

# OUI LE PRINT EST TOUJOURS VIVANT !

“ Les solutions  
dématérialisées  
ne sont pas sans  
impact sur  
l’environnement

”

# I D É E S R E Ç U E S

## À l'instar du COVID, les idées reçues sont une maladie contagieuse.

Voilà des années que tous les articles sur le sujet, nous rabâchent que la communication papier c'est mauvais pour la planète ! Que le numérique est un premier pas pour protéger notre environnement. Avec un effet visible et rapide. Mais après tout, est-ce vrai ? L'industrie du papier est-elle vraiment la cause de la déforestation ? En comparaison, un prospectus distribué en boîte aux lettres est-il plus nocif qu'une vidéo publicitaire sur Youtube ? Une campagne numérique a-t-elle un rendement financier suffisant pour remplacer un tract publicitaire ? Des questions importantes dans une période où les choix en matière de communication doivent être judicieux et efficaces.

La Poste a récemment réalisé une étude précise pour évaluer si une campagne de communication traditionnelle avec du papier et du print était plus favorable en matière d'écologie qu'une même campagne numérique. Les résultats bousculent les idées reçues.

Cette étude rigoureuse réalisée par le cabinet indépendant Quantis est une approche multicritère ACV<sup>1</sup>, normalisée grâce à la norme ISO 14040 à 14043. Ceci permet d'évaluer les impacts potentiels sur la santé humaine et sur l'environnement associés aux produits et services tout au long de leur cycle de vie : de l'extraction des matières premières jusqu'à la gestion en fin de vie en incluant notamment les transports, la production et l'utilisation.

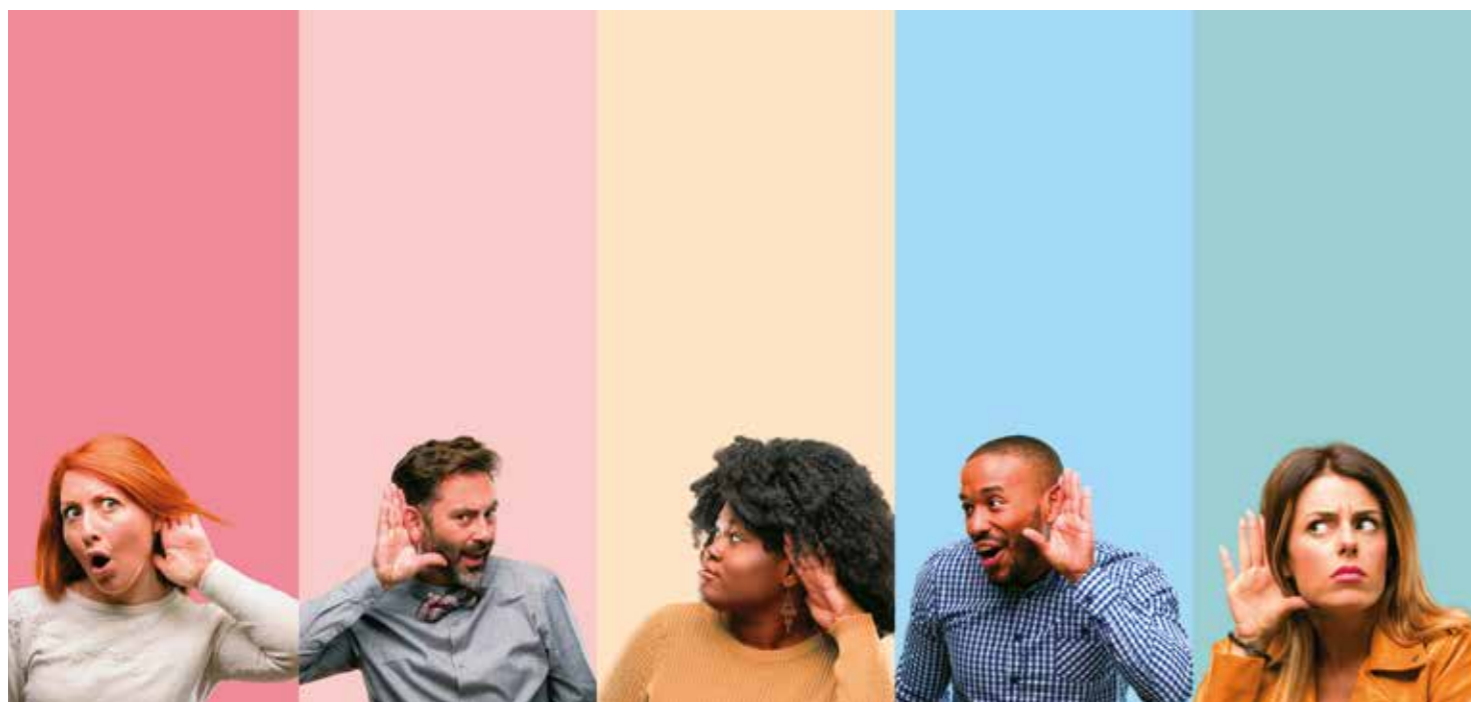
Pour chaque mise en situation, 16 indicateurs ont été utilisés pour comparer les impacts des médias papier et numérique sur les écosystèmes, la santé humaine, le changement climatique ou encore les ressources naturelles. Ainsi ont été comparés les impacts écologiques d'un courrier publicitaire versus un courriel renvoyant à un site web ; d'un catalogue papier adressé versus une campagne de communication par e-mail renvoyant à une boutique en ligne ; d'un prospectus distribué en boîte aux lettres versus une vidéo publicitaire.

