



DOSSIER DE PRESSE

PARTENARIAT LA POSTE - WWF

LA POSTE ET LE WWF S'ALLIENT POUR UNE POLITIQUE DE COURRIER RESPONSABLE

2 AVRIL 2008

SOMMAIRE

COMMUNIQUE DE PRESSE – 2 AVRIL 2008

**PARTENARIAT LA POSTE/WWF-FRANCE : UN INTERET COMMUN POUR LA
PLANETE**

LE COURRIER REDUIT SON EMPREINTE ECOLOGIQUE

LE PAPIER, UN ROLE ECONOMIQUE ET SOCIETAL A PRESERVER

**DES ACTIONS CONCRETES DU COURRIER POUR PRESERVER LA RESSOURCE
PAPIER**

RECYCLER POUR NOUS ET LES AUTRES

LUTTER CONTRE LES IDEES REÇUES

**COMMUNIQUE DE PRESSE**

2 avril 2008

**LA POSTE ET LE WWF-FRANCE S'ALLIENT POUR PROMOUVOIR
UNE POLITIQUE DE COURRIER RESPONSABLE****MOINS 15% D'ÉMISSIONS DE CO₂,
ET 80% DE SON PAPIER RECYCLE D'ICI 2012,
DES INITIATIVES POUR DÉVELOPPER LE PAPIER RECYCLE EN FRANCE:
LE GROUPE LA POSTE S'ENGAGE**

Engagements concrets de réduction de son empreinte carbone, politique de transports propres, éco-conception du courrier, promotion d'une politique respectueuse de l'environnement : le groupe La Poste est résolument engagé en faveur d'une politique de développement durable et responsable.

Pour aller plus loin encore, Raymond Redding, Directeur Général Délégué du groupe La Poste, Directeur du Courrier et Président de Sofipost, holding des filiales Courrier du groupe La Poste et Serge Orru, Directeur Général du WWF-France ont signé aujourd'hui, mercredi 2 avril 2008, un partenariat pour le développement d'une politique de courrier responsable. Convaincus que le papier est une ressource rare qu'il faut protéger, La Poste et le WWF France ont décidé de s'engager afin de mener des actions communes en faveur de la préservation des forêts, par une utilisation responsable du papier.

80% de papier recyclé d'ici 2012, moins 15% d'émissions de CO₂

La politique de papier responsable est inscrite au cœur de la stratégie du groupe La Poste avec des objectifs ambitieux de réduction de son empreinte écologique. Dans son plan stratégique 2008-2012, La Poste s'engage à utiliser au moins 80% de papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement dans ses achats de papier et à réduire de 15% les émissions de CO₂ dues aux transports (177 000 tonnes émises en 2006). Grâce à ce partenariat, La Poste bénéficie de l'appui et de l'expertise scientifique du WWF pour atteindre ses objectifs et devenir l'acteur leader du courrier responsable.

Eco-concevoir pour des mailings vertueux

Mediapost, filiale de La Poste spécialisée dans la distribution en boîtes aux lettres, a mis en place une démarche volontaire destinée à encourager l'éco-conception des courriers publicitaires. Mediapost a réalisé un Guide de la PNA efficace et durable diffusé auprès de ses clients et prospects : encourager la collecte et le recyclage des PNA (publicités non adressées), choisir un papier et un imprimeur en fonction de critères environnementaux, opter pour des modes de transport ayant un moindre impact environnemental... autant d'actions concrètes pour concilier rentabilité et respect de l'environnement.

Le groupe La Poste propose aux professionnels un atelier pour éco-concevoir les mailings à l'occasion du salon MD Expo qui se tient actuellement Porte de Versailles à Paris.

Promouvoir une utilisation rationnelle et raisonnée du papier

Fabriquer du papier à partir de papier récupéré et non à partir de pulpe de bois vierge permet d'économiser 60 à 70% d'énergie. Le recours systématique au papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement et une utilisation raisonnée permettraient ainsi de préserver cette ressource dont la consommation augmente de 4% par an au niveau mondial et fait peser une menace croissante sur les forêts de certaines parties du monde.

Le groupe La Poste entend agir auprès de ses clients particuliers et entreprises pour promouvoir une utilisation responsable du papier. Avec le « Club Courrier » et le Syndicat des Opérateurs Postaux, La Poste fédère des acteurs de la filière du courrier et des opérateurs disposant d'une licence en France, pour mieux en faire connaître les enjeux économiques et environnementaux.

