

## FICHE N°3

# Mailings et publipostages

Dans le cadre de cette fiche d'aide à l'éco-conception, Ecofolio s'attache à apporter des solutions pour vous aider à éco-concevoir vos mailings et publipostages, grâce à des focus sur les différentes étapes de conception qui impactent directement votre déclaration à Ecofolio. Cette démarche vous aidera à :

- Accéder au bonus du barème éco-différencié ;
- Limiter les malus liés à la présence des éléments perturbateurs du recyclage.

## Désignation des Mailings et publipostages

Communication à vocation publicitaire ou informative envoyée en nombre par voie de correspondance et comportant un message non individualisé.

## Quatre familles de leviers d'actions s'offrent à vous



La quantité juste pour le bon usage : maîtrisez les **volumes et le grammage de papiers** que vous émettez.



Privilégiez l'**utilisation de fibres recyclées (accès au bonus)** ou à défaut issue de forêts gérées durablement (IFGD), conformément aux exigences de l'Ecolabel européen appliqué aux papiers.



Pensez à la fin de vie dès la conception : **évités les éléments perturbateurs** identifiés par le barème éco-différencié afin de ne pas nuire à la recyclabilité de votre produit.



Pensez aux petits **gestes éco-citoyens** qui font une grande différence pour vos lecteurs et clients.

## Composition

En règle générale, le mailing est composé de plusieurs éléments :



L'enveloppe blanche ou personnalisée



Parfois un ou plusieurs documents imprimés de diverses natures (imprimés publicitaires, catalogues...)



Un courrier d'accompagnement



Parfois une enveloppe retour

## ÉTAPE 1 : DÉFINITION ET CONCEPTION

### Avec qui ?

A conduire avec votre agence de communication/création, vos chargés de projet, créatifs et graphistes.

### Comment ?

Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	Privilégier les <b>formats standards</b> (type A3, A4, A5, etc.)	En choisissant un format standard de document, les déchets liés à la fabrication (chutes de façonnage, gâche papier) sont souvent réduits car les lignes de production chez un imprimeur sont adaptées pour les formats classiques.
	Établir un <b>plan de communication</b> Faire un <b>retour d'expériences</b>	En établissant un plan de communication, c'est-à-dire l'identification de la cible et des objectifs que vous visez à travers l'édition de votre publication, vous assurez la bonne rentabilité de votre investissement publicitaire. Analysez ensuite l'impact effectif de votre campagne sur vos ventes et/ou votre fréquentation permet d'évaluer sa pertinence et son efficacité au vu des objectifs visés, et, dans une démarche d'amélioration continue, cela peut vous mener à réviser votre stratégie pour les campagnes suivantes.
	Être vigilant à l' <b>obsolescence</b> du document et de son contenu donc à la <b>périodicité de parution et aux quantités</b>	Un imprimé dont le contenu est susceptible d'évoluer rapidement devient très vite «obsolète». Lorsque cela est possible, évitez donc de mentionner des informations rapidement invalides, et, afin de rallonger la durée de vie de vos supports papier, n'hésitez pas à les compléter avec les autres canaux de communication (site web, code barre 2D, blog...) qui peuvent être mis à jour régulièrement et facilement. Chaque media a ses atouts !

Volume de papiers



Bonus





Malus



Geste éco-citoyen








Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	Porter un soin particulier à la <b>mise en page et à la maquette</b>	Sur ce point, nous vous conseillons notamment : <ul style="list-style-type: none"> <li>- de limiter les aplats de couleur sur les tirages en grand nombre,</li> <li>- d'optimiser la gestion de l'espace tout en conservant la lisibilité : taille des interlignes, largeur de la marge, polices de caractères...</li> </ul>
	Éviter l'ajout d' <b>éléments plastiques, d'accessoires ou de papiers résistants à l'eau</b>	Tout ajout d'éléments dits «non pulpables» de type inserts ou accessoires (CD, échantillons, cartes plastiques...) solidaires de votre document rend son recyclage plus difficile (Voir page 35 de la documentation B.E.D.).

## ÉTAPE 2 : RÉALISATION




### Avec qui ?

À conduire avec votre agence de communication et votre imprimeur.