## Le résultat de cette enquête est largement en faveur du support papier. Étonnant non ?

Treize indicateurs sur 16 sont ainsi favorables au courrier publicitaire papier ; 15 sur 16, au prospectus papier et au catalogue promotionnel ; et 9 indicateurs sur 16 à la facture papier. En revanche, pour le Scénario catalogue adressé par courrier versus un e-mail conduisant à une boutique en ligne, 12 indicateurs sur 16 sont favorables à la communication électronique.

<sup>1</sup> *Analyse de Cycle de Vie (ACV). L'analyse du cycle de vie est l'outil le plus abouti en matière d'évaluation globale et multicritère des impacts environnementaux. Cette méthode normalisée permet de mesurer les effets quantifiables de produits ou de services sur l'environnement.*

# LE D E N D ' E



**MAURYflor**

Maquette et mise en page Mauryflor, Photos Adobe Stock, Pixabay, Alain Bonis, REA-Decout. © 2020 Maury Imprimeur.  
Sources : LA POSTE, PAPREC, L'ADN

## LE PAPIER EST LOIN D'AVOIR DIT SON DERNIER MOT !

Si les réseaux sociaux n'ont jamais autant généré de trafic, la qualité du print avec son odeur ou le toucher d'un superbe papier, a encore ses lettres de noblesse. Le papier est loin d'avoir dit son dernier mot ! Les résultats de nombreux sondages et de nombreuses études tendent à prouver que la communication sur papier fonctionne toujours.

/// Un sondage pour FedEx a révélé qu'aux États-Unis, 9 personnes sur 10 pensent que nous aurons toujours besoin de papier. Un sondé sur deux n'a d'ailleurs pas envie de vivre dans un monde uniquement sur écran. 90% des Américains préfèrent lire sur papier que sur une tablette ou un ordinateur !

/// Une étude menée auprès des entreprises montre que 70% des personnes interrogées ont déclaré continuer à faire appel à des services d'impression professionnels, dans les mêmes proportions que l'année précédente. Et les millennials, qui ont pourtant grandi avec les écrans et les réseaux sociaux, sont les plus friands de papier. 50% des 18-34 ans ont fait imprimer des documents papier l'année dernière.

/// Le format imprimé est très apprécié par les patrons de petites entreprises, qui le voient à 80% comme un moyen de se différencier face à la concurrence. Les consommateurs leur donnent raison puisqu'ils sont 85% à se déclarer plus susceptibles d'aller faire leurs courses chez un commerçant qui utilise des supports imprimés comme des panneaux, des flyers ou des cartes de visite. Et le papier a son importance :

9 consommateurs sur 10 pensent que la qualité d'un print est révélatrice de la qualité des services de l'entreprise.



LES 5 CAS ÉTUDIÉS, ONT RÉVÉLÉ QUE L'ENVOI D'UNE PUBLICITÉ EN BÔÎTES AUX LETTRES A UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL MOINDRE QUE LE SUPPORT NUMÉRIQUE ET NOUS APPREND :

- Qu'un catalogue papier a 5 fois moins d'effet sur l'acidification des océans qu'un catalogue en ligne,
- Qu'un prospectus papier a 3 fois moins de conséquences sur le changement climatique qu'une vidéo sur les réseaux sociaux,
- Qu'un catalogue papier adressé a 3,7 fois moins d'effets sur l'eutrophisation de l'eau douce qu'un site web,
- Qu'un mailing papier est 1,7 fois inférieur à l'appauvrissement de la couche d'ozone qu'un Emailing,
- Qu'une facture papier utilise 2,5 fois moins de ressources fossiles qu'une facture électronique.