Le partenariat entre La Poste et le WWF-France va permettre de combattre les idées reçues sur le papier et de promouvoir en France un cercle vertueux d'utilisation de cette ressource.

Recycler notre papier et celui des autres

Convaincue que le papier, même usagé, n'est pas un déchet mais une ressource, La Poste recourt au papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement pour ses besoins internes.

Par ailleurs, signaler quotidiennement aux annonceurs les adresses erronées, c'est limiter d'autant le nombre de NPAI et donc les envois inutiles. La Poste propose à ses clients des services qui leur permettent d'optimiser leurs fichiers. La Poste a également décidé de créer une Plate-forme Nationale pour la Performance de l'Adresse (PNPA) à la Roche sur Yon.

De même, La Poste déploie une politique nationale de gestion sélective de ses déchets. Dès 2008, les sites de plus de 1500 m² (soit les 400 sites les plus importants) vont valoriser leurs déchets. Fin 2009, tous les sites du Courrier auront mis en place une gestion sélective des déchets.

Pour aller plus loin encore et au-delà de sa propre utilisation, La Poste souhaite recycler le papier d'autres acteurs : un partenariat en Ile-de-France est actuellement en cours de définition avec Nouvelle Attitude, une entreprise d'insertion agréée, spécialisée dans le recyclage des papiers de bureaux des PME et collectivités locales, une initiative soutenue par la CGPME. En exploitant les structures logistiques du Courrier pour collecter et concentrer les papiers usagés en provenance des entreprises, La Poste les mettra à disposition de Nouvelle Attitude, chargée de les trier, de les conditionner et de les acheminer à destination des papetiers recycleurs.

La Poste, une activité économique structurante, des enjeux environnementaux et sociétaux impactant

La filière courrier représente un poids économique considérable en France : 1,4% du PIB à elle seule et 425 000 emplois.

Le Courrier, grâce à la mobilisation de ses 190 000 postiers et de ses 20 filiales, génère un chiffre d'affaires de 11,5 milliards d'euros et distribue chaque jour 95 millions de documents. 97% de ces échanges concernent la vie économique du pays.

En tant qu'acteur majeur de la distribution du courrier en France, le groupe La Poste a de ce fait une double responsabilité en matière de réduction des émissions de CO₂ et de promotion du courrier responsable.

A propos du groupe La Poste

La Poste est un acteur majeur de la distribution du courrier en France, dont l'activité est fortement liée au papier. La Poste est également engagée dans une politique de développement responsable. Elle a pris des engagements en termes de réduction de ses impacts environnementaux liés aux transports, aux bâtiments, aux achats et en termes de promotion de la diversité de son personnel et de développement de sa politique sociale.

A propos du WWF

Avec plus de 5 millions de membres et un réseau actif dans plus de 100 pays sur les 5 continents, le WWF est l'une des plus importantes organisations indépendantes de protection de l'environnement. Depuis sa création en 1961, le WWF a réalisé plus de 12 000 programmes de conservation dans le monde.

Créé en 1973, le WWF-France, qui fête cette année ses 35 ans, a pour objectif d'enrayer et d'inverser le processus de détérioration de l'environnement naturel de la planète pour construire un avenir où l'homme vivra en harmonie avec la nature. Fort de ses 145 000 membres, le WWF-France est la première organisation environnementale française.

Contacts Presse

Groupe La Poste

Presse écrite :

David Drujon

+ 33 (0)1 55 44 22 36

david2.drujon@laposte.fr

Presse audiovisuelle :

Jacques Gourier

+ 33 (0)1 55 44 22 43

jacques.gourier@laposte.fr

WWF

Pierre Chasserey

+ 33 (0)1 55 25 84 61

pch@wwf.fr

Partenariat La Poste/WWF : un intérêt commun pour la planète

Dans son plan stratégique 2008-2012, La Poste s'engage à respecter des objectifs ambitieux de développement durable :

- moins 15% d'émissions de CO₂ dues aux transports
- **au moins 80% de papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement dans ses achats de papier.**

Grâce à ce partenariat, La Poste bénéficie de l'appui et de l'expertise du WWF-France pour mettre en œuvre sa politique de développement durable, notamment pour ce qui est de la partie « papier et courrier responsable ».

Cette convention fait du Courrier un partenaire privilégié en France du programme de protection de l'environnement « Forêts ». La Poste contribuera ainsi à la mission « Forêts » de WWF-France, dans le respect de son activité et impliquant un soutien du WWF-France à la définition des politiques et à la promotion du « courrier responsable ».

