

La presse : quel impact sur le climat ?

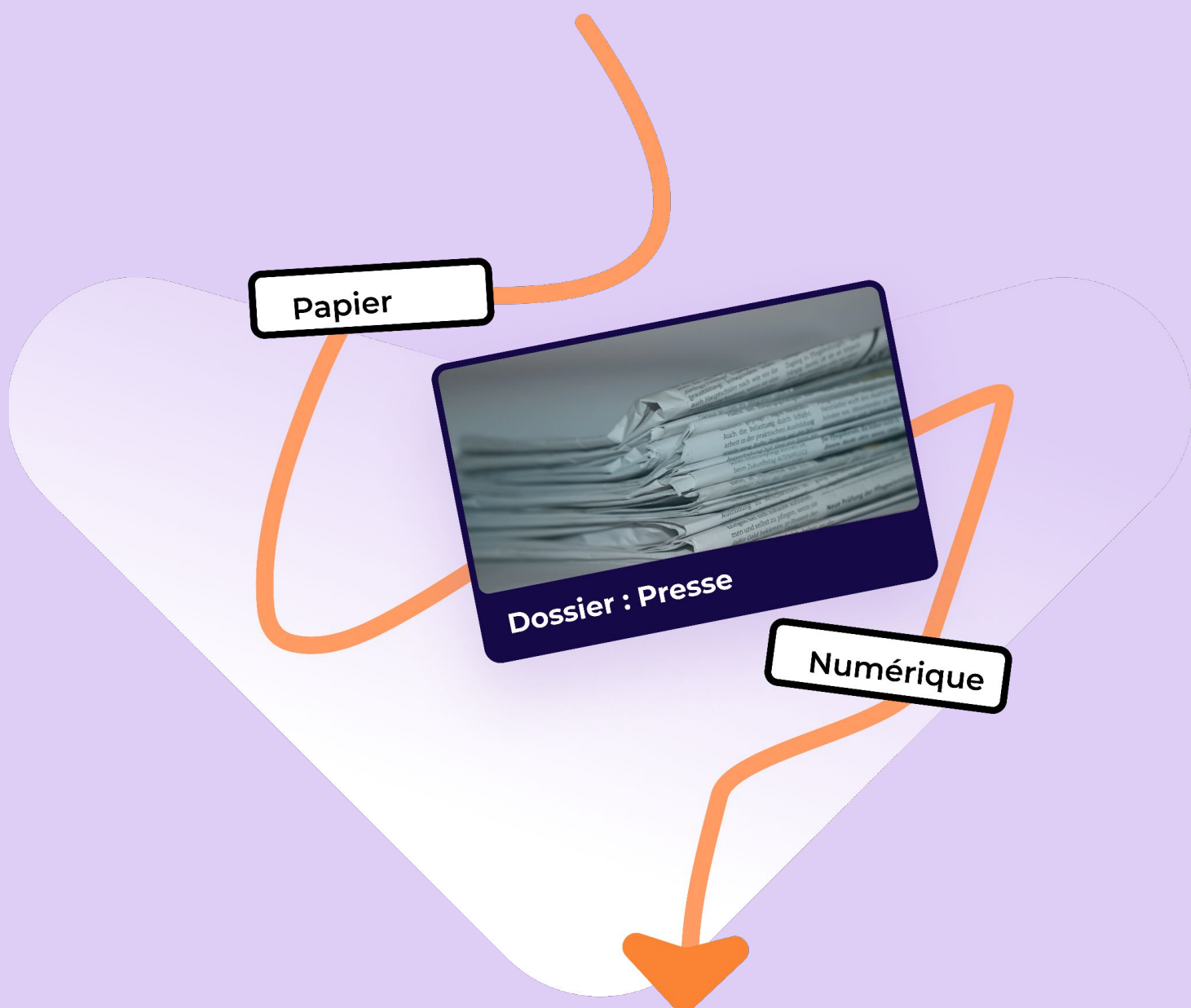


Table des matières

01

Presse papier, d'où viennent les émissions de CO2 ?

Introduction et tour d'horizon	p.3
Le papier	p.6
L'impression	p.7
Le Fret	p.9

02

Comment réduire l'empreinte carbone de la presse papier ?

L'achat de papier recyclé	p.10
Réduire la consommation de papier	p.10
Rendre l'impression plus responsable	p.11
Limiter l'impact du Fret	p.12
Choisir des fournisseurs responsables	p.13
Zoom sur le papier	p.14
Revalorisation des journaux	p.15

03

La presse numérique, d'où viennent les émissions de CO2 ?

Introduction	p.16
Structures des pages	p.17
Utilisation de la vidéo	p.18
La publicité	p.18

04

Comment réduire l'empreinte carbone de la presse numérique ?

Éco-conception et design	p.19
Choix des fournisseurs	p.20
Une publicité responsable	p.20

05

La presse au service du climat

Introduction	p.21
5 actions pour mieux informer	p.22
Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine (SEPM)	p.23
La régie 366	p.23
Le Monde	p.24
Groupe Ebra	p.25
Ouest-France	p.25
20 Minutes	p.26
The Guardian	p.26

06

Pour en savoir plus

Sources	p.27
Découvrir Sami	p.28
Nos clients	p.28



Introduction



Vous lisez la presse ? Alors, vous faites partie des 96% des Français de 15 ans et plus à lire au moins un article de presse par mois en 2022¹. Et oui, nous sommes nombreux !

Cette dernière décennie, la presse a changé de format, moins de papier et plus de numérique avec une circulation de l'information toujours plus rapide. D'ailleurs, les sites web des titres de presse comme Le Monde et Ouest-France sont parmi les 20 sites les plus consultés de France².

Alors nous sommes nombreux à consulter la presse, et heureusement ! Après tout, c'est elle qui fournit une grande partie de l'information qui nous permet d'être actifs en tant que citoyens, notamment sur les sujets climatiques.

Or, si la presse joue un rôle majeur dans le fonctionnement de nos démocraties, elle a aussi un impact environnemental qui peut être difficile à percevoir et notamment un impact sur le climat.

C'est pourquoi chez Sami, nous avons décidé de mettre à disposition toute l'expertise accumulée sur l'impact climatique du secteur de la presse. Et ce, en mettant en avant l'impact négatif du secteur via son bilan carbone, mais aussi l'impact positif du secteur via la sensibilisation des lecteurs. Et bien sûr, puisque chez Sami, nous aimons les histoires qui finissent bien, nous allons parler des solutions possibles pour tendre vers une presse plus sobre que ce soit pour la presse papier ou la presse numérique.