**3 fois moins**  
de conséquences  
sur le changement  
climatique

**5 fois moins**  
d'effet sur  
l'acidification  
des océans

**3,7 fois moins** d'effets  
sur l'eutrophisation  
de l'eau douce

**2,5 fois moins**  
de ressources  
fossiles



"SCANNEZ LE QR CODE POUR  
DÉCOUVRIR LA SYNTHÈSE  
DE CETTE GRANDE ÉTUDE  
RÉALISÉE POUR LA POSTE  
PAR LE CABINET QUANTIS"

# LES VALEURS

## R E S P E C T D E S F O R Ê T S

### LE PAPIER EST RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT !

#### Un engagement fort sur les valeurs environnementales, économiques et sociales dans le métier d'imprimeur.

Depuis les années quatre-vingt-dix, les imprimeurs ont adopté un comportement plus responsable vis-à-vis de l'environnement. Ainsi, en France, bon nombre d'imprimeurs se sont réunis autour de la charte Imprim'Vert. Aujourd'hui, un grand nombre d'imprimeurs militent pour la préservation de la planète, notamment avec l'usage de papier recyclé, d'encre produites à base d'extraits végétaux, de papier blanchi avec des procédés sains faisant abstraction de chlore. Il est possible d'imprimer en protégeant l'environnement, tout particulièrement en France. Contrairement à une idée reçue, le papier est de plus en plus recyclé et certifié FSC ou PEFC, ce qui signifie qu'il est issu de forêts gérées de façon durable.

Le groupe Maury a toujours eu un engagement fort sur les valeurs environnementales, économiques et sociales dans le métier d'imprimeur. Pour satisfaire à ces critères, il s'engage au suivi des consommations énergétiques des 6 sites de production et à ne pas utiliser de produits toxiques. Le groupe réalise ces dossiers dans le respect des normes Imprim'Vert®, FSC et PEFC.

#### PEFC en quelques mots

Créé à Paris en 1999, PEFC est le pionnier de la certification forestière en France. Avec 5,6 millions d'hectares certifiés en France métropolitaine et 2,4 millions en Guyane, la certification PEFC couvre 100% de la forêt domaniale, 60% de la forêt communale et près de 20% de la forêt privée. Afin de respecter l'équilibre forestier, plus de 70 000 propriétaires forestiers et plus de 3 100 entreprises de la filière forêt-bois-papier (exploitants, scieries, transformateurs, constructeurs, négociants, artisans, distributeurs, papetiers, imprimeurs, éditeurs...) ont fait le choix de la certification PEFC.

PEFC certifie la gestion durable des forêts et rassemble autour d'une vision multifonctionnelle et équilibrée de la forêt dans 53 pays à travers le monde. Depuis 20 ans, PEFC France favorise l'équilibre entre

les dimensions environnementales, sociétales et économiques de la forêt grâce à des garanties de pratiques durables avec l'implication des propriétaires forestiers et de plus de 3 100 entreprises en France.



#### Imprim'Vert®

Nous collectons et éliminons de façon conforme à la réglementation nos déchets par des collecteurs agréés.



#### FSC

Une garantie sur l'origine des produits bois issus d'une gestion responsable des forêts. Des pratiques respectueuses de l'environnement et des populations, et une traçabilité des bois issus de ces forêts, appliquée à l'industrie.



#### PEFC

L'ambition de préserver les forêts, de garantir le respect de ceux qui y vivent, y travaillent et s'y promènent. Mais surtout de pérenniser la ressource forestière pour répondre aux besoins en bois de l'Homme aujourd'hui et pour l'avenir.



"SCANNEZ LE QR CODE AVEC VOTRE TÉLÉPHONE POUR DÉCOUVRIR LE CLIP VIDEO PEFC"

# LE RECYCLAGE DU PAPIER ET DU CARTON EN FRANCE. 5 ÉTAPES POUR COMPRENDRE



Journaux, magazines, prospectus publicitaires, papiers de bureau, boîtes à chaussures, suremballages de yaourts, boîtes de céréales et de gâteaux... mais aussi papiers photos, papiers calques et enveloppes kraft ! Ces dernières années, les techniques de tri et de recyclage ont beaucoup évolué. La société Paprec, leader du recyclage en France, nous explique en 5 étapes le processus de recyclage du papier.