Des engagements pour la planète

La Poste s'engage dans le cadre du partenariat à :

- 1.** promouvoir une utilisation responsable du papier via la promotion du papier recyclé et du papier issu de forêts gérées durablement et certifié comme tel. La Poste s'engage ainsi à utiliser pour ses besoins propres chaque fois que c'est possible du papier recyclé ou du papier vierge certifié FSC et à promouvoir cette norme dans le cadre de campagnes de sensibilisation communes avec le WWF.
- 2.** sensibiliser et motiver ses salariés autour des enjeux environnementaux et des solutions pour y répondre.
- 3.** communiquer à l'externe pour sensibiliser les entreprises et le grand public aux problématiques environnementales.
- 4.** sensibiliser ses collaborateurs aux programmes WWF.

Le WWF France apportera sa contribution sous forme de conseil scientifique et mise en relation avec son réseau d'experts.

Par ailleurs, La Poste apportera son soutien financier au WWF afin de contribuer à la mise en œuvre des actions du WWF France.

La mission « Forêts » du WWF

Les forêts sont des maillons essentiels de la chaîne de la vie. Elles jouent un rôle vital dans la régulation du climat en captant un quart du carbone que nous rejetons dans l'atmosphère. Elles empêchent la désertification en participant au cycle de l'eau. Enfin, elles accueillent plus de 50 % de la biodiversité terrestre si utile à l'humanité.

- > 200 km² de forêts disparaissent chaque jour dans le monde
- > 20% des gaz à effet de serre sont émis par la déforestation

Le WWF-France développe des actions de protection et de bonne gestion des forêts en Guyane, Nouvelle Calédonie, dans le Bassin du Congo et en méditerranée.

Plus particulièrement pour les forêts méditerranéennes, ses missions consistent à :

- ✓ **Protéger** : par l'acquisition puis la gestion de parcelles menacées par les activités humaines en forêt méditerranéenne,
- ✓ **Comprendre** : en menant des études visant à accroître la connaissance des forêts méditerranéennes pour mieux les protéger,
- ✓ **Sensibiliser** : le plus grand nombre aux richesses des forêts méditerranéennes et à la prévention contre les incendies.

La Poste, par cette convention, soutient l'action du WWF-France en faveur de préservation des forêts.

Le Courrier réduit son empreinte écologique

La prise en compte de l'intérêt général dans la prise de décision entrepreneuriale est la « marque de fabrique » de La Poste et se traduit par une politique volontariste en matière de « développement responsable ».

La Poste a défini une politique de papier responsable s'engageant à maîtriser ses consommations et à généraliser l'utilisation du papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement pour l'ensemble de ses besoins propres.

Une utilisation raisonnée du papier est indissociable d'une politique de transports propres. Utiliser des véhicules électriques, passer progressivement de l'avion au rail, former les facteurs à l'éco-conduite : autant d'actions illustrant la volonté du groupe La Poste de développer une activité « écolo-compatible » et responsable.

Une politique ambitieuse en faveur des transports propres

La Poste est la 1ère entreprise de transport de France. Elle intègre complètement dans son modèle économique le changement climatique et les risques qu'il induit pour ses activités. Elle a, à ce titre, profondément adapté sa politique transport avec la volonté d'améliorer continuellement la performance environnementale de sa flotte de véhicules. Son but : réduire les émissions de CO₂ des activités de transport tout en répondant aux obligations de Service Universel et aux attentes de tous ses clients.

- *Passer de l'avion au rail*

Le mode ferroviaire électrique est le mode de transport propre par excellence : il émet moins de CO₂ que le transport aérien et une rame de TGV est capable de transporter autant de courrier que 25 véhicules rapides de 3,5 tonnes. C'est pourquoi La Poste et la SNCF ont créé FRET GV fin 2007, une filiale commune pour remplacer progressivement le maximum de liaisons aériennes par du Fret à Grande Vitesse.

- *Constituer une flotte de véhicules propres*

Une consultation internationale a été lancée par La Poste pour intégrer dans sa flotte 500 véhicules électriques, avec pour objectif 10.000 voitures de ce type d'ici 5 ans si l'expérience réussit.

Cette consultation a été un succès, puisque de nombreux opérateurs et industriels recourant aux technologies du monde entier ont répondu.