Pour cette étude, nous prenons en compte la presse quotidienne et périodique, nationale et régionale.

Sami est une start up qui a fait de la promotion de l'engagement climat des entreprises son cheval de bataille. Sami accompagne les entreprises, du calcul des émissions de CO2 à l'application d'un plan de réduction de ces dernières !



L'équipe Sami

¹<https://www.acpm.fr/Actualites/Les-publications/Communiqués-de-l-Audience/RESULTATS-ONENEXT-S2-2022>

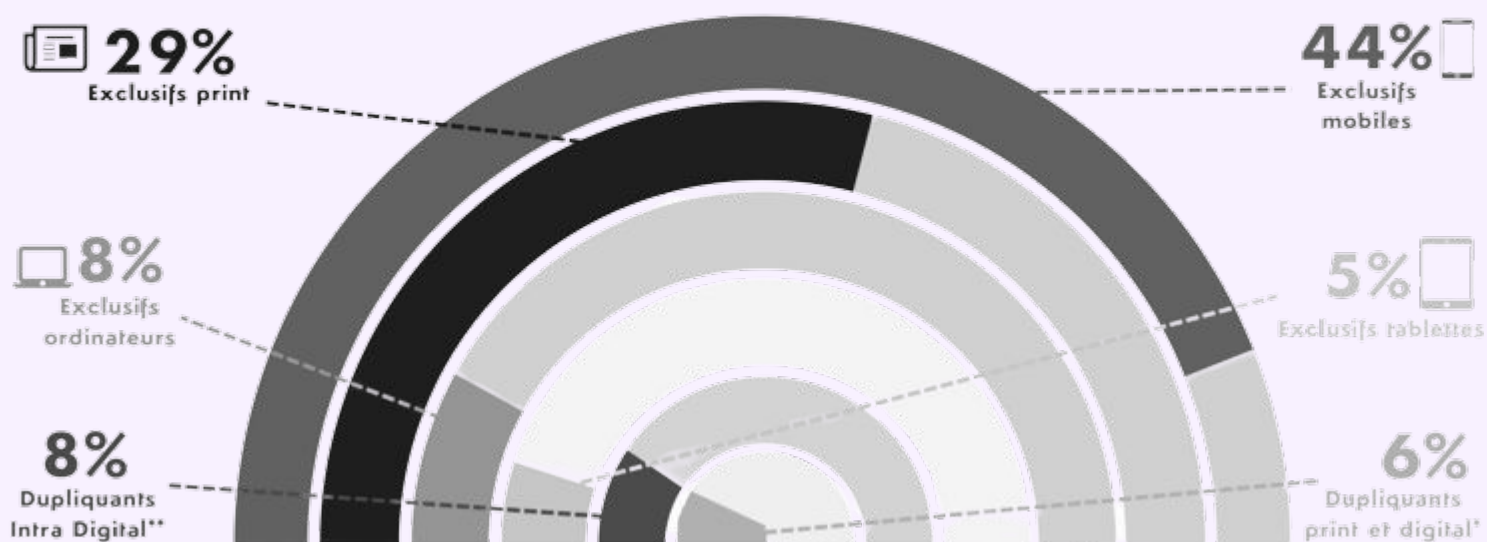
²<https://www.similarweb.com/top-websites/france/> (chiffres d'octobre 2022)





Tour d'horizon de l'impact carbone de la presse papier

La presse papier est historiquement le principal support de la presse écrite. Même si cette réalité a bien changé, 34% des lecteurs en France déclarent lire la presse uniquement sur des supports imprimés³, ce qui rend son impact non négligeable.



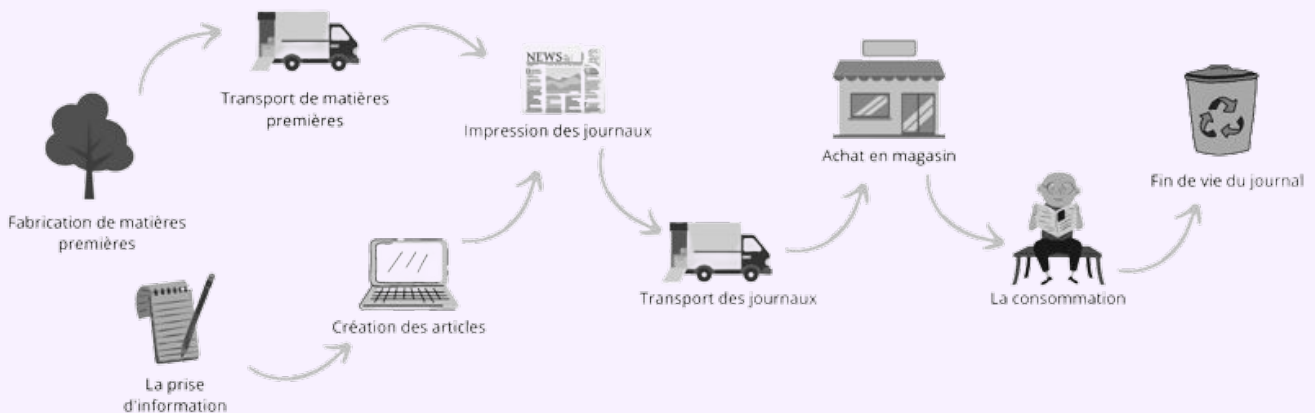
Répartition des lecteurs par support, Etude audience Onenext S2 2022





Presse papier, d'où viennent les émissions de CO2 ?

Pour comprendre les émissions de CO2, il faut comprendre l'ensemble des étapes de transformations qui ont lieu de l'arbre au produit fini (le journal) jusqu'à la poubelle.



Bien sûr, certaines étapes sont plus émettrices que d'autres comme la fabrication du papier, l'impression ou encore les transports.

Pour donner un ordre de grandeur, il est estimé que les émissions de CO2 engendrées par un exemplaire de journal écrit sont de **200gCO2e**.





Le papier : l'impact n°1 du bilan carbone d'un titre de presse

Parmi ce qu'on appelle les "intrants" dans un bilan carbone (c'est-à-dire les matières premières et produits utilisés), le papier représente de loin le premier poste d'émissions et ce du fait de sa production.

En effet, la production de papier est très énergivore et a des impacts environnementaux importants.

