive d'énergie. Au-delà de cela, la rapide obsolescence des appareils électroniques pose problème.

Le média digital ne doit pas être considéré comme « responsable » simplement parce qu'il semble davantage dématérialisé, et malgré le fait que les NTIC aident au développement de la performance des autres secteurs, la filière doit s'impliquer bien plus activement pour réduire son empreinte et devenir plus transparente. Les NTIC doivent également jouer un rôle grandissant en proposant des solutions innovantes qui participent à la réduction de l'impact environnemental.

Les médias papiers et électroniques ont tous deux une empreinte sur l'environnement, mais celle du papier est plus simple à modéliser et mieux connue.

Au lieu de rechercher des bénéfices comparatifs, sauf dans des cas très précis où tous les paramètres sont connus, nous recommandons un usage responsable des deux supports, en réduisant de manière systématique la consommation et l'utilisation inutile, en évaluant son impact, tout en demandant des garanties et en impliquant ses fournisseurs pour plus de transparence sur les impacts de la filière depuis l'extraction des matières premières jusqu'à la fin de vie. Un enjeu de taille pour les utilisateurs reste de veiller à ne pas additionner les différentes empreintes, en doublant l'utilisation du support papier et du support électronique.

# LES BÉNÉFICES DU RECYCLAGE

Malgré des bénéfices économiques et environnementaux évidents, le recyclage du papier de bureau, et plus largement celui du papier graphique, reste encore bien trop faible en France.

La majorité des papiers de bureaux n'est pas collectée séparément et donc pas recyclée.



## Bénéfices économiques

- Génération d'une valeur économique supplémentaire pour le papier usagé avec un gain de 211 et 408 € par tonne de papier/carton recyclé en comparaison au papier/carton éliminée par enfouissement/ incinération <sup>7</sup>.
- Création d'emplois locaux non délocalisables dans les domaines de la collecte, du tri et du recyclage.

Une majorité des papiers de bureaux n'est pas collectée séparément et donc pas recyclée <sup>8</sup>.



## Bénéfices environnementaux

- Économie de matières premières et réduction de la pression sur la forêt.
- Réduction de la pollution et des rejets de CO<sub>2</sub>, de la consommation d'eau et d'énergie.

**Attention :** Trop de papiers de bureaux finissent encore mélangés avec d'autres déchets. En plus de faire augmenter les coûts de traitement, cette situation freine la progression du taux de recyclage des papiers de bureaux.

Faire progresser ce taux nécessite au départ la mise en place d'une possibilité de tri par les salariés et d'une collecte plus affinée au sein des bâtiments.



### **Agnès Roger, Directrice Générale d'Arjowiggins Graphic :**

«Les décideurs disposent aujourd'hui d'une offre papier permettant de concilier exigences qualitatives et faible empreinte environnementale.

Offre large couvrant l'ensemble des applications et répondant aux cahiers des charges les plus exigeants, valorisation de la ressource forestière, consommations réduites d'énergie et d'eau, économie circulaire et création d'emplois sur le territoire français : le papier recyclé répond à l'ensemble des enjeux d'un développement durable et responsable.

La croissance de l'offre recyclée doit toutefois s'accompagner d'un accès plus important au gisement des vieux papiers de bureau, indissociable de l'obtention d'un produit fini répondant aux exigences de qualité et permettant d'optimiser la valorisation de ces papiers dans des applications nobles.»

**15 %**  
seulement  
du papier de bureau  
a été recyclé durant  
l'année 2012  
en France<sup>9</sup>



© KIELL - ARNE LARSON / WWF

## LE CLASSEMENT

Le score total représente l'addition des notes pour les catégories : politique papier, consommation, achat responsable, recyclage et coopération. Pour plus de détails, consultez le tableau en page 16.