Deux constructeurs ont été retenus à l'issue de cette consultation : Microvett/Newteon et Venturi automobiles. L'un comme l'autre sont associés à un grand industriel automobile : FIAT pour Microvett/Newteon et PSA pour Venturi automobiles. Microvett/Newteon et Venturi automobiles vont chacun fournir à La Poste un prototype sous 2 mois. Ces prototypes seront testés pendant l'été. A l'issue de cette étape, chacun des 2 constructeurs fournira à La Poste 4 à 5 véhicules « tête de série », qui seront utilisés en condition réelle par des facteurs à l'automne.

- *Une véritable gamme de véhicules économes en CO₂*

Après un test concluant en 2007 (les facteurs l'ont testé à Mulhouse, Limoges, Guyancourt, Saint Gilles Croix de vie, Saint Omer, Paris, Valence, Laon, Les Riceys, et Modane), 300 quads électriques (puis 3000 d'ici 2012) font l'objet d'un appel d'offres.

Les premiers camions double pont arrivent dès cette année, avec à la clé 30 % de réduction des émissions de CO₂.

- *Former les facteurs à l'éco-conduite*

60 000 facteurs vont être formés à l'éco-conduite d'ici 2009 (8600 facteurs l'ont déjà été depuis 2007) avec un objectif annuel de 5 millions de litres de carburant économisés et 10 000 tonnes de CO₂ rejetées en moins.

Une diminution de l'empreinte écologique des bâtiments

Pour exercer ses activités, La Poste occupe près de 7,8 millions de m² de surfaces de bâtiments. Elle y consomme de l'énergie, de l'eau et y génère des déchets. La Poste s'est engagée à limiter les impacts environnementaux de ses sites en réalisant des constructions innovantes. L'intégration de critères HQE (Haute Qualité Environnementale) dans les bâtiments logistiques est une démarche nouvelle.

Le Courrier a lancé des expérimentations destinées à prouver que cette façon de concevoir un bâtiment peut limiter les impacts environnementaux des bâtiments tout en étant rentable. La future plate-forme de préparation et de distribution courrier de Montélimar sera certifiée Haute Qualité Environnementale. De même, à Faulquemont, en Lorraine, la construction de la nouvelle plate-forme de distribution et de préparation courrier a été pensée dans un esprit de « construction durable ». Elle intègre des matériaux et des équipements respectueux de l'environnement (un puits canadien, un bardage acoustique, un système de récupération d'eau pluviale et un chauffage solaire). Elle a obtenu le label Lorraine Qualité Environnement.

Le papier, un rôle économique et sociétal à préserver

Un club pour fédérer toute la filière courrier

Raymond Redding, Directeur Général Délégué du groupe La Poste, Directeur du Courrier et Président de Sofipost, holding des filiales Courrier du groupe La Poste et Franck Glaizal, Président de GPV, Président du Syndicat Général des Fabricants d'Enveloppes, Pochettes et Papiers à Lettres, ont créé « Le Club Courrier » en 2004 avec pour objectif de promouvoir le courrier comme mode de communication et d'améliorer toute la chaîne de traitement du courrier, de l'émetteur au destinataire. Le Club Courrier fédère les acteurs de la filière du courrier : fabricants d'enveloppes, imprimeurs, producteurs et loueurs d'adresses, les gestionnaires de bases de données, les routeurs, les agences de marketing direct...pour mieux en faire connaître les enjeux économiques.

Le papier a de nombreuses vertus

=> Le papier est le matériau le mieux recyclé

En France, 62% des papiers et cartons produits sont récupérés à des fins de recyclage, faisant du papier le matériau le mieux recyclé. Le papier est recyclable jusqu'à 5 fois. En Europe, les Irlandais et les Allemands atteignent des taux de récupération du papier proches de 80%.

=> Le papier joue un rôle primordial dans le développement culturel

Le papier contribue au combat contre l'illettrisme et aide à la transmission des savoirs. Il revêt importance particulière dans les pays émergents qui doivent être en mesure d'utiliser cette ressource primordiale dans l'apprentissage de la lecture et la transmission de la culture. Il permet de transmettre les savoirs et participe à la conservation du patrimoine. Le papier véhicule l'essentiel des échanges intellectuels de notre temps.

=> Le papier recyclé contribue au développement économique du pays

La Poste est l'un des principaux acheteurs de papier recyclé, représentant ainsi un levier important en termes de contribution à l'économie. En utilisant massivement du papier recyclé, La Poste joue un rôle essentiel dans le déploiement de la filière de papier recyclé encore trop peu développée et pourtant fortement créatrice d'emplois. Au-delà de l'industrie papetière, le marché du papier recyclé soutient la filière de tri et de recyclage des déchets papiers. De plus, si le papier vierge est souvent importé, le papier recyclé, pour sa part, n'utilise que des ressources nationales. En utilisant du papier recyclé chaque fois que cela est possible, La Poste contribue ainsi de façon positive à la gestion des déchets et au développement de filières économiques locales (collecte, tri, valorisation/traitement).