Le processus implique de fabriquer de la pâte à papier à partir des arbres, un processus qui nécessite de grandes quantités d'eau pour prélever la cellulose des fibres de bois. Dans ce cadre, la mauvaise gestion des forêts implique une perte de surface forestière, dont des forêts parfois matures, qui représentent un des puits de carbone de la Terre⁴.

Cette pâte est ensuite traitée avec différents produits chimiques puis séchée pour obtenir du papier. C'est cette étape de séchage qui nécessite une grande quantité d'énergie et qui est donc émettrice, notamment en fonction des combustibles utilisés (fossiles ou non)

Ainsi, la base DEFRA (Department for Environment, Food and Rural Affairs) nous indique que la production d'une tonne de papier est responsable de l'émission de 919,4 kgCO₂e⁵ lorsque la matière n'est pas issue de source recyclée. Cependant, un papier issu de papier recyclé a quand même une intensité élevée, que la base DEFRA évalue à 739,4 kgCO₂e.

Avec cela en tête, faisons un rapide calcul pour le cas de la presse quotidienne en 2021 (mois de juin en référence)⁶ :

▶ Rapide calcul

6,6 millions de tirages/mois \times 12 mois = 79,2 millions de tirages

On estime à 180 grammes le poids moyen d'un numéro quotidien en France.
79,2 millions de tirages \times 180 grammes = 14 256 tonnes de papier

14 256 tonnes de papier \times 739,4 kgCO₂e/tonnes de papier = **10 541 tonnes de CO₂**
!

⁴<https://www.novethic.fr/lexique/detail/puits-de-carbone.html>

⁵UK Government, 2021, Excel document "Conversion Factors 2021 Condensed set – revised January 2022, en ligne [ici](#)

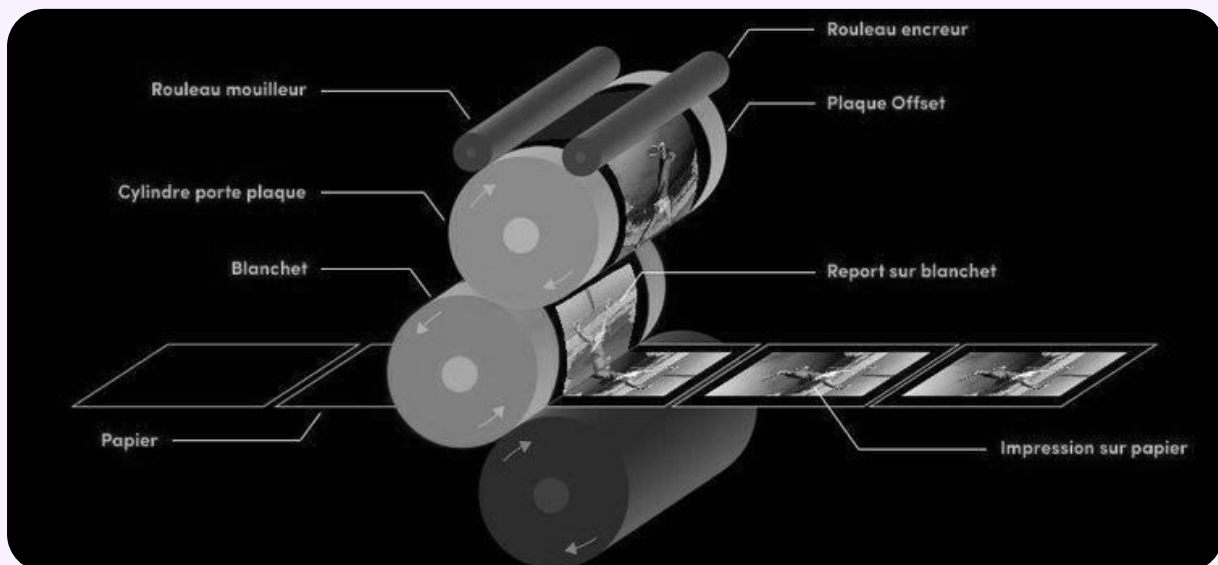
⁶ACPM, 2022, Chiffres Diffusion de la presse payante quotidienne 2021, en ligne [ici](#)





L'impression : un autre facteur d'émission important

Une fois le papier créé, il faut ensuite passer à la phase d'impression. Pour ce faire, la méthode d'impression la plus courante est l'impression offset par voie humide. Elle se fonde sur l'antagonisme entre l'eau et l'encre grasse qui sont non miscibles. Un intermédiaire, une plaque offset, est mouillée grâce à une solution de mouillage. L'encre ne s'accroche pas à la partie mouillée de la plaque mais à la partie sèche qui, pressée contre la feuille, y dépose l'encre. Cette méthode d'impression a de nombreux avantages, elle permet d'imprimer presque tous les formats et supports à un coût moindre.



Ainsi l'empreinte carbone des encres et des plaques offset est bien inférieure à celle du papier dans le bilan carbone, mais leur impact reste non négligeable.

En cumulé, tous ces éléments (papier, encre, plaques offset) conditionnant le tirage d'un numéro représentent à eux seuls entre **30% et 60%** du bilan carbone d'un journal.





Chapitre 1 Presse papier, d'où viennent les émissions de CO2 ?

► Les plaques offset



Les plaques offset sont des composants en aluminium et ces dernières sont fragiles, demandant à être changées régulièrement. Or l'aluminium est un matériau dont la production est très émissive en gaz à effet de serre. On considère qu'une plaque offset émet 0.562 kgCO₂e. La consommation de ces dernières est considérable et rend leur impact rapidement non négligeable.

► Les encres minérales



A côté des plaques offset, l'encre est également un composant particulièrement émissif. Il existe deux types d'encres: les encres minérales et les encres végétales.

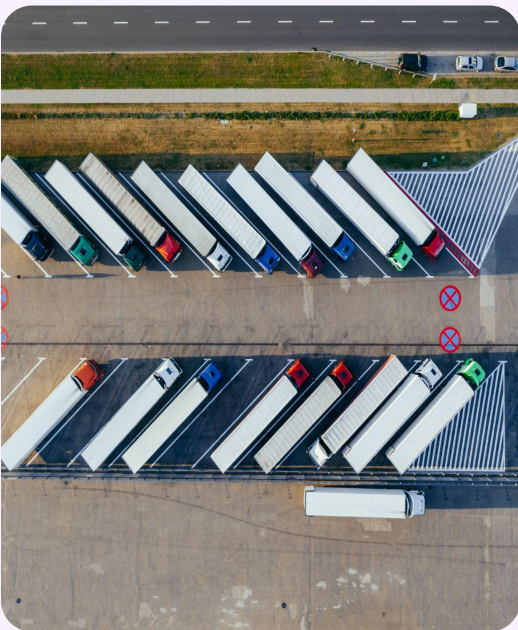
En plus d'être émissives, les encres minérales possèdent la particularité d'empêcher le recyclage des journaux, leurs composants pouvant être toxiques pour l'Homme à l'ingestion. C'est pourquoi ces dernières vont être interdites à partir du 1er janvier 2025 pour la presse imprimée.

