



# NOTICE 2015

## DES PAPIERS ÉMIS EN 2014

Indicatif et non-exhaustif

avec la collaboration de



et la participation de



# NOTICE 2015 DES PAPIERS VISÉS PAR L'ARTICLE L. 541-10-1 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT

## Introduction

Pour vous accompagner dans la déclaration, la présente notice détaille les catégories de papiers visées par l'article L 541-10-1 du Code de l'environnement. Sans se substituer à la loi et à votre analyse, elle facilite la compréhension du périmètre d'assujettissement à la contribution.

Nous vous invitons à vous reporter également aux lignes directrices publiées par le ministère en charge de l'écologie concernant le périmètre de la contribution sur les papiers graphiques. Les lignes directrices peuvent être consultées sur la page : <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Dechets-de-papiers-graphiques.html>

Cette notice doit vous permettre de préparer votre déclaration 2015 (des tonnages émis en 2014) dans les meilleures conditions.

Elle a été rédigée par un groupe de travail composé d'acteurs économiques concernés par le dispositif, de représentants d'organisations professionnelles, et soumise au ministère en charge de l'Écologie.

L' AACC (Association des Agences - Conseils en Communication), l'AFDPE (Association Française des Distributeurs de Papier et d'Emballage), le CDCF (Conseil du Commerce de France), la CGI (Confédération du Commerce de Gros et International), la CGPME (Confédération Générale du Patronat des Petites et Moyennes Entreprises), la FCD (Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution), la FFCP (Fédération Française du cartonnage et Articles de Papeterie), l'UDA (Union des Annonceurs) et Mediapost ont ainsi activement contribué à l'élaboration de cette notice.

Le CNPA (Conseil National des Professions de l'Automobile), le CSOEC (Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts Comptables), l'EBEN (Entreprises du Bureau et du Numérique), la FEVAD (Fédération E-commerce et Vente A Distance), l'UNIMEV (Union Française des Métiers de l'Événement), le GITEP (Groupement des Industries des Technologies de l'Information et de la Communication), le SICR (Syndicat d'Importation et du Commerce de la Réunion), l'UNIREL (Union des professionnels de la recherche en ligne, de l'édition de contenus et de bases de données) et le SPG (Syndicat de la Presse Gratuite) ont également été consultés pour la réalisation de cette présente notice.



Le site Internet ([www.ecofolio.fr](http://www.ecofolio.fr)) et le Service Relations Partenaires (01 53 32 86 70 ou [contact@ecofolio.fr](mailto:contact@ecofolio.fr)) d'Ecofolio, ainsi que vos organisations professionnelles, sont à votre disposition pour répondre à toutes vos questions.

## Ce document se présente sous forme de 5 fiches :

### ▼ FICHE 1

Glossaire des termes importants utilisés dans la présente notice

### ▼ FICHE 2

Focus sur les papiers concernés par la déclaration Ecofolio 2015

### ▼ FICHE 3

Le barème éco-différencié

### ▼ FICHE 4

Outils mis à la disposition des adhérents pour déclarer, gérer leur compte, suivre leurs tonnages, consulter l'historique du compte