=> Le papier, vecteur d'émotion

Ouvrir, lire, conserver, relire une lettre,... autant de moments précieux dans nos vies quotidiennes. 84% des Français, toutes générations confondues, déclarent que recevoir un courrier papier est plus important que de recevoir un mail ou un SMS. Plus Internet se développe, plus le Courrier retrouve et brandit les attributs qui lui sont propres: média du toucher, média du contact et de la proximité, média non intrusif, il est apprécié pour sa capacité d'information, d'implication et de pérennisation des écrits.

☑ Le gaspiller, c'est le menacer

=> Les forêts sont des maillons essentiels de la chaîne de la vie

Les forêts jouent un rôle vital dans la régulation des climats et du cycle de l'eau et sont des écosystèmes les plus riches et utiles de la planète. Selon les scientifiques, les forêts du monde renferment plus de 50 % de la biodiversité terrestre. Près de la moitié du papier consommé en France provient du marché mondial. Or, les enjeux en France et dans le monde sont importants. Chaque semaine 200 000 hectares de forêts tropicales disparaissent. On estime que 20% des gaz à effet de serre émis dans l'atmosphère proviendraient de la déforestation. Une exploitation forestière peu respectueuse de la nature et de l'homme, ainsi que des coupes pour installer des plantations industrielles, telles que le palmier à huile et le soja, sont les causes principales de cette disparition. Les zones tempérées et boréales subissent, elles aussi, des pertes importantes de leur biodiversité. En France, où les forêts augmentent en surface depuis la fin du 19ème siècle, seulement 1% des forêts sont bien protégées pour l'importante biodiversité qu'elles abritent. De plus, près de 100 espèces forestières sont menacées d'extinction. En effet la gestion forestière classique a tendance à uniformiser les milieux, ce qui diminue d'autant la diversité de la faune et de la flore.

☑ Mieux l'utiliser, c'est le préserver

=> Utiliser du papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement

Parce qu'il considère que l'écrit est un formidable vecteur de communication et d'émotion, le groupe La Poste agit auprès et avec ses clients, ainsi qu'avec les acteurs de la chaîne de valeur du media papier pour combattre les idées reçues et promouvoir une utilisation responsable de celui-ci. Par ailleurs, par souci d'exemplarité, il maîtrise ses propres consommations et recourt au papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement, de façon systématique pour ses besoins internes et de manière ciblée pour la fabrication de ses produits.

Si pour certaines applications techniques, l'utilisation du papier recyclé n'est pas possible et nécessite du papier vierge, La Poste a décidé d'acheter, d'utiliser et de promouvoir le papier issu de forêts gérées durablement.

Le Courrier s'est fixé comme objectif à 2012, d'utiliser à minima 80 % de papier recyclé ou issu de forêts gérées durablement.

=> Viser juste

La Poste permet d'optimiser les quantités distribuées, en privilégiant la qualité de l'adresse et la qualité des bases de données. La Poste, au travers de sa filiale Mediapost, propose des milliers de critères de ciblage aux annonceurs afin de sélectionner pour chaque opération le quartier, la rue voire la boîte aux lettres la plus pertinente pour une efficacité accrue des campagnes de communication. Les outils de La Poste permettent de quantifier très précisément les volumes d'imprimés à distribuer.

=> Eco-concevoir

La filière papetière propose aujourd'hui, à des prix compétitifs, des papiers écologiquement peu impactant et de très bonne qualité. Diminuer le grammage du papier (choisir un papier de 80g/m² au lieu de 100 réduit la consommation de 20%), utiliser des encres végétales, veiller au sein de l'imprimerie à une gestion rigoureuse des produits utilisés : autant d'actions en faveur d'une conception responsable des imprimés.

=> Optimiser le transport pour la distribution

La Poste va progressivement équiper ses facteurs de véhicules électriques contribuant à la réduction des émissions de CO₂. De même, pour réduire le nombre de camions sur la route, Mediapost a équipé ses semi-remorques d'un étage modulable qui permet d'augmenter leur capacité volumétrique de 80%. Mediapost réalise ainsi 80% de ses chargements en se greffant sur des transports incomplets et utilise le ferroutage à chaque fois que possible. Ce sont ainsi des dizaines de milliers de kms par la route évités chaque année.