L'article 112 de la loi AGEC interdit, à compter du 1er janvier 2025, d'utiliser des huiles minérales pour « des impressions à destination du public », ce qui inclut la presse imprimée.⁷





Le Fret : des étapes émettrices dans la vie d'un titre papier



Le Fret représente l'ensemble du transport nécessaire pour créer le produit et le distribuer. Et ce, de l'acheminement des matières premières jusqu'à la distribution des journaux.

Il existe deux grandes étapes dans le transport. Le fret amont et le fret aval.

Le fret amont représente le transport des matières premières, du lieu de fabrication à l'imprimeur.

Le fret aval quant à lui rend compte de la distribution des journaux, de l'imprimerie à votre kiosque ou boîte aux lettres.

Le transport est souvent assumé par des camions. Ce dernier est l'un des moyens de transports les plus émissifs et son utilisation, notamment en ville, tend à devenir de plus en plus compliquée.

D'après nos données clients, la catégorie d'émissions liée au Fret représente en moyenne **10% à 20%** du bilan carbone.





Comment réduire l'empreinte carbone de la presse papier ?

▶ Acheter du papier recyclé

Le papier recyclé est une alternative intéressante. Passer de 100% de papier neuf à 100% papier recyclé réduit les émissions liées au papier de 10% à 20% d'après les données de la DEFRA.

▶ Réduire la consommation

La première piste est la suppression du format papier pour privilégier le format numérique. Ce point est traité dans la partie de la presse numérique.

Cependant, quand le support papier ne peut être évité, il existe des solutions qui permettent d'optimiser l'usage de ce support comme :

- ▶ Limiter le gâchis papier en analysant la demande pour optimiser le nombre de tirages. Les avantages de cette solution sont aussi bien économiques qu'environnementaux.
- ▶ Toujours dans une logique d'optimisation de la production, la mise en place d'un système d'abonnement est également une manière efficace de réduire les invendus.
- ▶ Réduire le format du journal. Un format de poche nécessitera moins d'un papier qu'un format plus grand.
- ▶ Optimiser le journal lors de sa rédaction afin de réduire le nombre de pages.
- ▶ Utiliser du papier à faible grammage. Si le papier journal bénéficie déjà d'un faible grammage (environ 35 gr/m²), il n'en va pas de même pour les supports tels que les magazines qui en plus utilisent du papier couché au grammage supérieur (demandant plus de traitement).





► **Rendre l’impression plus responsable**

Pour rendre l’impression plus responsable de nombreuses solutions existent. Au niveau du procédé d’impression, d’abord. L’impression offset par voie humide que nous avons décrite plus tôt a divers inconvénients : la solution de mouillage est polluante, du gâchis papier existe lors de la mise en route de la machine, il existe un temps de mise en route et il est nécessaire d’utiliser de l’eau. Tous ces inconvénients tendent à augmenter la facture environnementale de l’impression.

Aussi, d’autres procédés se développent comme l’impression offset par voie sèche qui semble présenter divers avantages d’un point de vue environnemental. En effet, ce procédé remplace la solution de mouillage par une couche de silicone. Les avantages semblent nombreux comme la réduction du gâchis papier, la réduction importante du temps de séchage, le démarrage plus rapide de la machine et une impression plus contrastée avec une réduction des variations dimensionnelles du papier (ce dernier n’étant pas mouillé) et une réduction d’élargissement du point de trame.

Cependant les consommables sont plus chers et les plaques offset restent fragiles. De plus, la lubrification automatique des plaques n’est pas assurée (du fait de l’absence de solution de mouillage), ce qui nécessite un contrôle de la température de la machine ainsi qu’un support résistant à l’arrachage.

Autre que le procédé d’impression, l’utilisation d’encre à base d’huile végétale, dénuée d’hydrocarbures, qui va devenir obligatoire pour les impressions offset à horizon 2025 est un pas important pour une impression plus durable car elle permet d’assurer le recyclage du papier⁸. De plus, elles sont moins nocives pour la santé et sont plus stables, ce qui permet de réduire la gâche de papier et la quantité d’encre utilisée. Cependant des défis restent présents avec la traçabilité de ces encres.

Initiative du Groupe Ebra

Le Groupe Ebra est le seul acteur du secteur à valoriser les chutes de papiers ou les journaux non vendus auprès d’un papetier directement pour redevenir des journaux, assurant une continuité des ressources..





► Limiter l'impact du Fret

Pour le fret amont, le levier le plus puissant et évident est de sourcer localement les matières premières, au plus proche du site d'impression. Même sans changer de moyen de transport, moins de kilomètres à parcourir veut dire moins de CO2 dans l'atmosphère !

De plus, il est intéressant de se tourner vers des moyens de transports moins carbonés. Le fret ferroviaire et le fret fluvial sont respectivement et en moyenne 95% et 75% moins émissifs que le fret routier, et plus de 99% moins émissif que le fret aérien.

Initiative du Groupe Sipa Ouest-France

Le groupe cherche à baisser les émissions liées au fret amont en se rapprochant d'autres entreprises de la région pour compléter un train ensemble, afin de limiter le transport routier et valoriser la ligne ferroviaire inusitée depuis 2016 qui va jusque dans leur usine.

Pour le fret aval qui rend compte de la distribution des journaux, de l'imprimerie à votre kiosque ou boîte aux lettres.

Dans le cas la distribution des journaux est maîtrisée, deux points sont intéressants à mettre en place :

- L'optimisation des lieux de distribution des tirages pour limiter les transports nécessaires.
- La modification des moyens de transports vers une solution moins carbonée. Dans le cadre de la distribution, il est intéressant de se tourner vers des véhicules électriques plutôt que thermiques (5 fois moins d'émissions).
- Pour la mobilité du dernier kilomètre, il est possible d'adopter des moyens de transports encore plus sobres comme le vélo cargo.





Chapitre 2 Comment réduire l'empreinte de la presse papier ?