## Etape 1 La collecte des papiers et cartons

La collecte de déchets papiers et déchets cartons auprès des ménages augmente chaque année (progression de 10 % par an depuis 2007) et représente en France 52 % du total des papiers recyclés. Les volumes de déchets de papiers produits par les imprimeries de presse et de labeur représentent pour Paprec un gisement de matière incontournable. Des systèmes d'aspiration et de convoyage, tout d'abord, directement installés sur les chaînes de production à grande vitesse (presses, encarteuses, brocheuses, plieuses...), récupèrent puis acheminent les chutes de papier vers des stations de déchets, avant de les renvoyer vers des compacteurs.



Chez Maury Imprimeur, nous séparons les poussières issues de la refente des papiers en briquettes. Ceci afin de ne pas polluer nos ateliers. Ces mêmes briquettes sont incinérées dans des cimenteries.



**PAPREC, UN ACTEUR DE LA GESTION GLOBALE DES DÉCHETS**  
LE GROUPE A ÉTÉ FONDÉ ET EST DIRIGÉ DEPUIS SA CRÉATION PAR JEAN-LUC PETITHUGUENIN. LEADER FRANÇAIS DU RECYCLAGE, PAPREC S'IMPOSE DÉSORMAIS COMME UN ACTEUR INCONTOURNABLE DE LA GESTION GLOBALE DES DÉCHETS EN FRANCE. 12 MILLIONS DE TONNES COLLECTÉES, 10 000 COLLABORATEURS, 210 SITES EN FRANCE

## Etape 2 Le tri des papiers et cartons

Pour le tri de la collecte sélective, une chaîne dernière génération détecte les poids, les formes et les tailles des éléments pré-triés à la main et placés sur ses 90 tapis, sépare les corps creux (majoritairement des plastiques/métaux) des corps plats (papiers/cartons), puis les envoie vers 8 trieurs optiques, qui effectueront une seconde division en se focalisant sur les résines et les couleurs des matières inspectées. Une fois triée et valorisée, la matière est placée sur le



tapis d'une presse à balle, qui se chargera d'effectuer le conditionnement final. Au cours de ce processus, le pelleur, le chef de presse et le cariste désigné pour le chargement des balles effectuent successivement trois derniers contrôles de qualité.

## Etape 3 La vente des papiers et cartons

Après avoir collecté et trié les papiers et cartons, le groupe vend les matières premières secondaires qu'il vient de créer. En matière de ventes, afin de préserver l'industrie de proximité tout en restant compétitif, le groupe maintient l'équilibre suivant : 40 % en France, 40 % en Europe et 20 % en Asie.

## Etape 4 La fabrication de la pâte à papier

La première étape dans le processus de fabrication d'une nouvelle pâte à papier, c'est la mise en suspension des fibres, qui s'opère en les mélangeant avec de l'eau par trituration des balles dans un pulpeur. Vient ensuite l'étape de la séparation des contaminants. Les fibres, diluées de plus en plus fortement, traverseront des tamis de plus en plus fins. Au départ, de l'ordre de 5 mm (on élimine ainsi des plastiques et des éléments de reliures), l'épuration la plus fine conduira à des tamis de 120 microns, où quasiment seule la fibre pourra passer. Après un égouttage suivi d'une nouvelle trituration, les étapes de classage, épuration, désencrage seront répétées. Aujourd'hui, dans ces boucles qui se succèdent parfois jusqu'à quatre, les eaux sont recyclées et réutilisées. Enfin vient l'étape de blanchiment qui va permettre d'améliorer la blancheur de la pâte et de décolorer les papiers teintés. Ce procédé est basé sur l'usage exclusif de l'eau oxygénée et de l'hydrosulphite de soude dont ses impacts sur l'environnement sont très limités.