Des actions concrètes du Courrier pour préserver la ressource papier

Les activités de La Poste sont intimement liées au papier. La Poste a donc décidé d'adopter une politique proactive et exemplaire pour ses propres consommations et celles de ses clients. Plus des ¾ du papier utilisé pour les publications internes et externes de La Poste est d'ores et déjà recyclé.

Une gamme de produits éco-conçus « Pour la Planète »



La Poste a créé en 2006 la gamme « Pour la Planète ». Chaque produit de la gamme répond à un cahier des charges très strict. Une commission dédiée, composée de représentants de La Poste, de l'ADEME et d'associations de consommateurs, détermine les familles de produits éligibles. Elle définit et évalue les critères environnementaux pour chaque produit. L'éco-carnet de timbres « Pour la Planète » lancé en janvier 2007, est le premier produit commercialisé respectant cette démarche. Les Prêt-à-Poster NF Environnement sont disponibles depuis avril 2007. La Poste

travaille même à des Prêt-à-Poster entièrement éco-conçus.

L'éco-carnet est un carnet de timbres Marianne « éco-conçu », plus respectueux de l'environnement. Celui-ci comporte deux timbres en plus (12 au lieu de 10), pour une surface de papier quasi identique, ce qui permet de diminuer de 13% les quantités de papier utilisées, soit une économie de 12 tonnes de papier par an. Ces timbres sont



par ailleurs imprimés sur des papiers contenant 56% de fibres certifiées FSC, et diminuant les risques de déforestation et d'émission de gaz à effet de serre en privilégiant les approvisionnements locaux (forêt des Landes). Leur encre rouge ne contient pas de substances dangereuses et leur colle est dépourvue de solvant.

Le guide de l'éco-conception des campagnes publicitaires

Soucieux d'inscrire la publicité non adressée dans une boucle vertueuse et respectueuse de l'environnement, Mediapost a mis en place une démarche volontaire destinée à encourager l'éco-conception des courriers publicitaires.

Mediapost a mené, avec le concours de Carrefour et l'ADEME, une analyse de cycle de vie sur un catalogue distribué en boîtes aux lettres. Les résultats de cette analyse dégagent diverses pistes faciles à mettre en œuvre pour éco-concevoir ses campagnes :



- 1/ Choisir un papier en fonction de critères environnementaux
- 2/ Encourager la collecte et le recyclage des PNA (publicités non adressées)
- 3/ Choisir des imprimeurs en fonction des critères environnementaux,
- 4/ Choisir une conception graphique limitant les quantités d'encre et de papier utilisées

5/ Choisir des modes de transport ayant un moindre impact environnemental

A partir de cette analyse, Mediapost a réalisé un Guide de la PNA efficace et durable diffusé auprès de ses clients et prospects. L'objet de ce guide est de sensibiliser à l'importance d'éco-concevoir une campagne de PNA tout en conjuguant efficacité, maîtrise des coûts et rentabilité.

Par ailleurs, La Poste propose aux professionnels un atelier pour éco-concevoir les mailings à l'occasion du salon MD Expo qui se tient actuellement Porte de Versailles à Paris.

Lettre MAX, Pack Ma Nouvelle Adresse, des produits éco-conçus



Pour accompagner les évolutions des modes de consommation liées au e-commerce, et faciliter notamment les échanges de petits objets des professionnels et des particuliers, La Poste a lancé la Lettre MAX pour les envois des petites marchandises. Ce produit éco-conçu, léger et monomatériau, est 100% recyclable.

Le Pack Ma Nouvelle Adresse est la solution « tout en un » pour les déménagements. Ce pack regroupe un contrat spécifique de réexpédition définitive du courrier pour six mois ainsi que des supports destinés à accompagner le client à chaque étape le déménagement. Ces supports sont réalisés sur du papier 100% recyclé ou issu de forêts gérées durablement et entièrement recyclable.



Ces deux produits ont été conçus en 2007 sur du papier issu de forêts gérées durablement. Dans le cadre du partenariat signé avec le WWF-France, ils ont vocation dans l'avenir à l'être sur du papier labellisé FSC.

La Poste va plus loin : bientôt une offre « à découvert »

Les blisters, films plastiques enveloppant catalogues et magazines, nuisent au recyclage. Ils sont en effet trop fins pour être recyclés.