► Travailler avec des fournisseurs responsables



Produire du papier demande un fort besoin en eau, en produits de traitement, et en chaleur de séchage pour obtenir une feuille de papier. Ces processus industriels représentent à eux seuls 80% de l'empreinte carbone du papier. Ainsi, en moyenne 1 tonne de papier émet 900 kgCO₂e. Avec un mix énergétique comme celui de l'Allemagne, le ratio s'approche de 1000-1200 kgCO₂e/tonne.

Certains fournisseurs misent sur l'amélioration de leurs processus de transformation pour réduire leur impact. Réutilisation de la chaleur des imprimantes pour le séchage, utilisation de sources de chaleur/électricité décarbonées, et efficacité énergétique générale, les leviers sont nombreux et puissants !

La papeterie française Norske⁹ produit du papier avec une intensité carbone autour de 300 kgCO₂e/tonne !

Pour travailler avec des fournisseurs responsables, il est intéressant de s'équiper d'une politique d'achats responsables qui va permettre de challenger les fournisseurs sur leurs pratiques tout en donnant un cadre pour s'améliorer.

C'est une initiative notamment portée par 20 Minutes et le Groupe Ebra, clients de la solution Sami.

Initiatives de 20 Minutes et du Groupe Ebra

Les entreprises 20 Minutes et le Groupe Ebra travaillent à la mise en place d'une politique d'achats responsables pour promouvoir des relations avec des fournisseurs qui pilotent leurs émissions de gaz à effet de serre ou encore promeuvent l'économie circulaire.





► Zoom sur le papier

De plus, le papier vient des arbres. Or une gestion non responsable des ressources forestières menace des écosystèmes précieux pour le climat de la Terre. Il est donc essentiel de se tourner vers du papier écolabellisé Forest Stewardship Council® (FSC®) ou certifié PEFC™ (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes™).

Le FSC® (Forest Stewardship Council®) est une organisation associative, internationale, indépendante, non gouvernementale et à but non lucratif. La certification signifie que le bois provient des forêts bien gérées. Cette certification est réalisée autour d'un cahier des charges exigeant avec dix critères obligatoires recouvrant la protection de l'environnement (ex : les replantations, la diversité biologique) et humaine (ex : le droit des travailleurs).

Il y a trois types de labels pour les produits certifiés FSC® :

- FSC 100% contient 100% de fibres certifiées FSC®
- FSC Mixte contient 70% de fibres certifiées
- FSC Recyclé (100% de pâte recyclées)

Le PEFC™ (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes™) est un programme européen de certification des forêts à l'initiative des propriétaires et exploitants forestiers privés. La certification PEFC™ signifie que le bois provient des forêts gérées durablement comme l'exigent les critères d'Helsinki. La marque PEFC™ ne peut être utilisée sur les produits que si le pourcentage de fibres certifiées est supérieur ou égal à 70 %.

Il y a trois types de labels pour les produits certifiés PEFC™ :

- PEFC™ signifie que le produit contient 100 % de fibres
- PEFC™ sources mixtes, le papier contient au moins 70 % de fibres certifiées
- PEFC™ recycled (100 % fibres recyclées)





► S'assurer de la revalorisation des journaux

Même s'il est plus difficile pour les entreprises du secteur de la presse, la fin de vie des produits, en l'occurrence ici les journaux est un enjeu.

En effet, comme mis en avant précédemment, le papier est un matériau énergivore et utiliser du papier recyclé permet de limiter les émissions associées à sa production. Mais la pollution ne s'arrête pas là. En effet, dans le cas où les journaux sont abandonnés dans des décharges, cela provoque des rejets de méthane (gaz dont le potentiel de réchauffement est 25 fois plus élevé que le gaz carbonique) et/ou du CO₂.

Une des solutions pour le secteur de la presse est de chercher à mieux valoriser le papier des journaux en fin de vie. C'est une initiative que porte par exemple le groupe Sipa Ouest-France, client de la solution Sami.

Initiative du Groupe Sipa Ouest-France

Le groupe cherche à entrer dans une démarche circulaire en valorisant les journaux en fin de vie. Et ce en profitant de leur réseau de portage à domicile des journaux (le plus grand de France) pour que les porteurs de presse récupèrent les journaux usagés au moment d'en déposer de nouveaux. Cela permet que les camions ne reviennent pas à vide après la livraison et de revaloriser le papier. Ce projet pilote a une capacité de répliquabilité importante à travers l'ensemble du secteur.





Chapitre 3 La presse numérique, d'où viennent les émissions de CO2 ?

La crise Covid a amené une accélération de la digitalisation de la presse. En 2022, 63% des Français consultaient des articles de presse uniquement digitalisés¹⁰.

On considère que la pollution numérique représente 4% des émissions de CO2 et cela va être amené à augmenter.



La presse numérique, d'où viennent les émissions de CO2 ?

La majorité des entreprises de la presse diffusent du contenu numérique en parallèle de leurs numéros en papier. Cette catégorie d'émissions représente entre 1% et 10% des bilans carbone de nos clients du secteur.

De manière générale, le numérique pollue du fait de plusieurs facteurs :

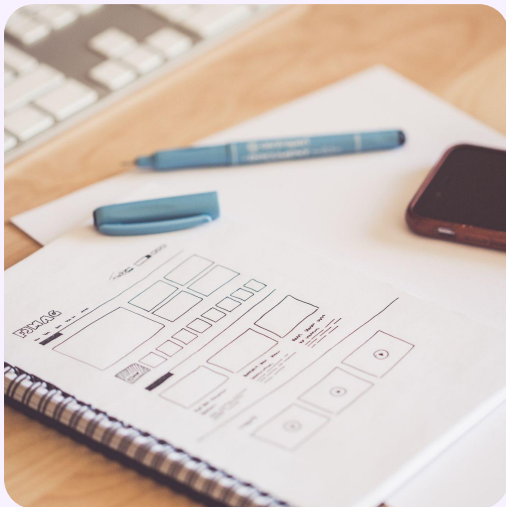
- L'équipement, comme l'ordinateur ou le téléphone. Ce dernier représente à lui seul 30 % des émissions
- L'énergie est utilisée pour 30 % des émissions. Et ce, surtout au niveau des data centers (hébergeurs de données en français) qui ont besoin d'être refroidis pour garantir l'intégrité des circuits électriques.
- Le réseau, pour 40% qui représente l'ensemble des infrastructures qui permettent de faire voyager l'information.