## Etape 5 Le bobinage du papier

Une fois les différentes opérations nécessaires à sa fabrication achevées, la pâte nouvellement créée doit encore passer par un certain nombre d'étapes transformatrices avant d'être revendue, sous la forme d'une bobine de papier. Après avoir baigné dans diverses cuves, et voyagé sur des tamis de haute-précision pour y être décontaminé, traité, blanchi ou séparé en différentes qualités de matière, le papier à recycler encore imbibé d'eau est alors acheminé jusqu'aux machines sécheuses qui se chargeront de le compresser entre leurs cylindres d'acier. Outre ces opérations d'assèchement nécessaires au recyclage du papier, les cylindres chauffés définissent selon leur température et leur espacement, réglable au micron près, le futur grammage du papier, terme employé pour désigner la masse surfacique des feuilles obtenues donnant leur degré de rigidité qui augmente selon le grammage souhaité.

**Notons également que le recyclage papier consomme six fois moins d'eau que la fabrication d'un produit neuf.**

Il est important de noter que les papiers-cartons ne se recyclent pas à l'infini. Au fil des opérations de recyclage du papier et de production de papier, la qualité de la fibre diminue. On estime qu'une même fibre peut être réutilisée en moyenne de 5 à 7 fois, ce qui est déjà magnifique !



"SCANNEZ LE QR CODE AVEC VOTRE TÉLÉPHONE POUR DÉCOUVRIR LE PROCESSUS DE FABRICATION DU PAPIER"

## AU-DELÀ DES APPARENCES, LE PAPIER FAIT ENCORE VENDRE

### La "com" papier, c'est plus fiable !

Si la vitesse de distribution d'une campagne numérique est fulgurante, parfois c'est un peu trop rapide ! Comme en témoigne l'inquiétante progression des fake news et les scandales à répétition qui en découlent, le web commence à se perdre dans la diversité et son accessibilité. Souvent, une information surprenante n'a d'autre intérêt que celle de vous conduire à une page bourrée de publicité et d'appel à cliquer en tout genre. La communication papier est perçue aujourd'hui comme une signature qualitative, comme un repère qui reflète la qualité des services de l'entreprise.

### Le papier, ça fait vendre !

Le papier est encore un argument de poids face à des outils numériques qui peinent à le remplacer. Les commerçants GSA, GSB ou les artisans peinent encore à trouver un ROI (Retour sur Investissement) dans leur activité sur les réseaux sociaux et sur les pages Google My Business. Le papier s'avère souvent moins coûteux, car une campagne bien faite sur les réseaux coûte cher.

### Le papier ça sent bon !

On peut avoir beaucoup d'affection pour son smartphone mais il nous viendrait rarement à l'idée de renifler sa coque ! Contrairement aux supports numériques, l'imprimé est aussi un vecteur de bien-être. Un objet qui a une odeur et un toucher particulier. Il fait appel à quatre des cinq sens : le bruit du papier quand on tourne les pages, l'odeur de l'encre, les visuels de plus en plus créatifs et le toucher soyeux d'un papier de qualité. Impossible de garder l'onglet de la date de naissance de votre enfant dans Firefox durant 20 ans !

### Survivre

La communication papier a survécu à la télégraphie, au téléphone, à la radio, à la télévision, au minitel et fait mieux que résister au web, une "nouvelle" technologie qui a tout révolutionné. Les arguments écologiques dépassent-ils les arguments économiques ? La fin annoncée du prospectus pourrait avoir des répercussions secondaires inattendues...

Cette fois-ci c'est sûr, le prospectus papier demeure encore plus écologique que la seule énergie consommée par les serveurs des GAFFA. Sans parler des ressources rares nécessaires à la fabrication des supports techniques aux nouvelles technologies.



