



WWF

RÉSULTATS

FR

2016

RÉALISÉ EN
COLLABORATION
AVEC



BAROMÈTRE



Évaluation de la politique papier des entreprises

Le *Baromètre PAP50* vise à évaluer la politique papier des grandes entreprises, collectivités ou institutions implantées en France, dans le but de les inciter à améliorer leurs performances environnementales. Il analyse leurs consommations de papier, la responsabilité des papiers utilisés (selon la classification WWF 2016) et les actions mises en place pour maximiser la collecte des papiers usagés. L'échantillon 2016 est composé de 53 grandes entreprises françaises des secteurs Grande distribution, Agro-alimentaire, Conseil, Beauté/Luxe, Distribution de fournitures de bureau, Poste/Telecom, Énergie/Chimie. Seules 22 entreprises ont participé de façon complète et spontanée, cherchant à s'améliorer par l'évaluation indépendante proposée et faisant preuve d'une grande transparence sur leurs pratiques.





RÉALISÉ EN COLLABORATION AVEC



BAROMÈTRE



RÉSULTATS

FR

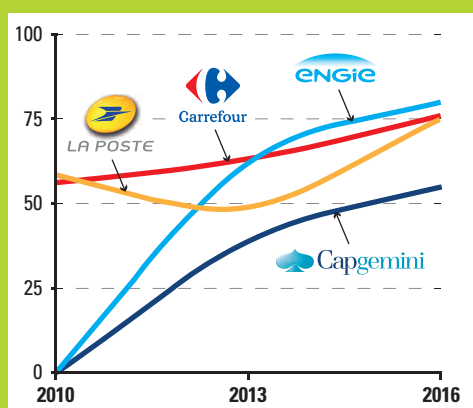
2016

ÉVALUATION DE LA POLITIQUE PAPIER DES ENTREPRISES

Les résultats du *Baromètre PAP50* 2016 sont à la fois encourageants et décevants. Encourageants car, parmi les 22 entreprises ayant répondu de façon complète, certaines montrent de très bonnes performances. Ainsi, La Française des Jeux (86/100), Yves Rocher, ENGIE, Carrefour, La Poste présentent une performance à la hauteur attendue.

LES EFFORTS PAIENT TOUJOURS

Certaines entreprises – pourtant parfois mal ou moyennement notées lors de la première évaluation en 2010 – ont constamment progressé depuis, aiguillonnées par la répétition des études (2013 et 2016).



↑ Figure 1. L'évolution de la note depuis 2010 pour 4 entreprises de 4 secteurs différents. La méthodologie a évolué au fil du temps, vers une approche plus stricte et complète, ainsi les scores totaux ne sont pas à comparer de façon trop stricte. L'analyse qualitative confirme des améliorations claires, et cela dans tous les domaines (engagements, achats, recyclage, suivi).

TOUJOURS UN MANQUE DE TRANSPARENCE

Plus décevant est le taux de participation de 41 %. Pour comparaison, le taux de participation avait été croissant (+10 %), variant de 64 à 74 % sur l'échantillon choisi entre 2010 et 2014 (grandes entreprises du CAC40).

Ces entreprises sont pourtant toutes concernées, consommant beaucoup de papier de bureau et publiant des volumes, parfois très conséquents (comme la grande distribution), de documents institutionnels, promotionnels et éditique. Elles sont aussi directement responsables, sous leurs propres marques, de la mise sur le marché de produits papiers (papiers graphiques, hygiène, emballages, publications...).

LE TOP 25 DES ENTREPRISES FRANÇAISES À L'ÉPREUVE

En 2016, WWF a publié le TOP25 des entreprises françaises ayant les plus fortes responsabilités vis-à-vis de l'approvisionnement mondial de quinze ressources naturelles. Quatorze de ces entreprises sont concernées du fait, notamment, de leur approvisionnement en pâte à papier, papier et carton. Onze sont interrogées ici.

Seules quatre entreprises de ce TOP11 ont répondu, avec un score variable allant de « Excellent » (Carrefour) à « Insuffisant » (Les Mousquetaires) en passant par « Moyen à bon » (Auchan, L'Oréal). Ces organisations de stature mondiale ont un poids certain sur les écosystèmes et, par leurs engagements, choisissent de faire partie de la solution. Les sept autres semblent plutôt faire partie du problème. Elles restent silencieuses sur leurs performances (Casino, Leclercq, Système U, Danone, Lactalis, Sodial, Savencia). Le secteur de l'agro-alimentaire, qui englobe une part importante de produits papetiers pour ses emballages, apparaît le secteur le plus en retard de l'échantillon.