D'où viennent les émissions de la presse numérique

► La structure de la page web



Dans le cas de la presse, la pollution numérique se fait au travers de la consultation des sites et des articles en ligne. On estime la pollution liée à la consultation d'une page d'un site d'information allant de 0,1 à 0,7 grCO₂e émis.

Les principaux facteurs qui expliquent les émissions d'une page web sont :

- La complexité de la page, soit le nombre d'éléments à afficher
- Le besoin en bande passante de la page
- La charge du serveur (en fonction du nombre de requêtes)

Il est possible de connaître les émissions liées à une page web depuis son ordinateur grâce à l'extension GreenIT-Analysis pour [Chrome](#) et [Firefox](#).

Elle vous fournira :

- Un calcul pour la page en cours
- L'enregistrement du parcours d'un utilisateur pour calculer les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'eau associées
- Une évaluation de la mise en œuvre de 22 bonnes pratiques d'écoconception issues du [référentiel d'écoconception](#) du [Collectif Conception Numérique Responsable](#).





► L'utilisation de vidéos



De plus, les publicités en ligne ont un impact. Une publicité à partir d'une vidéo aura un impact plus élevé qu'une image statique. Aussi, les publicités commerciales induisent un comportement d'achats qui à son tour a des conséquences sur le climat.

Plus que les articles écrits, la vidéo est un support d'information qui se répand de plus en plus à l'image des nouveaux médias tels que Brut pour qui la vidéo est le vecteur principal de l'information, mais aussi des médias plus classiques.

Cependant, la vidéo est très consommatrice en bande passante, et donc en énergie, ce qui la rend polluante. Une étude du Shift Project en 2018 mettait en avant que la visualisation de vidéos dans le monde équivalait aux émissions de CO2 de l'Espagne, soit 1% des émissions totales¹¹.

Il faut donc faire attention à un effet rebond car les lecteurs ont moins conscience des enjeux du numérique et n'ont pas l'impression de polluer en consommant des médias en ligne.

► La publicité



La publicité sur une page web est également une source d'émissions de CO2 plus ou moins importante, alors qu'elle est une source importante voire vitale de financement pour les médias.

Cette importance est notamment due à son support : une publicité basée sur une image sera moins consommatrice qu'une vidéo chargée et lancée automatiquement et qui dure plusieurs minutes.





Comment réduire l'empreinte carbone de la presse numérique ?

Pour que le numérique reste un avantage, il est important de mettre en place des actions pour s'inscrire dans une logique de Green IT.

► Éco-conception du site et de la page web

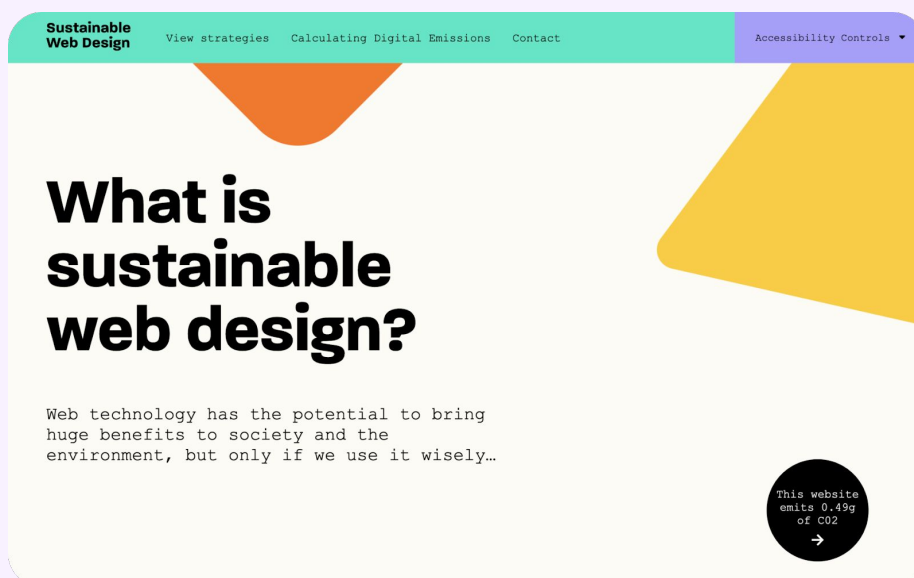
Cela commence dès la conception des sites et applications qui doivent être optimisés et réalisés dans une démarche d'éco-conception. Une architecture complexe et un code non optimisé demandera plus d'énergie pour un résultat similaire voire inférieur.

Il est possible de réaliser ce travail sur des pages existantes en analysant les émissions liées à cette page.

Une page web éco-conçue tient au fait de limiter le nombre de police d'écriture, de tendre vers un style épuré et minimaliste.

L'un des exemples en la matière est Sustainable Web Design qui va même jusqu'à utiliser une police d'écriture plus écologique que la moyenne.

Limiter la quantité de vidéos créées et visionnées afin d'alléger la bande passante et les émissions de CO2 est aussi une option intéressante.





► Le choix du fournisseur

Choisir un fournisseur d'hébergement de données bas-carbone est une autre solution à mettre en place. Pour s'orienter entre les fournisseurs, le PUE (Power Usage Effectiveness) est un indicateur permettant de mesurer l'efficacité énergétique d'un data center. Un PUE proche de 1,2 est synonyme d'un data center avec un bon niveau d'efficacité énergétique. Tournez-vous également vers un hébergeur qui privilégie des sources d'énergies bas carbone. De plus, il est préférable de se tourner vers un hébergeur de données français, autant d'un point de vue juridique

(garantie de la RGPD et de la sûreté des données), que d'un point de vue énergétique (le mix énergétique de la France tendant à être plus propre).

Initiative de 20 Minutes

Le site web de l'entreprise 20 Minutes fait appel à un infrastructure d'hébergement Serverless (« Function as a Service ») qui permet d'allouer des ressources serveurs uniquement lorsque cela est nécessaire pour économiser de l'énergie. Avec cette approche, la consommation énergétique est en fonction de la demande, il n'y a pas de mobilisation inutile de serveurs.

► Une publicité responsable

Puisque la publicité a un impact sur l'environnement, il est important de déterminer l'impact d'une campagne de publicité avant son lancement afin d'être capable de déterminer quel format sera le plus efficient possible en matière environnementale au travers d'un outil de calcul des émissions comme celui de Sami et Shine.

Initiative de Sami et Shine

Sami et Shine se sont associés pour mettre à disposition un outil gratuit de calcul des émissions liées aux publicités en ligne. Vous pouvez retrouver cet outil gratuitement [ici](#).