### ▼ FICHE 5

Valorisation de l'engagement des adhérents avec la Boucle papiers

# SOMMAIRE

## ▼ FICHE 1 : Glossaire

1.1 Les différents types de papiers visés .....	6
1.2 Les contributeurs .....	7
1.3 Synthèse .....	8

## ▼ FICHE 2 : Quels papiers déclarer ?

2.1 Les papiers imprimés .....	9
2.1.1 Les papiers imprimés concernés par la déclaration et l'éco-contribution	
2.1.2 Cas spécifiques	
a) Les papiers imprimés contribuant déjà au niveau du Metteur sur le marché	
a.1 Les imprimés réalisés à partir de papiers à copier	
a.2 Les imprimés réalisés à partir d'enveloppes ou de pochettes postales	
b) Les papiers imprimés bénéficiant d'une exonération	
b.1 Les documents de service public	
b.2 Les livres	
b.3 Les publications de presse	
b.4 L'encartage publicitaire	
c) Les produits qui ne rentrent pas dans la définition des papiers imprimés	
2.1.3 Le contributeur est le Donneur d'ordre	
a) Définition du Donneur d'ordre	
b) Le destinataire : l'utilisateur final	
2.1.4 Les cas particuliers	
2.2 Les papiers à copier .....	15
2.2.1 Les papiers concernés et les exclusions	
2.2.2 Le contributeur est le Metteur sur le marché	
a) Généralités	
• Produits avec marque apparente du revendeur	
• Produits avec marque apparente n'appartenant pas au revendeur	
• Produits sans marque	
b) Cas de l'importation ou de la première introduction sur le marché national	
c) Exportateur hors du territoire national	
2.2.3 L'abattement forfaitaire et l'abattement au réel	
a) Abattement forfaitaire	
b) Abattement au réel	
2.2.4 Les cas particuliers	
2.3 Les enveloppes et les pochettes postales .....	17
2.3.1 Les enveloppes et les pochettes postales concernées	
2.3.2 Le contributeur est le Metteur sur le marché	
a) Généralités	
• Produits avec marque apparente du revendeur	
• Produits avec marque apparente n'appartenant pas au revendeur	
• Produits sans marque	

b) Cas de l'importation ou de la première introduction sur le marché national	
c) Exportateur hors du territoire national	
2.3.3 L'abattement forfaitaire et l'abattement au réel	
a) Abattement forfaitaire	
b) Abattement au réel	
2.3.4 Les cas particuliers	
2.4 Les cas particuliers .....	19
2.4.1 Coexistence du périmètre des papiers imprimés et des papiers à copier, enveloppes et pochettes postales : une seule contribution par papier	
2.4.2 Contenu d'un pli envoyé par un Donneur d'ordre	
a) Cas général	
b) Cas des papiers à en-tête	
2.4.3 Le cas des enveloppes	
a) Le Donneur d'ordre utilise des enveloppes d'envoi non personnalisées	
a.1 Cas général	
a.2 Enveloppes d'envoi imprimées mais non personnalisées	
b) Le Donneur d'ordre utilise des enveloppes d'envoi personnalisées	
b.1 Cas général	
b.2 Le Donneur d'ordre utilise des enveloppes retour T	

## ▼ FICHE 3 : Le barème éco-différencié

Le barème éco-différencié .....	23
---------------------------------	----

## ▼ FICHE 4 : Quand et comment faire sa déclaration ?

4.1 Le calendrier réglementaire .....	25
4.2 Les étapes pour gérer son compte .....	25
4.2.1 L'adhésion en ligne avec le double clic	
4.2.2 La déclaration en ligne	
4.2.3 La facturation	
4.2.4 Le paiement	
4.2.5 L'attestation de paiement de l'éco-contribution	
4.2.6 L'historique du compte	
4.3 Les outils .....	28
4.3.1 Les catégories de produits papier	
4.3.2 MesPapiers, un nouvel outil de gestion du barème éco-différencié	

## ▼ FICHE 5 : Valoriser votre engagement

La Boucle papiers .....	31
-------------------------	----

## FICHE 1 : GLOSSAIRE

L'article L. 541-10-1 du Code de l'environnement vise le périmètre des «imprimés papiers» et celui des «papiers à usage graphique destinés à être imprimés».

Pour une meilleure compréhension, nous les désignerons dans la suite du document par les termes de «**papiers imprimés**» et «**papiers à copier, enveloppes et pochettes postales**».

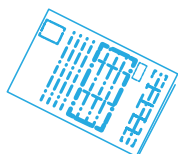
De plus, afin de faciliter la distinction de ces deux périmètres, le dispositif prévoit une dénomination différente du «contributeur» en fonction du périmètre :

- «Donneur d'ordre» pour le périmètre des papiers imprimés<sup>1</sup> ;
- «Metteur sur le marché» pour le périmètre des papiers vierges : papiers à copier, enveloppes et pochettes postales<sup>2</sup>.

### 1.1 • LES DIFFÉRENTS TYPES DE PAPIERS VISÉS

#### Les Papiers :

- dont le grammage est inférieur ou égal à 224 g/m<sup>2</sup>
- de toutes les qualités et de toutes les couleurs



#### • Papiers imprimés

Tout document ayant fait l'objet d'une impression commandée par un Donneur d'ordre.



#### • Papiers à copier

Papiers vierges de dimension inférieure ou équivalente au format A3+, quels que soient leur conditionnement et leur utilisation finale. Concernant le format A3+, les dimensions retenues sont 305 x 457 mm.<sup>3</sup>



#### • Enveloppes et pochettes postales

Avec ou sans système de fermeture, avec ou sans fenêtre, avec ou sans soufflet, quels que soient leur conditionnement et leur utilisation finale.