### Comment ?

Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	Privilégier la <b>fibre recyclée ou à défaut issue de forêts gérées durablement (IFGD)</b>	Privilégiez l'utilisation d'un papier composé d'au moins 50% de fibres recyclées pour bénéficier d'un bonus (Voir page 12 de la documentation B.E.D.).  A défaut d'avoir recours aux papiers recyclés, afin d'éviter un malus, exigez les papiers certifiés issus de forêts gérées durablement (Voir page 13 de la documentation B.E.D.). Référez-vous aux critères de l'Ecolabel européen (fibres vierges couvertes par des certificats en cours de validité dans le cadre d'un système de certification indépendant ; FSC, PEFC ou équivalent) et démontrant la gestion durable des forêts et la conformité de la chaîne de contrôle.
	Optimiser le <b>grammage du papier</b>	Le grammage du papier a un impact direct sur le poids final de votre document. Il se répercute sur vos quantités de papiers consommées et donc sur votre éco-contribution Ecofolio.  En réduisant le poids de vos documents papiers, vous allégez vos impacts environnementaux et le coût de votre document.
	Écarter les <b>impressions jet d'encre</b>	Tout comme pour les papiers couleur (teinté dans la masse), l'impression jet d'encre pose problème lors du recyclage (phase de désencrage) (Voir page 33 de la documentation B.E.D.).  Les procédés de désencrage se basent sur la technologie de flottation en utilisant le caractère hydrophobe de la grande majorité des particules d'encre. Or, les encres des impressions jet d'encre sont généralement non hydrophobes.  Vous serez donc soumis à un malus si vous recourez à ce type d'impression sauf si (i) seul le bloc d'adresse est imprimé en jet d'encre ou si (ii) vous pouvez justifier d'un score supérieur à 70 au test INGEDE 11 (Voir page 40 de la documentation B.E.D.).
	Imprimer <b>recto-verso</b>	Cette précaution évidente mérite d'être rappelée.  Un flyer en format A5 imprimé recto-verso offre la même surface de communication qu'un A4 imprimé sur un seul côté.
	<b>Privilégier les fenêtres en papier cristal</b>	Si vous utilisez les enveloppes à fenêtre, évitez la fenêtre en plastique qui génère des déchets lors du recyclage et un malus à votre éco-contribution.  Au contraire, la fenêtre en papier cristal est recyclable (Voir page 34 de la documentation B.E.D.).  C'est ainsi un des critères pour obtenir le label NF environnement.





Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	Exclure les <b>colles</b>	<p>Un produit papier sur lequel est apposée une colle (façonnage, reliure ou fixation d'inserts) pénalise le recyclage du document. Il est soumis à un malus (Voir page 37 de la documentation B.E.D.).</p> <p>S'agissant de la reliure de vos brochures ou plaquettes, il est donc préférable d'avoir recours aux agrafes, rivets ou attaches facilement éliminables dans le process de recyclage du papetier.</p> <p>Néanmoins, vous pouvez bénéficier d'une exonération de malus sur les colles si vous pouvez justifier auprès d'Ecofolio d'un score supérieur à 70 au test INGEDE 12 comme le prévoit aussi l'Ecolabel européen (Voir page 41 de la documentation B.E.D.).</p>
	Choisir un <b>imprimeur responsable</b>	<p>Le choix de votre prestataire peut se faire à la lumière de ses engagements en matière d'environnement. Ainsi, privilégier un imprimeur engagé dans l'environnement (certifié ISO 14001), c'est s'assurer de la maîtrise des impacts environnementaux du site d'impression.</p> <p>Pensez également à optimiser la distance entre le lieu d'impression et la zone de distribution, afin de réduire les impacts liés à la logistique et au transport.</p>
	<b>Ajuster les quantités</b>	<p>Adaptez vos quantités aux besoins réels définis dans le plan de communication, et faites attention au piège des «1000 supplémentaires» qui, certes fait baisser les prix unitaires, mais qui peut aussi faire augmenter les volumes non distribués de façon significative.</p>

## ÉTAPE 3 : DIFFUSION

### Avec qui ?

À conduire avec votre distributeur.

### Comment ?

Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	<b>Affiner vos modes de diffusion</b>	<p>Pensez à mettre régulièrement à jour vos listes d'adresses en tenant compte par exemple des retours de courriers. Soyez vigilant aux PND (Plis non Distribuables).</p>
	<b>Déclarer vos tonnages</b>	<p>Le code de l'Environnement rend le donneur d'ordre d'un mailing ou publipostage responsable du financement de son recyclage.</p> <p>L'outil MesPapiers permet à la fois de suivre vos tonnages en temps réel, de gérer les critères du barème éco-différencié et de préparer votre déclaration annuelle.</p>

Volume de papiers



Bonus



Malus



Geste éco-citoyen






# ÉTAPE 4 : SENSIBILISATION AU GESTE DE TRI

## Avec qui ?

Auprès de votre lecteur.

## Comment ?

Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	Informier / Sensibiliser sur les <b>gestes de tri</b>	Veillez à informer clairement l'utilisateur final sur la nécessité de mettre le document une fois utilisé dans le bac de tri adapté. La présence de cette information augmente de manière très significative le taux de recyclage d'un document.  N'oublions pas que la fibre peut être recyclée jusqu'à 5 fois.
	<b>Valoriser votre engagement environnemental</b>	La Boucle papiers est le nouveau marquage produit des adhérents d'Ecofolio pour le recyclage des papiers.  Incarnez la recyclabilité du produit papier et favorisez le geste de tri des citoyens en apposant la Boucle papiers sur tous vos supports. Elle est téléchargeable sur votre espace Emetteur.   Avec Ecofolio tous les papiers se recyclent.

Volume de papiers



Bonus



Malus



Geste éco-citoyen