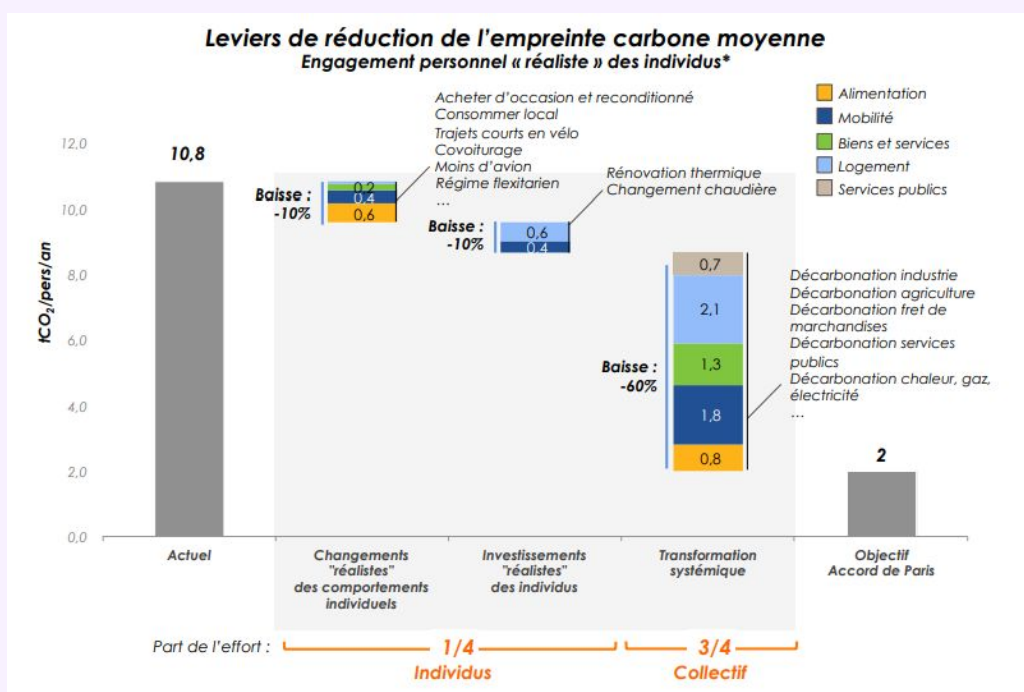


La presse au service du climat

Sensibiliser la population aux enjeux climatiques pourrait bien être le super-pouvoir de la presse. Même si la couverture augmente, à l'heure où l'urgence climatique est de plus en plus palpable, 0,7% des articles de presse quotidienne régionale parlent du climat. Encore plus révélateur, selon le Rapport du GIEC 2021, seulement 8% des articles sur les incendies en France, Grèce et Algérie (Août 2021) font le lien avec la crise climatique en cours.

Notre modèle de société donne à chaque individu un potentiel d'action important que ce soit dans ses décisions politiques ou de consommation. Adopter un comportement durable nécessite quasi systématiquement une prise de conscience sur l'impact réel de nos actions. Or cette prise de conscience est conditionnée par la qualité des informations avec lesquelles nous sommes en contact.

Une étude menée par le cabinet de conseil Carbone 4 précise le potentiel d'impact des actions individuelles que chaque ménage et individu peut avoir : 20% de notre empreinte carbone individuelle peut être réduite par les petits (ou grands) gestes du quotidien.





5 actions pour mieux informer le grand public



**Systematiquement
relier les
catastrophes
climatiques au
changement
climatique.**



**Sensibiliser les
journalistes à la
question
climatique.**



**Donner plus de
visibilité aux
contenus
scientifiques et
sociologiques liés
au climat.**



**Créer une rubrique
liée au climat.**



**Participer à
l'initiative
d'engagement de
la PQR/PQN pour le
climat**



Focus sur la Presse qui s'engage

► Le Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine (SEPM)



Le Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine (SEPM) se mobilise autour de la question environnementale.

Et ce, au travers de plusieurs actions comme l'éco-conception des magazines, la création d'un outil de calcul de l'impact de la publication d'un magazine, la suppression du plastique des huiles minérales de l'encre d'impression, le soutien d'une publicité responsable.

► La régie 366



Pour initier un mouvement plus général pour le climat, la régie 366 (regroupant 57 quotidiens régionaux) soutient l'intégralité de ses titres dans un processus de labellisation RSE.

La régie 366 propulse sa démarche en nouant un partenariat solide avec le label RSE made in France Positive Workplace. Compris dans le processus l'obtention du label, le bilan carbone sera l'opportunité pour chacun des acteurs concernés de mieux adapter son modèle économique et ses procédés pour une stratégie durable.

366 ambitionne même de mettre en place un baromètre national sur la mesure d'empreinte carbone de la PQR française !





Focus sur la Presse qui s'engage

► Le Monde



GROUPE LE MONDE

Le journal Le Monde fait office de référence parmi les acteurs de la Presse Quotidienne Nationale (PQN). Avec sa rubrique documentaire spécialement dédiée à l'environnement, "Plan B", Le Monde compte bien œuvrer activement pour une prise de conscience globale en France.

Mais leur initiative ne s'arrête pas là. Pour pousser la transparence à son maximum, Le Monde a développé un calculateur d'impact carbone "fait maison", qui leur permet de publier l'empreinte carbone de chacune des vidéos de [la série Plan B](#).

Derrière ce "score climat" se cache une volonté de réduire leur impact carbone. La mesure de l'empreinte carbone de la réalisation de chacun de leurs contenus a mené aux actions suivantes:

- Politique zéro avion pour les reportages en France ou pays limitrophes.
- Démocratisation de l'utilisation des transports en commun.
- Optimisation de la planification des reportages pour regrouper les contenus en fonction de la localisation, et donc minimiser l'utilisation des transports.





Focus sur la Presse qui s'engage

► Groupe Ebra



Le Groupe Ebra est le premier acteur de la presse à avoir obtenu le label français Positive Workplace en 2021.

Le groupe sensibilise ses lecteurs au travers de l'ensemble de ses journaux via la ligne éditoriale "Ici on agit !" qui couvre les sujets environnementaux. Ils sont également engagés dans une démarche climat accompagnée par Sami et ont déjà mis en place de nombreuses actions comme l'usage d'encre végétale.