		Score 2013 / 100	Score 2010* / 100	L'entreprise reconnaît-elle publiquement qu'une politique papier non responsable peut avoir un impact sur l'environnement ?
1	▲ ST MicroElectronics	77	0	✓
2	= Axa	74	61	✓
	▲ Orange	74	54	✓
4	▲ Alstom	69	48	✗
	▲ Castorama	69	50	✓
6	Legrand	65	NA	✗
	▲ GDF Suez	65	1	✓
8	▼ Kering (ex PPR)	64	53	✓
	▲ Essilor	64	36	✓
10	▲ Bouygues	63	43	✗
	▼ Carrefour	63	56	✓
12	▲ Schneider Electric	62	22	✓
	▲ Sanofi Aventis	62	0	✓
14	▲ BNP Paribas	61	29	✓
15	▲ Crédit Agricole	57	34	✓
16	▼ Peugeot	55	50	✓
17	▼ Société Générale	54	47	✓
18	Gemalto	53	NA	✗
	▼ Alcatel Lucent	53	41	✓
20	▼ EDF	52	41	✓
	▲ Air Liquide	52	2	✗
22	▼ LVMH	49	40	✗
	▲ Total	49	35	✗
	▼ La Poste	49	58	✓
25	▲ Lafarge	43	3	✗
26	▼ Vivendi	41	40	✓
27	▲ Pernod Ricard	40	2	✗
28	▲ Cap Gemini	39	0	✗
	▲ Unibail Rodamco	39	2	✗
30	Safran	38	NA	✗
31	▼ Renault	36	29	✗
32	▲ Suez Environnement	35	0	✗
33	▼ Auchan	33	23	✓
34	▲ Arcelor Mittal	32	2	✗
35	▼ Intermarché	31	27	✗
36	▼ Vallourec	27	39	✗
37	▼ Lagardère	26	44	✓

\* Les entreprises pour lesquelles la mention « NA » apparaît dans la colonne « score total à l'étude 2010 » sont celles qui n'ont pas été évaluées en 2010. Les résultats à l'étude 2010 ont ici été arrondis au nombre entier le plus proche.

Retrouvez en ligne plus de détails sur les résultats et les engagements des entreprises sur : [www.riposteverte.com/engagements-2016-pap50-entreprises](http://www.riposteverte.com/engagements-2016-pap50-entreprises)

# ANALYSE DES RÉSULTATS

Trois ans après la première édition de cette étude, le WWF France et Riposte Verte saluent les progrès constatés, à commencer par une plus grande implication de la part des entreprises interrogées (37 participantes contre 32 en 2010) qui se traduit

par une note moyenne de coopération de 4 points sur un maximum de 5.

Surtout, la note moyenne globale est en forte hausse à 52 points sur 100 (elle s'élevait à 43 points en 2010) et 9 entreprises obtiennent même une note supérieure à 63 points, la meilleure note de 2010. Preuve qu'une politique papier responsable n'est pas l'apanage d'un secteur d'activité particulier, les 5 premières entreprises appartiennent à 5 secteurs d'activité différents.

Autre point positif, à leur siège social et en moyenne, ces entreprises consomment 39 kg/employé/an de papier ramette (contre 55 kg en France) et recyclent 88 % de ces déchets. Elles y privilégient également le papier responsable\* (45 % des achats) et le papier labellisé (43 %), signe d'un changement de mentalités et d'une prise en compte de nos préconisations passées. Si pour leurs autres sites répartis sur le territoire national, qui consomment annuellement en moyenne 800 tonnes de papier par entreprise, la politique mise en œuvre tend à fournir des chiffres globalement similaires, pour les documents de communication externe, les résultats ne sont pas du tout à la hauteur des enjeux.

Chaque année, en moyenne, ces entreprises consomment 11 400 t de papier comme support de communication, soit 210 kg/employé, dont à peine 16 % sont responsables (soit 1 800 t). Seules 6 entreprises s'engagent à diminuer leur consommation et pour 2016, date de la prochaine étude, le panel ne s'engage que sur 20 % de papier responsable, soit une progression de 1 % par an. Sur le volet recyclage, les perspectives sont préoccupantes sachant qu'uniquement 13 entreprises se sont engagées à recycler le papier sur tous leurs sites, en dehors du siège, et elles ne sont que 10 à fixer un objectif sur le recyclage des documents de communication.