Enveloppe : la fermeture est sur la longueur

Pochette postale : la fermeture est sur la largeur»

1. La notion de Donneur d'ordre est détaillée dans la fiche 2.1.

2. La notion de Metteur sur le marché est détaillée dans les fiches 2.2 et 2.3.

3. Dans le cas de la mise sur le marché de papiers dont l'une des dimensions serait supérieure à ces valeurs et l'autre inférieure, c'est le calcul de la surface qui primera.

## 1.2 • LES CONTRIBUTEURS

Toutes les entités, publiques et privées, sont visées par le Code de l'environnement

#### • Donneur d'ordre

C'est la personne à l'origine de la politique générale promotionnelle, d'annonce, d'information ou commerciale, ou au nom, ou sous l'appellation de laquelle cette politique a été menée.

Les Donneurs d'ordre ne contribuent auprès d'Ecofolio que pour les papiers imprimés assujettis réalisés à partir de bobines ou de «feuilles» à usage industriel.

#### • Metteur sur le marché

C'est la personne qui, à titre professionnel, soit fabrique, soit importe, ou introduit en France<sup>4</sup> des papiers à copier, des enveloppes ou des pochettes postales. Dans le cas de papiers à copier, enveloppes ou pochettes postales vendus sous la seule marque d'un revendeur, celui-ci est considéré comme le Metteur sur le marché.

**NB :** une même entité peut être tout à la fois «Donneur d'ordre» et «Metteur sur le marché» selon les activités qu'elle mène.

Par exemple, une enseigne de la distribution qui :

- diffuse des imprimés publicitaires est Donneur d'ordre de papiers imprimés ;
- vend des papiers à copier à sa propre marque est Metteur sur le marché de papiers à copier.



#### • Seuil de contribution

Les entités ayant émis durant l'année 2014, au moins **5 tonnes cumulées de papiers** (papiers imprimés, papiers à copier, enveloppes et pochettes postales) sont tenues d'effectuer une déclaration auprès d'Ecofolio.



#### • Montant de l'éco-contribution

La contribution de base est de 52 € par tonne. Elle est modulée par le barème éco-différencié qui est un système de bonus-malus établi pour encourager les pratiques vertueuses et l'utilisation de papiers recyclés.

#### • Mode de déclaration simplifié de barème éco-différencié

Les adhérents qui ont émis moins de 25 tonnes par an en 2014, peuvent choisir de ne déclarer que les tonnes de papiers qu'ils ont émises, sans déclarer les critères du barème éco-différencié.<sup>6</sup>

Pour ceux ayant émis 5 tonnes ou plus, l'éco-contribution s'applique dès la première tonne. Doivent être déclarés à Ecofolio **des poids de produits manufacturés en papier, c'est-à-dire des poids de produits finis**. Tout adhérent doit être à jour de la déclaration de ses émissions de papiers au titre des années 2012, 2013 et 2014.

4. Y compris dans les départements d'outremer (DOM) et les collectivités d'outremer (COM) pour lesquelles la réglementation nationale en matière de prévention et de gestion des déchets s'applique (Saint-Martin et Saint-Pierre-et-Miquelon)

5. Lignes directrices concernant le périmètre de la contribution sur les papiers graphiques.

6. Une majoration de 5% de la contribution de base est alors appliquée.

## 1.3 • Synthèse

### Tous les papiers sont concernés

LES PAPIERS IMPRIMÉS				
				
Flyer, prospectus, catalogues	Documents de promotion des produits et services, publications d'annonces	Magazines dits «de marque»	Journaux internes, publications d'entreprise	Annuaire
<p><b>QUI CONTRIBUE :</b> <b>Le Donneur d'ordre</b> la personne à l'origine de la politique générale promotionnelle, d'annonce, d'information ou commerciale.</p>				
LES COURRIERS				
				
Publipostage, mailing, papiers à en-tête	Documents d'information et d'accompagnement, formulaires	Courriers de gestion, factures, bulletins de salaire, relevés bancaires	Enveloppes personnalisées, enveloppes retour	
LES PAPIERS À COPIER, ENVELOPPES ET Pochettes POSTALES				
				