¹ http://www.wwf.fr/vous_informer/actualites/78021/Le-WWF-revele-les-25-entreprises-francaises-impactant-l-e-plus-les-ecosystemes-mondiaux

TABLEAU DES RÉSULTATS

Secteur	Nom	RANG	Score total	Transparence	Politique papier	Papier de bureau	DIPE ¹	PPM ²	
			Sur 100	Sur 10	Sur 10	Sur 10	Sur 10	Sur 10	
Jeux	LA FRANÇAISE DES JEUX	★1	86	8,0	8,9	9,3	8,1	8,4	
	YVES ROCHER	★2	81	8,7	7,9	7,3	7,4	9,4	
Beauté / Luxe	L'OREAL	9	67	6,0	8,4	7,9	6,7	4,2	
	KERING	12	57	8,2	8,0	5,2	4,8	3,5	
	LVMH	14	51	1,1	6,5	7,3	6,6	2,4	
	HERMES	18	39	1,3	3,9	4,0	4,6	4,4	
	CLARINS*	29	< 10	< 1	2,1	1,1	< 1	< 1	
	ENGIE	★3	80	8,0	8,9	8,1	6,4	-	
Énergie / Chimie	EDF	7	74	5,1	8,1	8,1	7,1	-	
	TOTAL	15	51	3,8	6,6	4,9	3,9	-	
	AIR LIQUIDE	17	42	4,6	4,3	2,9	5,3	-	
	PROCTER & GAMBLE*	28	< 10	< 1	3,0	< 1	< 1	< 1	
	SANOFI*	32	< 10	< 1	1,1	1,6	< 1	< 1	
	SOLVAY*	51	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	-	
	CARREFOUR	★4	76	5,7	8,1	7,2	6,9	8,6	
	CASTORAMA	6	75	5,6	8,8	7,4	6,5	7,7	
Grande distribution	AUCHAN	8	68	1,4	6,7	7,0	7,8	8,0	
	LEROY MERLIN	16	42	3,6	4,9	5,4	7,4	< 1	
	GRPT DES MOUSQUETAIRES	21	33	1,1	3,9	5,4	3,7	1,6	
	IKEA*	22	24	2,6	2,1	1,8	3,3	2,5	
	SYSTEME U*	39	< 10	< 1	< 1	< 1	1,2	< 1	
	LECLERC*	40	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	CORA*	44	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	CASINO*	47	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	Distributeur de fournitures de bureau	LYRECO	11	58	1,4	6,9	4,6	5,6	7,5
		OFFICE DEPOT*	31	< 10	< 1	1,0	< 1	1,7	< 1
FIDUCIAL OFFICE SOLUTIONS*		33	< 10	< 1	< 1	< 1	2,2	< 1	
JM BRUNEAU*		34	< 10	< 1	1,2	< 1	< 1	< 1	
STAPLE JPG*		35	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
ADVEDO*		42	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
LA POSTE		★5	75	8,4	7,5	8,1	6,4	7,7	
Poste / Télécom	ORANGE	10	66	6,0	8,2	8,7	8,0	2,5	
	SFR*	24	18	< 1	1,1	4,2	3,0	< 1	
	FREE*	36	< 10	< 1	1,1	< 1	< 1	< 1	
	BOUYGUES TELECOM*	43	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	Conseil	CAP GEMINI	13	55	1,7	6,0	8,0	4,6	-
PWC		19	37	2,1	3,1	5,4	< 1	6,7	
E&Y*		25	17	1,4	1,3	3,6	< 1	-	
DELOITTE*		26	16	2,0	2,1	2,2	< 1	-	
SOPRA STERIA*		27	11	< 1	1,3	1,8	< 1	-	
GFI*		38	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	-	
ATOS*		48	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
KPMG*		50	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	-	
Agro-alimentaire		PICARD	20	35	< 1	2,0	4,8	4,2	4,5
		DAVIGEL	23	24	1,4	2,8	3,8	4,2	< 1
	PERNOD RICARD*	30	< 10	< 1	2,6	< 1	< 1	< 1	
	DANONE*	37	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	COCA COLA*	41	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	SAVENCIA*	45	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	BEL*	46	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	NESTLE*	49	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	LACTALIS*	52	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	
	SODIAL*	52	< 10	< 1	< 1	< 1	< 1	< 1	

* Entreprise n'ayant pas souhaité participer. Notation réalisée à partir des informations publiques disponibles (rapport Développement durable, site web, etc.). Les faibles performances sont souvent associées à une faible transparence, sauf exception notable (ex. de IKEA).

- Excellent
- Moyen à bon
- Insuffisant
- Faible
- Très faible

¹ DIPE : documents institutionnels, promotionnels et éditique
² PPM : produit papier mis sur le marché



« Même si FDJ a une activité peu polluante, l'environnement fait partie de nos priorités RSE. La première étape a été d'utiliser du papier 100 % recyclé pour les ramettes papier de toute l'entreprise puis de mesurer notre impact environnemental. Le Bilan Carbone (étendu jusqu'aux points de vente) montre que notre impact carbone a diminué de 30 % en huit ans.