Globalement, les engagements publics restent donc trop peu nombreux et le niveau de transparence toujours peu satisfaisant. Les préconisations personnalisées faites à chaque entreprise les engagent à mener une politique ambitieuse et à prendre des engagements publics forts. Par ailleurs, le détail des notes présenté dans le tableau page 16 confirme ce besoin, notamment sur les achats de papier responsable et sur le recyclage des papiers usagés. Le Comité PAP50, quant à lui, s'engage à renouveler cette étude en 2016.

**Les entreprises non participantes** de l'édition 2013 ont été notées sur la base des informations publiques disponibles sur leur politique papier. Seule leur note globale est communiquée ci-dessous.

	Entreprise	Score 2013	Score 2010**
38 ▼	Accor	12	41
39	Publicis	9	NA
▼	Michelin	9	52
41 ▼	E.Leclerc	8	10
42 ▼	L'Oréal	6	63
43 ▼	Technip	5	1
44 ▼	Danone	4	52
▼	Véolia Environnement	4	3
46 ▼	Casino	2	1
47 ▲	Vinci	1	0
▼	Saint Gobain	1	30
49 ▼	Airbus	0	3
	Solvay	0	NA

\* Voir classement des labels page 21.

\*\* Les entreprises pour lesquelles la mention « NA » apparaît dans la colonne « score total à l'étude 2010 » sont celles qui n'ont pas été évaluées en 2010. Les résultats à l'étude 2010 ont ici été arrondis au nombre entier le plus proche.

# LE DÉTAIL DU CLASSEMENT

Ce tableau de résultats donne le détail des scores des entreprises participantes à l'étude 2013 par catégorie

Entreprise	Politique papier /11	Consommation / 20	Achat responsable /32	Recyclage /32	Coopération /5
<b>ST MicroElectronics</b>	7	14	26	25	5
<b>Axa</b>	7	15	20	27	5
<b>Orange</b>	7	17	28	18	4
<b>Alstom</b>	7	16	20	22	4
<b>Castorama</b>	8	16	22	18	5
<b>Legrand</b>	7	17	16	21	4
<b>GDF SUEZ</b>	7	15	18	21	4
<b>Kering (ex PPR)</b>	7	13	20	21	3
<b>Essilor</b>	7	15	17	20	5
<b>Bouygues</b>	7	12	22	17	5
<b>Carrefour</b>	9	13	18	18	5
<b>Schneider Electric</b>	6	14	13	24	5
<b>Sanofi Aventis</b>	8	16	14	19	5
<b>BNP Paribas</b>	8	10	12	27	4
<b>Crédit Agricole</b>	7	7	21	17	5
<b>Peugeot</b>	7	14	15	15	4
<b>Société Générale</b>	8	9	16	17	4
<b>Gemalto</b>	4	12	16	20	1
<b>Alcatel Lucent</b>	7	15	14	12	5
<b>EDF</b>	6	7	14	21	4
<b>Air Liquide</b>	6	14	13	15	4
<b>LVMH</b>	6	10	8	21	4
<b>TOTAL</b>	9	14	14	8	4
<b>La Poste</b>	7	11	16	13	3
<b>Lafarge</b>	4	7	14	15	3
<b>Vivendi</b>	8	11	12	8	2
<b>Pernod Ricard</b>	3	13	8	13	3
<b>Cap Gemini</b>	2	9	11	14	3
<b>Unibail Rodamco</b>	6	5	13	10	5
<b>Safran</b>	4	13	3	13	5
<b>Renault</b>	4	13	3	13	5
<b>Suez Environnement</b>	4	11	11	4	5
<b>Auchan</b>	4	4	14	10	1
<b>Arcelor Mittal</b>	3	7	2	18	2
<b>Intermarché</b>	5	7	4	11	4
<b>Vallourec</b>	4	3	7	11	2
<b>Lagardère</b>	4	5	8	9	0