Or, dans une logique d'éco-conception, il est essentiel de choisir des conditionnements plus sobres en emballages pour minimiser les déchets et réduire la consommation d'énergie et d'émissions de CO₂ lors du transport.

La Poste, après un test concluant en 2007, lancera fin 2008, une offre « à découvert », c'est-à-dire permettant d'envoyer des catalogues sans films plastiques ni enveloppes. Les supports seront ainsi directement personnalisés et diffusés avec à la clé, des économies de ressources.

La performance de l'adresse qu service de l'environnement

La Poste a décidé de créer, dans le cadre de son programme de modernisation industrielle Cap Qualité Courrier, une Plate-forme Nationale pour la Performance de l'Adresse (PNPA) à la Roche sur Yon. Cette plate-forme traitera 30 millions de plis « Alliage » par an (Alliage est une solution proposée aux entreprises pour leur permettre de mettre à jour quotidiennement et facilement leurs fichiers Adresse). En s'appuyant sur les nouvelles technologies, la PNPA flashera les codes à barres des plis Alliage et restituera l'information aux clients le jour même. Ceux-ci pourront donc retirer de leurs fichiers les adresses erronées et éviter ainsi l'envoi de courrier inutile. La PNPA assurera ensuite avec les entreprises de la région, le recyclage des plis. Chaque année, ce sont ainsi 1800 tonnes de papier qui seront recyclées et 300 tonnes de CO2 rejetées en moins.

Des facteurs habillés en coton équitable

La Poste a ancré le coton équitable dans la fabrication de ses vêtements professionnels. En 2007, 350 000 pièces vêtements en coton équitable ont été commandés par les factrices et les facteurs, soit à eux seuls 11% du volume de coton équitable vendu en France ! Avec 341 tonnes de coton graine achetées en provenance d'Afrique de l'Ouest, La Poste est devenue un acteur incontournable sur ce marché contribuant à l'aide à la scolarisation des enfants de producteurs, à la construction de nouveaux puits et à l'achat de matériel agricole.

La Poste met en place une politique nationale de gestion sélective des déchets pour ses propres consommations

Le Courrier déploie une politique nationale de gestion sélective de ses déchets. Dès 2008, les sites de plus de 1500 m² (soit les 400 sites les plus importants) vont valoriser leurs déchets. Fin 2009, tous les sites du Courrier auront mis en place une gestion sélective des déchets. Plus le tri sera fin et de qualité, mieux le papier sera recyclé, mieux la prestation sera valorisée.

Des initiatives locales se développent ainsi partout en France comme à Rennes, Nantes, ou encore Angers qui travaille en collaboration avec un centre d'aide par le travail (CAT) pour la récupération et la valorisation du papier usagé.

La Poste va plus loin en recyclant le papier d'autres acteurs

Un partenariat en Ile-de-France est actuellement en cours de définition avec Nouvelle Attitude, une entreprise d'insertion agréée, spécialisée dans le recyclage des papiers de bureaux.

Ce partenariat vise à développer fortement la récupération de papiers de bureaux usagés, à accompagner la création de nouveaux emplois dans les métiers du recyclage pour des personnes en insertion et à fournir une ressource valorisable de qualité aux papetiers recycleurs français. Il contribuera au soutien des économies territoriales grâce à la création de nouvelles activités, locales et durables.

Afin de développer des comportements exemplaires au sein même de La Poste, des actions de sensibilisation seront menées auprès de l'ensemble des établissements et les processus et moyens de récupération des papiers usagés seront testés et mis en place. Il s'agira également d'exploiter les structures logistiques du Courrier pour collecter et concentrer les papiers usagés en provenance des PME et collectivités locales et les mettre à disposition de Nouvelle Attitude qui sera chargée de les trier, de les conditionner et de les acheminer à destination des papetiers recycleurs. Cette initiative est soutenue par la CGPME.

Lutter contre les idées reçues

Préserver la ressource papier ne consiste pas à ne plus l'utiliser le papier mais à mieux l'utiliser.

Nous sommes tous conscients que le papier a des impacts sur l'environnement. Toutefois, grâce à l'adoption d'une politique de « papier responsable », La Poste entend bien montrer qu'une utilisation responsable du papier est possible. Son ambition est également de lutter contre les idées reçues et de montrer sous quelles conditions les voies dématérialisées peuvent être une solution écologique, et de mettre en lumière d'autres problématiques émanant des nouvelles technologies (consommation d'énergie, utilisation de produits toxiques, production de déchets, effets méconnus sur la santé à long terme, etc.).