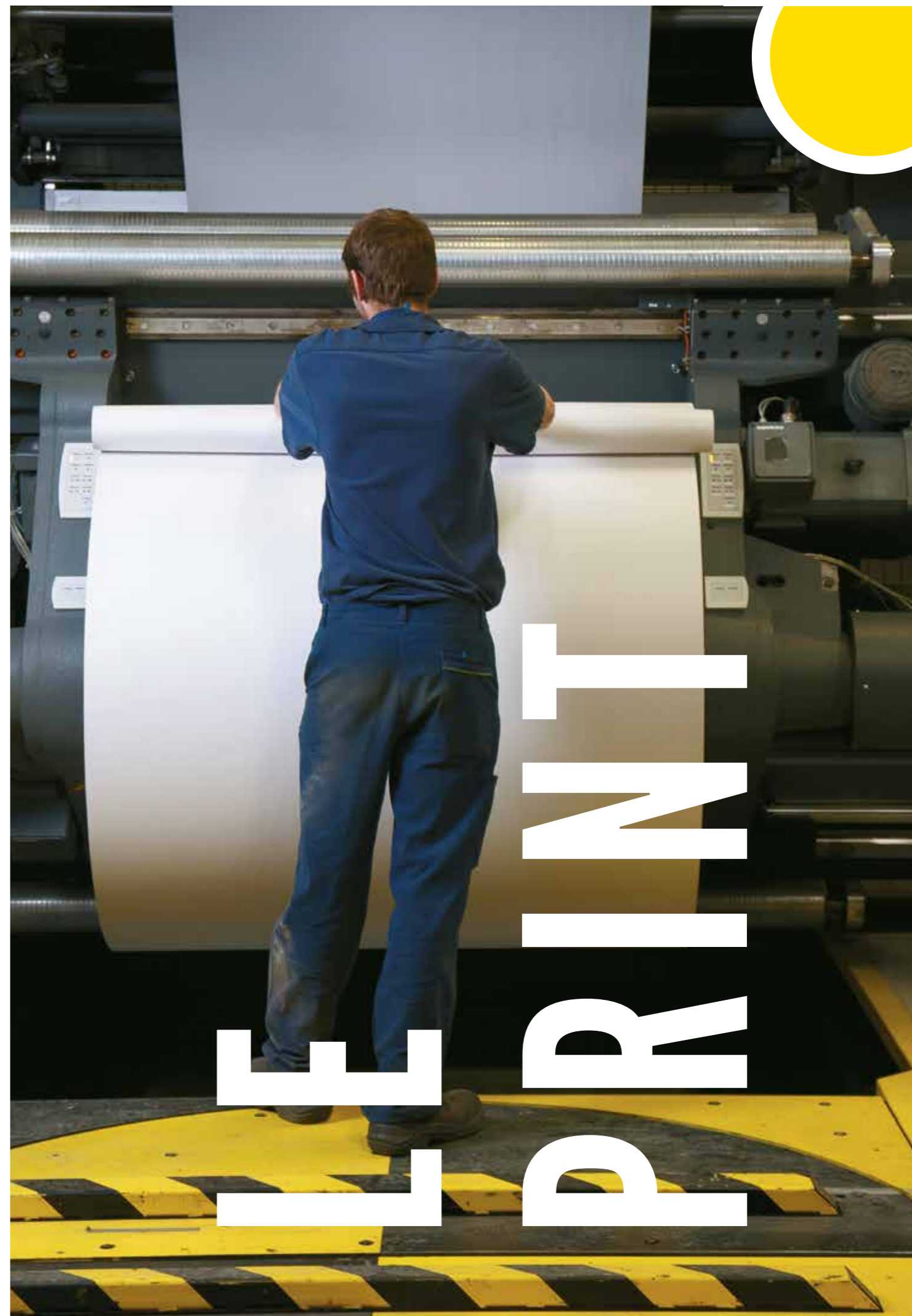
L'empreinte carbone d'un e-mail publicitaire est 15 fois supérieure à celle d'un courrier imprimé.


De quoi donner des sueurs froides. Le prospectus est dès lors plus écolo que le digital. Le supprimer pourrait avoir un effet néfaste pour la planète poussant les entreprises à entreprendre une course aux investissements digitaux.



"SCANNEZ LE QR CODE  
AVEC VOTRE TÉLÉPHONE  
POUR VISIONNER UN DOCUMENTAIRE  
SUR LA FABRICATION DE VOS TÉLÉPHONES"

"VOTRE SMARTPHONE CONTIENT DES CAILLOUX  
QUI MENACENT LA PLANÈTE"





Où en sommes-nous de notre conscience écologique ?  
Et si la vérité en matière d'écologie était différente de celle qui nous est présentée chaque jour ?

Il faut remettre en perspective les idées reçues, et tout simplement prendre la mesure de cette évolution fulgurante en matière de communication technologique pour en identifier les limites. Dans une société de plus en plus digitalisée, où les achats se font de plus en plus à distance ; dans un monde où la protection de l'environnement devient un impératif. Et si une campagne de communication traditionnelle avec du papier et du print était plus écologique que le numérique ? C'est notre rôle de communicant de vous expliquer pourquoi l'imprimerie est toujours vivante et créative.

**MAURYflor**<sup>®</sup>

Groupe Maury - ZI route d'Etampes  
45330 Malesherbes