# GROS PLANS SECTORIELS

**L'étude PAP50 Entreprises 2013 montre que selon leur secteur d'activité, les entreprises consomment des volumes de papier très variables. Ainsi, si toutes sont, de la même façon, responsables du papier qu'elles achètent, certaines ont potentiellement plus d'impacts.**

## Grande distribution

**Sur 37 participants, la grande distribution représente 85% du volume des documents de communication**

Indiscutablement, ce secteur est le plus gros consommateur de papier en France. L'étude montre que les 4 enseignes étudiées consomment 85 % du volume total de documents de communication externe sur les 37 participants.

Les résultats de l'enquête confirment une constatation faite par l'ADEME en 2012 : « Par rapport à 2009, la quantité d'imprimés publicitaires distribués en boîtes aux lettres progressent de 15,5 %, en raison notamment de la forte concurrence observée entre les grandes enseignes de la distribution alimentaire ». Aucun de ces acteurs n'a pour l'instant pris d'engagements de réduction d'ici 2016.

En 2012, en moyenne, ces distributeurs ont consommé 68 000 t de papier pour leurs catalogues et autres imprimés publicitaires. Ils privilégient le papier responsable pour 31 % du total et le papier labellisé pour 56 % de leurs achats.

Signe encourageant, leur note moyenne bondit de 9 points entre 2010 et 2013. Elle était de 39 points (sur 100) et atteint 48 points cette année.

## Banque et Assurance

Secteur emblématique, ces acteurs font mieux que la moyenne générale et progressent fortement depuis 2010, excepté sur leurs achats de papier responsable pour leurs documents de communication externe.

Au vu des résultats, les points positifs sont nombreux : une moyenne qui passe de 43 à 62 points (sur 100) en 3 ans, 86 % de papier responsable en moyenne acheté pour le siège social, fréquemment moteur dans la démarche, et 100 % de recyclage des déchets papier sur tous les sites en France.

Les marges de progrès, elles aussi nombreuses, concernent tout d'abord leur consommation moyenne au siège (53 kg/employé/an, équivalente à la moyenne nationale) et sur leurs autres sites (66 kg/employé/an). Seconde constatation notable : leurs achats de papier responsable doit lui aussi encore progresser. Le taux pour leurs sites hors sièges est de 56 % et, plus préoccupant, il s'élève pour leurs documents de communication externe (dont les relevés de compte) à seulement 1 % des 5 300 t consommées en 2012.

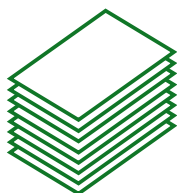
**La banque et l'assurance doivent encore grandement progresser sur l'utilisation de papier responsable**

# RECOMMANDATIONS

**Afin de réduire au mieux l'empreinte écologique du papier utilisé en entreprise, voici quelques conseils et éco gestes importants.**

## De manière générale

- Mettez en place une politique papier globale, appliquée à l'ensemble de vos sites.
- Prenez des engagements clairs et précis et communiquez-les de manière transparente et pro active.
- Communiquez auprès de vos collaborateurs et de vos publics pour promouvoir une consommation raisonnée, un achat responsable ainsi que le geste de tri.



## Consommation

- Calculez et suivez toutes vos consommations de papier.
- Fixez des objectifs quantitatifs de réduction de votre consommation de papier.
- Sensibilisez et impliquez les collaborateurs pour une consommation responsable.



## Achat

- Choisissez du papier 100 % recyclé ou certifié FSC en priorité, les seuls à offrir de solides garanties environnementales sur l'origine du papier.