VRAI/FAUX

=> Le Papier détruit les forêts

VRAI et FAUX. 59,2 % de la consommation de papier en France restent satisfaits par les importations. En France, l'industrie papetière ne participe pas à la déforestation ni à la disparition des forêts vierges (qui n'existent plus depuis longtemps). Au contraire, elle fournit un débouché économiquement viable pour tous les sous-produits de la gestion forestière. Cependant, les enjeux de biodiversité existent aussi, avec plus de 200 espèces forestières menacées. Les papiers importés viennent majoritairement des pays nordiques, les plus grands producteurs de papier au monde étant canadiens ou finlandais. Or les fibres de bois peuvent venir de forêts mal gérées ou exploitées illégalement, notamment de Russie (20% d'exploitation illégale), d'Asie du sud-est (80% d'exploitation illégale) ou d'Amérique Latine, exerçant une pression supplémentaire sur des forêts tropicales déjà menacées de disparition.

Face aux problèmes de mauvaise gestion forestière et de déforestation et sous l'action des ONG et des gouvernements, des labels de bonne gestion forestière sont apparus et l'on voit aujourd'hui se multiplier les forêts certifiées gérées durablement, c'est-à-dire intégrant les notions de respect des populations locales et du droit du travail, de préservation de la biodiversité et de richesse sylvicole, et de sauvegarde des forêts primaires.

=> On peut maîtriser la pollution engendrée par la fabrication du papier

VRAI. La transformation du bois en papier nécessite de grandes consommations d'eau, d'énergie et de produits chimiques, entraînant des impacts sur l'environnement. Toutefois, en Europe et plus particulièrement en France, en investissant massivement dans des procédés moins polluants, l'industrie papetière a considérablement réduit ces nuisances environnementales. On enregistre en 20 ans une diminution de 80% des rejets dans l'eau, un traitement et une maîtrise des rejets dans l'atmosphère et une diminution de plus de 30% des consommations d'énergie alors que la production française augmente (source : Copacel).

Autre solution pour réduire les désordres sur l'environnement : avoir recours à des fibres recyclées. En effet, cela permet de réduire de façon très significative les consommations et rejets lors de la fabrication du papier. En effet, en valorisant 1,2 tonnes de déchets papier, on peut produire 1 tonne de papier recyclé ; on divise par 10 la consommation d'eau et par 5 la consommation d'énergie (source : Ademe).

En France, l'industrie papetière est l'une des industries qui a le plus progressé dans la réduction de ses impacts sur l'environnement.

Par ailleurs, de nombreuses papeteries, au travers le monde, s'engagent désormais dans un processus volontaire de gestion de l'environnement sur leurs sites de production (normes ISO 14001, EMAS, écolabel européen, etc.) qui permet de mieux maîtriser leurs impacts environnementaux.

Aujourd'hui, une large part de la production française de pâtes, papiers et cartons provient de sites certifiés. En 2006, on comptait en France 74,6% des sites industriels certifiés (source : Copacel).

Ces progrès ne sont malheureusement pas largement partagés dans le Monde. En Indonésie, ou deux des 5 plus grosses usines de pâte à papier sont présentes à 200 km l'une de l'autre, les dégâts sur les eaux et la qualité de l'air sont considérables.

=> Les papiers et cartons sont les matières les plus recyclables et les mieux recyclés

VRAI. Le papier est l'un des matériaux les mieux et les plus recyclés sur terre puisqu'il peut être re-utilisés jusqu'à 7 fois ! Aujourd'hui, les Papiers et Cartons Récupérés (PCR) représentent la matière première majoritaire de l'industrie papetière. Ils sont issus des chutes de fabrication, des collectes auprès des ménages, des industriels et des commerçants, des invendus. Les papiers et cartons recyclés sont utilisés dans la production du papier et carton en remplacement complet ou partiel des fibres cellulosiques vierges extraites du bois. Ceci est particulièrement vrai pour la fabrication du papier qui utilise plus de 80% de fibres recyclées.

L'Ademe (agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) annonce des taux de recyclage de 90 % dans l'industrie. Il est donc indispensable de trier, de collecter et valoriser le papier qui n'est pas un rebut mais une véritable matière première secondaire. C'est également l'objectif du système d'éco-contribution. En s'acquittant de l'éco-contribution, les émetteurs de papier assument leur responsabilité environnementale et permettent aux collectivités locales d'optimiser la gestion du papier en favorisant son recyclage et donc son réemploi.