

FICHE N°4

Imprimés publicitaires

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 imprimés publicitaires, 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 Imprimés publicitaires

Imprimés (prospectus, brochure, dépliant, flyer, tract, plaquette...) ayant pour objet de promouvoir l'image, les produits ou les services de l'annonceur.

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.

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 formats standards (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 plan de communication Faire un retour d'expériences	En établissant un plan de communication, notamment 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' obsolescence du document et de son contenu donc à la périodicité de parution et aux quantités	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 !
	Porter un soin particulier à la mise en page et à la maquette	Sur ce point, nous vous conseillons notamment : - de limiter les aplats de couleur sur les tirages en grand nombre, pour consommer moins d'encre ; - d'optimiser la gestion de l'espace tout en conservant la lisibilité : taille des interlignes, largeur de la marge, polices de caractères...
	Éviter l'ajout d' éléments plastiques, d'accessoires ou de papiers résistants à l'eau	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.).

Volume de papiers



Bonus



Malus



Geste éco-citoyen







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 fibres recyclée ou à défaut issue de forêts gérées durablement (IFGD)	<p>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.).</p> <p>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.</p>
	Optimiser le grammage du papier	<p>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.</p> <p>En réduisant le poids de vos documents papiers, vous allégez vos impacts environnementaux et le coût de votre document.</p>
	Imprimer recto-verso	<p>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.</p>
	Opter pour une reliure sans colle	<p>Un imprimé publicitaire sur lequel est apposée une colle (façonnage, reliure ou fixation d'inserts) pénalise le recyclage du document. Il est alors 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 la colle si vous pouvez justifier auprès d'Ecofolio d'un score supérieur à 70 au test INGEDE 12 (Voir page 41 de la documentation B.E.D.) comme le prévoit l'Ecolabel européen sur les papiers imprimés.</p>
	Choisir un imprimeur responsable	<p>Le choix de votre prestataire peut se faire à la lumière de ses engagements en matière d'environnement. Ainsi, privilégier un imprimeur 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>
	Ajuster les quantités	<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>

Volume de papiers



Bonus



Malus



Geste éco-citoyen





ÉTAPE 3 : DIFFUSION

Avec qui ?

À conduire avec votre distributeur.

Comment ?




Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	Affiner vos modes de diffusion	<p>Évitez les gaspillages dus à une action mal ciblée et assurez-vous que votre distribution d'imprimés publicitaires décompte les boîtes aux lettres inaccessibles de votre zone géographique.</p> <p>La définition de critères de ciblage (géographiques, sociodémographiques...) permet d'éviter l'envoi du message à des personnes non concernées et optimise votre retour sur investissement.</p> <p>Préférez un ciblage approprié (zone de chalandise, arrondissement, quartier) au lieu de la distribution « toutes boîtes ».</p> <p>Enfin la mise à disposition directement sur le lieu de vente peut également être une solution adaptée pour atteindre votre public.</p>
	Déclarer vos tonnages	<p>Le code de l'Environnement rend le donneur d'ordre d'un imprimé publicitaire 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>

ÉTAPE 4 : SENSIBILISATION AU GESTE DE TRI

Avec qui ?

Après de votre lecteur.

Comment ?

Leviers d'action		Pour aller plus loin...
	Informier / Sensibiliser sur les gestes de tri	<p>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.</p> <p>N'oublions pas que la fibre peut être recyclée jusqu'à 5 fois.</p>
	Valoriser votre engagement environnemental	<p>La Boucle papiers est le nouveau marquage produit des adhérents d'Ecofolio pour le recyclage des papiers.</p> <p>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.</p> <div data-bbox="657 1733 943 1848"><p>Avec Ecofolio tous les papiers se recyclent.</p></div>

Volume de papiers



Bonus



Malus



Geste éco-citoyen