## Recyclage

- Suivez annuellement les quantités de papier recyclé
- Fixez des objectifs de recyclage de tous les papiers.
- Mettez en place des solutions pour permettre à l'ensemble des salariés de trier plus efficacement.
- Engagez-vous avec une entreprise spécialisée dans la collecte des papiers de bureaux proposant de préférence un service de pré collecte. Le tri sera plus affiné et le papier sera séparé efficacement des autres déchets à la source, permettant ainsi l'amélioration du taux de recyclage.

## Comment réduire l'impact de vos impressions externes ?

Les impressions externes représentent souvent des quantités de papier très importantes qu'il ne faut surtout pas négliger.

- Fournissez un cahier des charges détaillé comprenant des garanties solides sur le papier utilisé et demandant l'application des règles d'éco-conception (formats, grammage, aplats...).
- Utilisez un type d'impression ne recourant pas à des colles, vernis, ou encres difficiles à traiter lors du processus de recyclage du papier usagé.
- Choisissez des encres végétales ne contenant pas d'hydrocarbures.
- Faites appel à des imprimeurs certifiés ISO 14001 ou EMAS.
- Choisissez un imprimeur local lorsque cela est possible
- Affinez le nombre d'exemplaires nécessaires en ciblant précisément le public visé.

## NOUVEAUTÉS

**Ecofolio a lancé cette année son nouveau barème éco-différencié qui entrera en vigueur à l'occasion de la déclaration 2014 pour les papiers émis en 2013.**

**L'éco contribution différenciée d'Ecofolio doit devenir obligatoire pour l'ensemble des déclarants**

L'éco-contribution sera calculée en fonction de la quantité de papier que l'entreprise émet, puis modulée en fonction de l'origine de la fibre et de sa recyclabilité.

Cette incitation fiscale va dans le bon sens puisqu'elle favorise les acheteurs de produits papier plus responsables, sur la base de bonus/malus attribués en fonction de la nature de la fibre (recyclée, certifiée ou autre) ainsi que sur la recyclabilité du produit.

Néanmoins, ce nouveau dispositif souffre d'une importante lacune à corriger au plus tôt. La déclaration selon les critères du barème éco-différencié n'est obligatoire que pour les organisations déclarant plus de 25 tonnes. Alors même que les « petits » déclarants (5 à 25 tonnes) représentent 40 % des émetteurs, ils ne bénéficieront de cette incitation que sur une base volontariste. Au vu des économies financières et environnementales attendues, plus de moyens doivent être alloués pour corriger cette incohérence.

Pour plus d'informations, vous pouvez télécharger le guide du barème éco-différencié sur [www.ecofolio.fr](http://www.ecofolio.fr)

**Le Règlement Bois de l'UE prohibe la mise en marché de papier illégal**

### **Le Règlement Bois de l'Union Européenne**

Afin d'apporter une réponse au vaste problème de la déforestation, le Parlement Européen et le Conseil de l'Europe ont adopté en 2010 le Règlement Bois de l'Union Européenne (RBUE) décrivant les obligations des opérateurs mettant à la vente des produits bois et papier sur le marché européen.

Ce règlement a pour objectif principal d'interdire la mise sur le marché en Europe de bois et produits dérivés du bois, illégaux, dont fait partie le papier.

Votre entreprise est-elle directement concernée ?

**1.** Vous mettez à la vente sur le marché européen pour la première fois des produits bois/papier ? Vous êtes alors directement concerné par la réglementation en tant que metteur sur le marché.

**2.** Vous achetez des produits bois et papier ayant déjà été mis sur le marché européen ? Vous êtes alors considéré comme un « commerçant ». Tout commerçant ou détaillant réalisant des opérations d'achat ou de vente devra être capable d'identifier ses fournisseurs et acheteur(s) (à l'exclusion des particuliers).

Le règlement s'applique quelle que soit la provenance du bois ou du papier (UE et hors UE), à l'exclusion de certains produits (dont le papier recyclé et les produits déjà imprimés). Les sanctions, en cas de non respect, peuvent inclure : suspension d'activité, amendes et saisies.