Le papier est un enjeu important pour FDJ. C'est la raison pour laquelle nos supports de jeux en papier (notamment nos tickets de grattage) sont tous labellisés FSC®. Nous incitons également nos joueurs à trier/recycler leurs tickets de grattage via le pictogramme Triman indiqué au verso.

93 % de nos papiers de bureau sont recyclés et notre consommation de papier administratif (26 kg/an/personne) est faible. La sensibilisation de tous les collaborateurs ainsi qu'un outil connecté aux imprimantes ont été mis en œuvre. Il a été aussi nécessaire d'imposer le papier 100 % recyclé et une sélection d'imprimeurs écolabellisés. Le prochain enjeu majeur est de sensibiliser les autres loteries européennes pour mettre au point un ticket à gratter en papier recyclé, difficile techniquement, mais c'est un beau défi à relever.

Pour participer au baromètre PAP50, la mobilisation des collaborateurs a permis de réunir toutes les données nécessaires. Nous comparer avec d'autres entreprises nous permet de persévérer dans une démarche de progrès continu. Pour une entreprise publique, nous sommes fiers de pouvoir donner l'exemple ! »

Stéphane PALLEZ
Présidente-Directrice Générale de La Française des Jeux

DISTRIBUTION, ENCORE BEAUCOUP DE MAUVAIS ÉLÈVES

Les entreprises de la grande distribution ont une responsabilité cruciale dans la chaîne qui mène les ressources naturelles de la forêt aux consommateurs. Certaines ne donnent pas à leurs clients l'assurance qu'ils achètent des produits à risques faibles.

Celles spécialisées dans la vente de fournitures de bureau devraient être particulièrement sensibles et concernées : elles vendent de nombreux produits papiers, y compris sous leurs marques. Pourtant, à part Lyreco, les performances et la transparence manquent.

FOCUS SUR LES MARQUES PROPRES

La responsabilité des entreprises dans la mise sur le marché de produits papiers (marque propre) est analysée pour la première fois. Ces produits sont variés, nombreux et représentent des volumes très importants. L'enjeu est donc majeur. Bien faire implique le choix des bons producteurs – parfois lointains, et l'écoconception des produits. Ces pratiques assurent l'entreprise d'un faible risque pour ses marques, en éliminant les papiers susceptibles d'être issus d'exploitation illégale ou impliqués dans la déforestation. Quarante entreprises de notre échantillon sur 53 (75 %) mettent des produits de leurs marques sur le marché. Six d'entre-elles s'en préoccupent avec efficacité (La Française des Jeux, Yves Rocher, Carrefour, La Poste, Castorama et Auchan).

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

En 2016, les résultats du *Baromètre PAP50* démontrent par l'exemple qu'il est possible d'avoir une haute responsabilité environnementale des usages du papier dans une grande entreprise. Le point commun de ces bons résultats est la mise en place d'une politique réfléchie, adaptée, partagée, évaluée et transparente. De la constance dans le temps et une implication simple de chaque

maillon clé de la décision « papier » dans l'entreprise sont également nécessaires.

Six ans après la première évaluation, beaucoup d'entreprises demeurent en retard. Certaines ont pris des engagements. Rendez-vous est pris en 2019 pour une nouvelle évaluation en espérant voir les entreprises de la fin du peloton se mêler au sprint des leaders.

DES RECOMMANDATIONS POUR PROGRESSER

POLITIQUE PAPIER

- Mettre en place une politique papier globale, appliquée à l'ensemble des sites.
- Prendre des engagements clairs et précis et les communiquer de manière transparente et pro active.
- Communiquer auprès des collaborateurs, des citoyens, des fournisseurs ou des clients pour promouvoir une consommation rationnelle, un achat responsable et un tri efficace.

CONSOMMATION ET ACHAT RESPONSABLES

- Mettre en place des indicateurs de suivi de la consommation de papier ; les déclarer à Ecofolio.
- Fixer des objectifs quantitatifs de réduction des consommations de papier.
- Sensibiliser et impliquer les collaborateurs pour une consommation responsable.
- Privilégier l'utilisation de papiers notés A à AAA (selon la classification WWF).
Seuls les papiers notés A à AAA garantissent une gestion optimale des ressources naturelles.

COLLECTE POUR RECYCLAGE

- Suivre annuellement les quantités de papier collectées pour recyclage.
- Fixer des objectifs ambitieux de collecte de tous les papiers.
- Mettre en place des solutions pour trier plus efficacement.
- S'engager avec une entreprise spécialisée dans la collecte des papiers de bureau.

