



Les éditions presse et marketing papier ont toujours une place prépondérante dans la réussite de la relation client. Nouveaux supports et ultra-personnalisation sont autant de nouvelles opportunités qui s'intègrent parfaitement dans une économie circulaire respectueuse de l'environnement.



Des éditions et un marketing plus respectueux de l'environnement, voici tout l'enjeu du défi qu'il nous a été demandé de relever depuis maintenant 5 ans. Nous aurions pu choisir de nous effacer au profit d'autres médias. Mais nous avons préféré chercher, coopérer, et prouver que les éditions papier et leurs modes de diffusion peuvent parfaitement s'intégrer dans un mix média écoresponsable. Mieux encore, qu'ils sont vecteur de nouvelles opportunités et de valeur ajoutée.

Forte de plusieurs mois de recherche et développement, d'analyses, de retours d'expériences clients, menés en collaboration entre Éditeurs, Routeurs et Fabricants avec l'appui de CITEO, la DMA France vous livre l'aboutissement des travaux menés et des solutions proposées.

Innovation

Du changement dans l'enveloppant



1^{er} JANVIER 2017

LOI TRANSITION
ÉNERGÉTIQUE

Interdiction de l'utilisation des emballages **plastique non biodégradables et non compostables** à domicile pour l'envoi de la presse et de la publicité adressée ou non adressée.

1^{er} JANVIER 2022

APPLICATION
DE LA LOI AGECE

Interdiction de l'usage d'emballages **plastique pour l'expédition** des publications de presse et de la publicité, adressée ou non adressée. Cette nouvelle exigence s'ajoute à celle de 2017.



FIN DE L'UTILISATION DU PLASTIQUE, COMPOSTABLE À DOMICILE OU NON.

La DMA France travaille depuis 2017 sur des solutions de routage alternatives et/ou de remplacement du film plastique. Si des options, comme l'envoi à découvert, peuvent fonctionner pour certains types d'envois, de nombreux produits nécessitent la mise en œuvre d'autres solutions, performantes en termes de recyclage, mais répondant aussi aux exigences du marketing direct et de la presse tout en épousant la stratégie des annonceurs (insertion d'encarts, multi-titres, attente des consommateurs d'un produit emballé...).

Propositions

1. Des solutions innovantes de substitution au film plastique



LA MISE SOUS PAPIER THERMOCELLANT

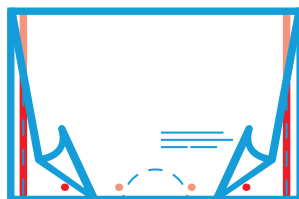
FERMETURE PAR ENDUCTION AQUEUSE

Un résultat visuellement proche du film plastique, pour un investissement raisonnable. La fermeture par enduction aqueuse répond aux contraintes et aux attentes environnementales.

LA MISE SOUS PAPIER EN POINT DE COLLE

CONTENANT ENVELOPPANT

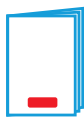
Un produit intégralement enveloppé et protégé offrant une surface personnalisable étendue, avec une fermeture par point de colle conforme aux contraintes et aux attentes environnementales.



2. Des solutions alternatives



Adressage direct



Autocollant retirable



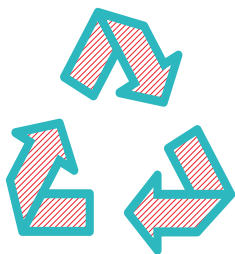
Bandeau



Cavalier

Opportunités

Une nouvelle valorisation des plis



ÉCO-CONSO

RECYCLABILITÉ

L'utilisation du papier offre des solutions respectueuses de l'environnement et parfaitement recyclables. Elles valorisent l'image de marque vertueuse de l'annonceur et de l'éditeur vis-à-vis de leurs clients et lecteurs, tout en permettant une véritable maîtrise des coûts.

HYPER-PERSONNALISATION

UNE RÉELLE VALEUR AJOUTÉE

Ces produits offrent une nouvelle surface de communication, permettant la valorisation de la marque, ou l'opportunité de revenus complémentaires par la commercialisation de l'espace.



La DMA France remercie : Jonathan LALOUM - Groupe Diffusion Plus, Mathieu LEBEL - PRN, Jérémy LEONARDI - RDSL, Mathieu Willot - MDO et Nathalie PHAN PLACE - DMA France pour leurs travaux et la rédaction de ce Guide ainsi que Mélanie EYMAS et Jean-François ROBERT de CITEO pour leur soutien.