Papiers à copier (ramettes)	Enveloppes et pochettes postales			
<p><b>Qui contribue :</b> <b>Le Metteur sur le marché</b> la personne qui fabrique, importe ou introduit pour la première fois en France. Dans le cas de papiers ou d'enveloppes vendus à la marque d'un revendeur, celui-ci est le Metteur sur le marché.</p>				

Afin d'éviter le risque de double contribution, en amont au niveau du papier vierge puis en aval une fois ce même papier imprimé, les donneurs d'ordre ne déclarent pas les imprimés réalisés à partir de papiers à copier (de format A3+ ou inférieur), d'enveloppes et de pochettes postales<sup>7</sup>.

Êtes-vous concerné ? Oui, si vous avez émis, durant l'année 2014, **5 tonnes cumulées ou plus :**

- de papiers imprimés en tant que Donneur d'ordre ;
  - de papiers à copier, d'enveloppes ou pochettes postales en tant que Metteur sur le marché.
- Pour l'année 2014, sont considérés comme «papiers imprimés» et «papiers à copier, enveloppes et pochettes postales» les supports en papier d'un grammage inférieur ou égal à 224 g/m<sup>2</sup>.

7. Attention, certains cas particuliers bénéficient d'un traitement différent : voir la fiche 2.4.

## FICHE 2 : QUELS PAPIERS DÉCLARER ?

### 2.1 • LES PAPIERS IMPRIMÉS ASSUJETTIS

#### 2.1.1 LES PAPIERS IMPRIMÉS CONCERNÉS PAR LA DÉCLARATION ET L'ÉCO-CONTRIBUTION

Doivent être déclarés à Ecofolio des poids de produits manufacturés en papier, c'est-à-dire des poids de produits finis. Sauf exception, «tout support papier imprimé» émis en France<sup>8</sup> dont le grammage est inférieur ou égal à 224 g/m<sup>2</sup> est concerné par la déclaration 2015 à Ecofolio, notamment :

LES PAPIERS IMPRIMÉS				
				
Flyer, prospectus, catalogues	Documents de promotion des produits et services, publications d'annonces	Magazines dits «de marque»	Journaux internes, publications d'entreprise	Annuaire
LES COURRIERS				
				
Publipostage, mailing, papiers à en-tête, courriers de gestion, bulletins de salaire		Documents d'information et d'accompagnement, formulaires		
<p><b>Qui contribue :</b> <b>Le Donneur d'ordre</b> la personne à l'origine de la politique générale promotionnelle, d'annonce, d'information ou commerciale.</p>				

Le cas des envois de correspondance, mailings, courriers de gestion, est détaillé à la fiche 2.4 sur les cas particuliers.

#### 2.1.2 CAS SPÉCIFIQUES

##### a) Les papiers imprimés contribuant déjà au niveau du Metteur sur le marché

###### a.1 Les imprimés réalisés à partir de papier à copier ne sont pas à déclarer par les Donneurs d'ordre<sup>9</sup>.

- Les utilisateurs de papiers à copier de format A3+<sup>10</sup> ou inférieur n'ont pas à les intégrer dans leur déclaration de tonnages annuelle auprès d'Ecofolio ;
- Pour ces papiers à copier, ce sont les Metteurs sur le marché qui sont les contributeurs auprès d'Ecofolio et doivent à ce titre les déclarer annuellement (voir la fiche 2.2).

S'agissant des cas particuliers, comme les papiers à en-tête, se reporter à la fiche 2.4.

8. On entend par «émission» le fait d'émettre (ou faire émettre), de distribuer (ou faire distribuer) ou mettre à disposition (ou faire mettre à disposition) des imprimés papiers sur le territoire national y compris dans les départements d'outre-mer (DOM) et les collectivités d'outre-mer (COM) pour lesquelles la réglementation nationale en matière de prévention et de gestion des déchets s'applique (Saint-Martin et Saint-Pierre-et-Miquelon)

9. Voir fiche 2.2 relative aux papiers à copier.

10. Par convention, les dimensions du format A3+ retenues sont 305 x 457 mm.



### a.2 Les imprimés réalisés à partir d'enveloppes ou de pochettes postales ne sont pas à déclarer par les Donneurs d'ordre<sup>11</sup>.