Pour plus d'informations, consultez le site dédié : <http://www.legal-timber.info/fr/flegt-eutr.html>

# LES OUTILS



## Audit Papier : un outil unique à votre service

Issu de la méthodologie PAP50, cet audit se base sur le questionnaire de l'étude pour étudier tous les aspects de votre politique papier (consommations, achats et recyclage).

C'est un outil unique qui analyse votre politique passée et actuelle et fait ressortir les points positifs déjà mis en œuvre au sein de votre organisation. Nous réalisons un bilan complet de vos consommations de papiers de bureaux et de communication externe, des proportions de papier responsable utilisées et des actions de recyclage engagées.

Vous bénéficiez d'une analyse sur 5 ans de vos achats passés et de préconisations opérationnelles personnalisées pour améliorer progressivement vos pratiques selon les meilleurs critères sociétaux.

Idéal pour fédérer vos parties prenantes et impliquer vos collaborateurs, il vous permet également de vous comparer aux organisations (privées et publiques) étudiées lors de nos évaluations PAP50 Entreprises et PAP50 Public. Bien évidemment, les conclusions de l'audit sont confidentielles et nous ne les publions pas à moins que vous ne le souhaitiez.

Vous souhaitez une politique papier performante et respectueuse de l'environnement, basée sur le meilleur référentiel ? Contactez-nous.

**Plus d'informations <http://www.riposteverte.com/audit-papier>**



## Check Your Paper : le moteur de recherche du papier responsable

L'outil Check Your Paper du WWF s'adresse à tous les producteurs, acheteurs, négociants et distributeurs de produits papier. Il offre la possibilité aux producteurs qui le souhaitent d'agir de manière durable et transparente en publiant le bilan environnemental de leurs produits papier, tout en offrant aux acheteurs la possibilité de choisir leur papier parmi les produits les plus responsables ou d'utiliser l'outil pour connaître la performance environnementale de leurs fournisseurs.

Check Your Paper se base sur un référentiel couvrant l'ensemble des impacts environnementaux du papier, depuis l'origine de la fibre jusqu'aux impacts du processus de fabrication.

Le moteur de recherche compte aujourd'hui 180 produits papier et présente une interface facile d'utilisation où les produits sont notés selon les 3 grandes catégories d'impacts que sont l'eau, le climat et la forêt.

La note est attribuée sur 100 points.

Le papier que vous achetez n'est pas référencé sur le site Check Your Paper ? Demandez à votre fournisseur qu'il soit évalué !

**Plus d'informations <http://checkyourpaper.panda.org/>**

## Classement des labels du papier

### Labels responsables

			
☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆

**Garantissent que le papier est 100% recyclé post-consommation**

**Garantissent que les fibres proviennent de forêts gérées de manière responsable**

### Autres labels

					
☆☆	☆☆	☆☆	☆☆	☆	☆

**Garantissent un progrès dans certains domaines mais ne sont pas suffisants pour garantir la gestion responsable de la forêt**

© YOLE STUDIO

## Méthodologie

L'étude se concentre sur les papiers dits de bureau et de communication. Le périmètre de l'étude est restreint à la France métropolitaine.

La note s'étale sur 100 points qui se répartissent entre cinq catégories (politique papier, consommation, achat, recyclage et coopération). La partie coopération concerne le respect des délais et la transparence générale dont aura fait preuve l'entreprise lors de l'étude.

Le questionnaire est composé de 80 questions environ.