DOCUMENTS INSTITUTIONNELS, PROMOTIONNELS ET ÉDITIQUE

- Fournir un cahier des charges détaillé à son graphiste et imprimeur comprenant des garanties solides (règles d'éco-conception, choix du papier, des formats...).
- Ajuster le nombre d'exemplaires au mieux en fonction de la publication et du public visé.
- Imprimer sans utiliser de colles, vernis ou encres difficiles à traiter lors du processus de recyclage (en s'appuyant sur le barème éco-différencié d'Ecofolio).
- Choisir des encres végétales.
- Faire appel à des imprimeurs locaux et certifiés FSC® (si usage de papier FSC®) et ISO 14001, EMAS, Imprim'vert.

PRODUITS PAPIER MIS SUR LE MARCHÉ

- Fournir un cahier des charges détaillé à ses producteurs comprenant des garanties solides (règles d'écoconception, choix du papier, des formats...).
- Faire appel à des producteurs garantis sans risques (proximité et certifiés).
- Réduire la prise de risques en utilisant des sources certifiées ou recyclées.

DES OUTILS POUR S'AMÉLIORER

→ **LE DIAGNOSTIC PAPIER** est une application en ligne et gratuite développée par Riposte Verte pour faciliter une première approche simple, confidentielle et rapide de l'état des lieux de la question « papier » dans votre organisation.
<http://www.riposteverte.com/diagnostic-papier>

→ Pour poursuivre, **LE BILAN PAPIER PAP50** est un outil unique proposé par Riposte Verte pour analyser de façon plus détaillée votre situation, faire ressortir les points positifs et vous donner des pistes d'amélioration.
<http://www.riposteverte.com/bilan-papier-pap50>

→ **CHECK YOUR PAPER** est le moteur de recherche du papier responsable développé par le réseau mondial du WWF, pour mieux choisir le papier en fonction de sa performance environnementale.
<http://checkyourpaper.panda.org/>

→ La **CLASSIFICATION** des papiers de bureau suivant leur responsabilité environnementale du WWF est disponible sur wwf.fr/choisirsonpapier, et imprimée en version chevalet de bureau (sur demande).

ENSEMBLE POUR RÉALISER LE BAROMÈTRE PAP50



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 contre la dégradation de la nature et pour 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. Le WWF s'engage chaque jour pour la protection et la bonne gestion des forêts. Afin d'encourager des pratiques plus responsables, le WWF promeut l'utilisation des papiers 100 % recyclés et certifiés FSC®.

www.wwf.fr



Le développement durable est l'enjeu de société majeur du XXI^e siècle, même au bureau ! En France, nous sommes plus de 20 millions à travailler sur des sites tertiaires avec des impacts environnementaux, sociaux et économiques considérables. Pourtant, trop peu d'organisations ont vraiment pris conscience de leur responsabilité et engagé une démarche RSE formalisée. Coopérative militante, Riposte Verte évalue la responsabilité sociétale des entreprises et des acteurs publics, développe des outils gratuits pour les TPE/PME et facilite la mise en œuvre opérationnelle des politiques responsables.

www.riposteverte.com, Twitter : @riposte_verte



Le groupe Paprec s'engage pour accompagner les entreprises et les institutions publiques dans leur politique papier responsable. Chaque jour 140 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 CO₂. Paprec propose des solutions de recyclage pour tous vos déchets bureautiques et industriels, afin de mieux respecter l'environnement et les humains. Le groupe Paprec est mécène du *Baromètre PAP50* depuis 2012.

www.paprec.com/fr



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

AUTEURS : Cyril & Valéry Hergott, Daniel Vallauri

REMERCIEMENTS À : Benjamin Mabile de Poncheville, Aurélie Pontal, Nicolas Loz et Jean-François Delaire.

MISE EN PAGE : Sambou-Dubois

IMPRESSION : Pure-Impression
Tirage de 500 exemplaires sur papier AAA, Cocoon Silk d'Arjowiggins, certifié FSC® 100% recyclé, 150 g/m².



CETTE PUBLICATION
BÉNÉFICIE
DU SOUTIEN DE



100 %
RECYCLÉ
ET
RECYCLABLE



arjowiggins

Cocoon Silk est un papier couché 100 % recyclé, fabriqué sans chlore, certifié FSC® Recycled et Ecolabel européen. Il a les mêmes performances de machinabilité et d'imprimabilité que les papiers non recyclés, mais avec des certifications environnementales supérieures et un niveau de blancheur exceptionnel (CIE 126).

En utilisant ce papier plutôt qu'un papier non recyclé, l'impact environnemental de l'exemplaire est réduit de 3 g équivalent CO₂, d'environ 1 l d'eau, de 57 Wh, de 42 g de bois (sources : www.arjowigginsgraphic.com/le-calculateur-environnemental.html).

© 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.

Retrouvez-nous sur www.wwf.fr et planete-attitude.fr, le premier réseau social francophone nature et environnement.