- Les utilisateurs d'enveloppes et de pochettes postales n'ont pas à les intégrer dans leur déclaration de tonnages annuelle auprès d'Ecofolio ;
- Pour ces enveloppes et pochettes postales, ce sont les Metteurs sur le marché qui sont les contributeurs auprès d'Ecofolio et doivent à ce titre les déclarer annuellement (voir la [fiche 2.3](#)).

S'agissant des cas particuliers, comme les enveloppes personnalisées, se reporter à la [fiche 2.4](#).

## b) Les papiers imprimés bénéficiant d'une exonération

### b.1 Les imprimés papiers émis dans le cadre d'une mission de service public

Sont concernés les documents qui remplissent les **critères cumulatifs** suivants :

- le document doit être mis sur le marché par une personne publique ou une personne privée
- dans le cadre d'une mission de service public
- et résulter exclusivement d'une obligation découlant d'une loi ou d'un règlement.

Il appartient à chacun des acteurs publics d'examiner dans quelle mesure l'émission de leurs imprimés résulte exclusivement d'une obligation découlant d'un texte légal ou réglementaire.

#### Il s'agit notamment (liste indicative non exhaustive) :

- des bulletins de vote et des circulaires (les professions de foi) qui font l'objet d'un remboursement en vertu des dispositions de l'article R39 du Code électoral<sup>12</sup>;
- des documents officiels (carte d'identité, passeport, permis de conduire, carte grise, carte de séjour, acte d'état civil, livret de famille...);
- des déclarations fiscales et avis d'imposition ;

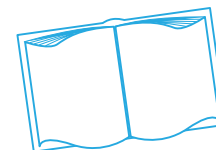
#### Pour les collectivités (communes, EPCI, syndicats intercommunaux, départements, régions) :

- la publication de la collectivité informant les habitants des affaires de celle-ci (par exemple, le bulletin municipal, la lettre du maire, le magazine communautaire...) est exonérée<sup>13</sup>. Sont également exonérés les imprimés type CERFA, les instructions, les circulaires, les délibérations, les convocations et rapports aux instances délibérantes, les rapports annuels d'activité, les rapports de contrôle de délégation de service public, les rapports d'exécution des marchés, les rapports environnementaux, les documents budgétaires, les documents d'urbanisme, les études d'impact, etc.).

Sont également exclus les imprimés papiers émis par les offices du tourisme et syndicats d'initiative dans le cadre de leur mission de service public consistant à assurer l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique du territoire<sup>14</sup>.

A contrario, des publications de type annuaire des commerçants de la collectivité ne peuvent être exonérées à ce titre.

Consultez [la liste](#) mise à disposition sur le site Internet d'Ecofolio pour identifier les papiers du service public assujettis.



### b.2 Les livres

Le régime repose sur les mêmes bases que l'assujettissement à la TVA (définition fiscale : article 278-0 bis A3° du Code général des impôts et le BOI-TVA-LIQ-30-10-40 du 15 juillet 2013).

Est ainsi considéré comme un livre, un ouvrage constitué d'éléments imprimés, reproduisant une oeuvre de l'esprit, ne présentant pas un caractère commercial ou publicitaire marqué et ne contenant pas un espace important destiné à être rempli par le lecteur<sup>15</sup>.

Exemples d'exonération (liste indicative non exhaustive) : les romans, bandes dessinées, dictionnaires, guides touristiques, cartes routières, recueils de photographies, ouvrages artistiques composés de reproductions, partitions de musique, atlas...

En revanche, les ouvrages consistant en une simple énumération d'informations, tels les annuaires téléphoniques, les annuaires ou brochures d'hébergements, de loisirs et/ou de restauration ne sont pas considérés comme des livres quel que soit leur intitulé.

Sont également assujettis les ouvrages de loisirs tels que :

- les ouvrages de jeux (type sudoku, mots fléchés, etc..) qui contiennent plus d'un tiers de la surface totale de l'ensemble, marges normales exclues, consacré, soit à des blancs intégrés au texte en vue de l'utilisation par le lecteur, soit à la publicité (annonces commerciales, noms de marque, logos professionnels, etc.), soit à la combinaison de ces deux procédés. Cette proportion est déterminée par rapport à la surface totale de l'ensemble, abstraction faite de la reliure ou de tout procédé équivalent.
- les albums à vignettes autocollantes,
- les albums de coloriage qui ont des espaces importants à compléter,
- les albums d'exercice qui ne complètent pas les livres scolaires ou les ensembles de fiches qui s'y substituent ou qui ne sont pas des cahiers de vacances.
- les albums de découpage

### b.3 Les publications de presse

#### Quatre critères cumulatifs permettent d'identifier les publications de presse<sup>16</sup>:

- **présenter un lien direct avec l'actualité**, apprécié au regard de l'objet de la publication ;
- **présenter un apport rédactionnel significatif** (au moins 1/3 de la surface en rédactionnel) ;
- **avoir un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée** : instruction, éducation, information, récréation du public ;
- **paraître régulièrement** (au moins une fois par trimestre).