### L'échéancier de l'étude a été le suivant :

Lancement de l'étude (envoi des questionnaires)	4 février
Fin de l'étude (date limite de retour des questionnaires)	31 mai
Publication des résultats	17 septembre

## Sources

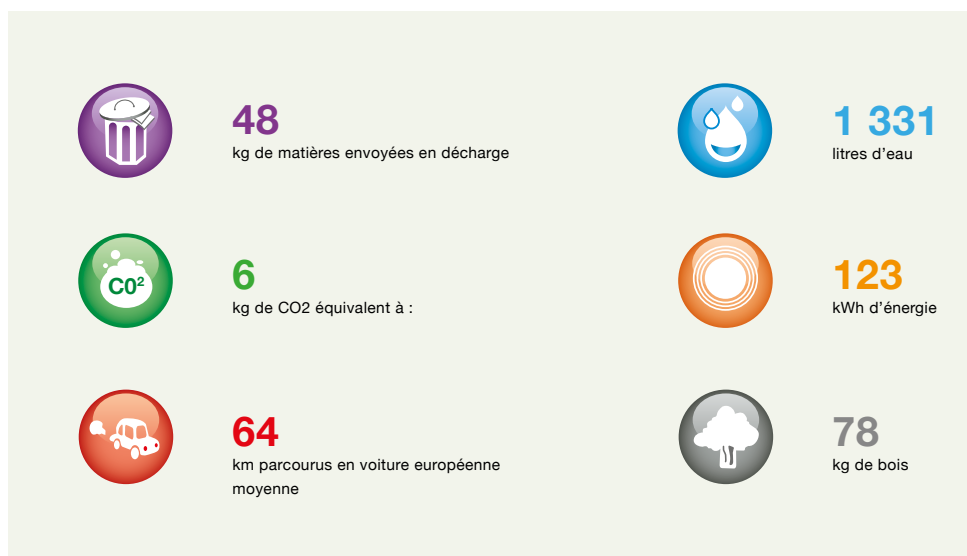
1. WWF - Living planet report - 2012
2. Ecofolio, Rapport d'activité 2012
3. Gartner group - 2009
4. FAO, State of the World's Forests - 2011 & Statistics - 2010
5. ADEME, Papiers graphiques en France - 2012
6. Copacel, Rapport annuel - 2012
7. CGDD, « Monétarisation des impacts environnementaux liés au recyclage » - 2011
8. Ecofolio, Rapport d'activité - 2012
9. Ecofolio, Rapport d'activité 2012



© KJELL ARNE LARSSON / WWF

Rapport imprimé sur Cocoon Silk, papier extra-blanc, 100% recyclé certifié FSC (R) et Ecolabel européen.

En utilisant Cocoon Silk plutôt qu'un papier non recyclé, l'impact environnemental de cette publication est réduit de :



**Sources :**

L'évaluation de l'empreinte carbone est réalisée par Labelia Conseil conformément à la méthodologie Bilan Carbone®. Les calculs sont issus d'une comparaison entre le papier recyclé considéré et un papier à fibres vierges selon les dernières données disponibles du European BREF (pour le papier à fibres vierges).

Les résultats obtenus sont issus d'informations techniques et sont sujet à modification.



fabriqué par Arjowiggins Graphic en France.



**Bilan Carbone**

102 g eq CO<sub>2</sub> / Ex

# Étude PAP 50 entreprises 2013

CETTE PUBLICATION  
BÉNÉFICIE  
DU SOUTIEN DE



100%  
RECYCLÉ  
ET  
RECYCLABLE



Tirage de 700 exemplaires sur Cocoon silk FSC 100 % recyclé 135 gr (couverture) et Cocoon silk FSC 100 % recyclé 100 gr (cahier intérieur). Bilan carbone : 102 g eq. CO<sub>2</sub> / exemplaire

## 40 %

C'est le pourcentage du bois récolté mondialement et destiné à la fabrication de papier et carton.

## 5 %

Les ramettes de papier recyclé ne représentaient que 5 % de la consommation totale des entreprises en 2009 en France.



## 15 %

seulement des papiers de bureau ont été recyclés en France durant l'année 2012.

## 50

En France, chaque jour, un employé de bureau consomme en moyenne 50 feuilles de papier ramette.



Notre raison d'être  
Arrêter la dégradation de l'environnement dans le monde et construire un avenir où les êtres humains pourront vivre en harmonie avec la nature.

[www.wwf.fr](http://www.wwf.fr)