► Ouest-France



Ouest-France est un des acteurs majeurs de la sensibilisation en France et dédie de plus en plus de contenus à cette question. Au total 10277 articles, dédiés à la seule cause environnementale, ont été publiés sur l'ensemble des supports au cours de l'année 2021. C'est deux fois plus qu'en 2020 où 4519 articles consacrés à l'environnement avaient déjà été rédigés.

Ils sont également porteurs de [nombreuses initiatives](#) en interne dans le cadre de leur démarche climat renforcée avec Sami et préparent leur premier bilan carbone consolidé.





Focus sur la Presse qui s'engage

► 20 Minutes



Depuis 2014, le journal porte une rubrique [Planète](#) qui fait référence en matière de sensibilisation sur les enjeux de préservation du climat et de la biodiversité.

De plus, ces derniers sont engagés au niveau RSE avec l'obtention d'une médaille d'argent de l'évaluation RSE d'[Ecovadis](#) en 2021 et la mise en place d'une démarche climat avec Sami en 2022 accompagné d'un plan d'action climat ambitieux.

► The Guardian



Le secteur presse est en pleine prise de conscience, et ce même à l'échelle internationale. Il suffit de traverser la manche pour s'en rendre compte.

The Guardian a par exemple déjà renoncé à faire de la publicité pour les énergies fossiles. On ressent également dans leur ligne éditoriale, une forte volonté de sensibiliser ses lecteurs aux dangers potentiels du changement climatique.

Ils vont même jusqu'à préciser le taux de CO2 dans l'atmosphère dans leurs bulletin météo pour faire prendre conscience de la part de responsabilité des activités humaines dans ce réchauffement climatique désormais inévitable. Inévitable certes, mais encore largement limitable



Sources



<https://larevuedesmedias.ina.fr/ces-medias-veulent-reduire-leur-empreinte-carbone>

<https://www.levif.be/societe/environnement/le-guardian-va-ajouter-le-niveau-de-co2-a-son-bulletin-meteo/>

https://lexpansion.lexpress.fr/actualites/1/actualite-economique/bilan-carbone-des-journaux-match-nul-entre-les-versions-papiers-et-en-ligne-et-ude_1472407.html

<https://www.strategies.fr/actualites/medias/4069728W/the-guardian-le-figaro-prisma-les-medias-face-a-leur-empreinte-carbone.html>

<https://www.theguardian.com/environment/2008/feb/19/carbon.web>

https://www.lemonde.fr/refaire-le-monde/article/2020/02/13/comment-le-monde-traque-et-reduit-l-empreinte-carbone-de-ses-videos_6029479_5330899.html

<https://www.ecologie.gouv.fr/point-detape-premiers-engagements-climat-des-secteurs-des-medias-et-publicite#:~:text=La%20fili%C3%A8re%20de%20l'affichage,2030%20par%20rapport%20%C3%A0%202019.>

<https://www.usinenouvelle.com/article/la-filiere-papier-carton-accelere-sa-decarbonation.N1796317>

<https://www.lejournaldugrandparis.fr/les-entretiens-du-journal-du-grand-paris-decarbonation-quels-scenarios-pour-2050-2/>

<https://www.cbnews.fr/medias/image-transition-ecologique-pqr-s-engagement-60475>





En savoir plus Ils nous font confiance !

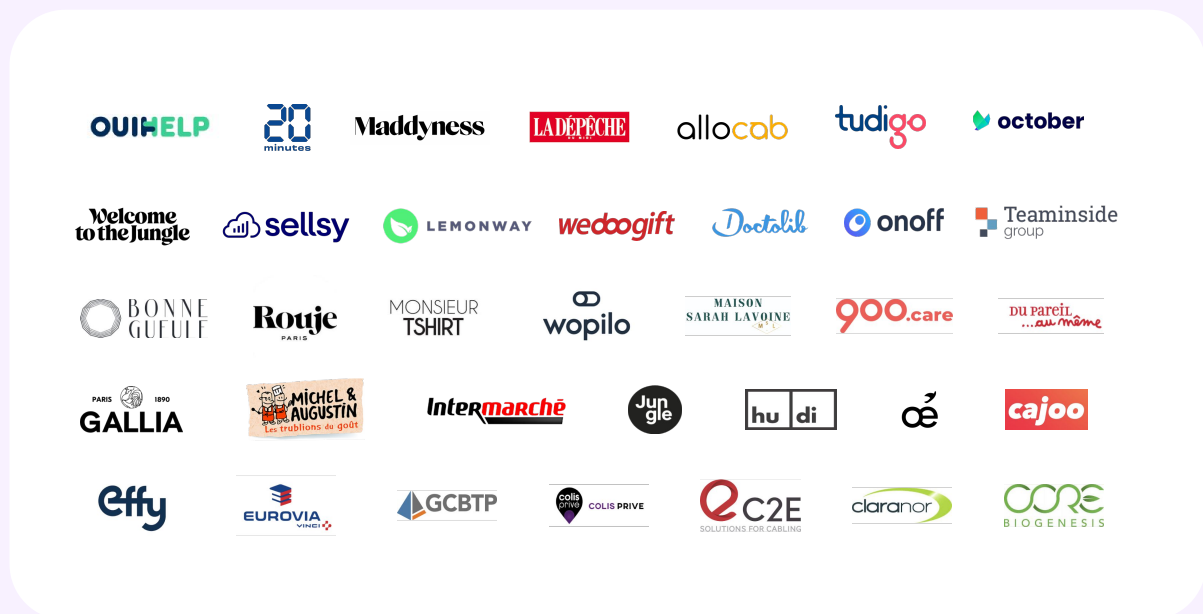
Ils nous font confiance

Lancée au mois de Mars 2020, la start-up française Sami déploie son expertise climat via sa plateforme technologique et son accompagnement individualisé auprès de plus de 400 clients (PME, ETI, grands groupes) soucieux de mesurer et de réduire leurs émissions de CO2.

Sami est un acteur majeur de la mesure carbone en France et a notamment créé le [Plan Carbone Général](#), un guide open-source de référence dans le monde du carbone permettant à l'ensemble des acteurs d'améliorer et d'accélérer la réalisation de bilans carbone pour les entreprises.

► + de 400 clients accompagnés

Des entreprises de toutes tailles dans tous les secteurs



Démocratiser l'engagement climat des entreprises

Sami accompagne plus de 400 entreprises dans la mesure et la réduction de leurs émissions carbone à l'aide d'une plateforme technologique et d'un accompagnement personnalisé.

sami.eco