Le décompte de la surface de rédactionnel doit être fait au numéro. Il appartient à la personne qui a la charge de la publication de justifier que celle-ci répond effectivement aux 4 critères cumulatifs.

Tous les critères particuliers d'identification doivent être lus à la lumière de ces quatre notions clefs. Les produits exclus de l'assiette sont notamment la presse payante et gratuite d'information.

## Précisions sur le critère de l'apport rédactionnel (et par conséquent le décompte de la publicité) :

- **Principe général** : une publication ne peut être considérée comme une publication de presse si le seuil d'un tiers de la surface en apport rédactionnel est atteint grâce à des artifices (exemple : caractères d'imprimerie disproportionnés). Quelle que soit la pagination, le contenu rédactionnel doit représenter au minimum une page ;

11. Voir fiche 2.3 relative aux enveloppes et pochettes postales.

12. Article R39 du Code électoral : [www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006070239&idArticle=LEGIARTI000006354500&dateTexte=20100323](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?cidTexte=LEGITEXT000006070239&idArticle=LEGIARTI000006354500&dateTexte=20100323)

13. Article L.2141-1 du Code général des collectivités territoriales.

14. Article L.133-3 du Code du tourisme.

15. Source : lignes directrices du MEDDE du 18 janvier 2013.

16. Au sens de l'article 1<sup>er</sup> de la loi n° 86-897 du 1<sup>er</sup> août 1986 portant régime juridique de la presse, conformes aux dispositions du premier alinéa et des 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, 3<sup>o</sup> et 5<sup>o</sup> de l'article 72 de l'annexe III au Code général des impôts, sous réserve de ne pas constituer une des publications désignées aux a, c, d, et e du 6<sup>o</sup> du même article 72 (article II - 3<sup>o</sup>).



- **Le contenu rédactionnel** s'entend des articles, photos et tableaux commentés présentant un caractère d'intérêt général et en lien avec l'actualité au sens de l'article 72 de l'annexe III du Code général des impôts. Ne sont pas assimilables à du contenu rédactionnel la publicité, les annonces classées ou la reprise d'annonces judiciaires et légales ;
- **Constitue une publicité** toute forme de communication faite dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, dans le but direct de promouvoir la fourniture de biens ou de services. Sont considérés comme de la publicité les encarts «publi-rédactionnels» ;
- **Sont présumés être de la publicité** les articles relatifs à un bien ou à un service lorsqu'ils comportent l'indication de l'adresse, du numéro de téléphone ou de tout élément permettant au lecteur de contacter la personne physique ou morale qui propose le bien ou le service.
- **Cas où la présomption de publicité ne s'applique pas :**
  - \* lorsque l'article indique l'adresse ou tout autre élément permettant l'identification d'une personne physique ou morale qui ne poursuit pas un but lucratif, et notamment une personne de droit public, à l'exception des établissements publics à caractère industriel et commercial, une association, une ambassade ou un consulat à condition qu'ils n'agissent pas dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle ou artisanale.
  - \* lorsque l'article fait état de l'adresse ou de tout autre élément d'identification d'une personne physique ou morale qui organise une manifestation culturelle, sportive ou artistique, ou bien du lieu où elle se déroule.

Dans ces deux cas, seule est alors décomptée comme de la publicité la partie de l'article où figure la mention du bien ou du service, avec l'indication de l'adresse ou de toute autre indication permettant de contacter la personne physique ou morale qui propose le bien ou le service. Toutefois, toujours dans ces deux cas, lorsque par son contenu, un article a manifestement pour finalité de promouvoir un produit ou un service, ou de favoriser une transaction, autrement dit s'il s'agit manifestement d'une publicité pouvant notamment être assimilée à du «publi-rédactionnel», il doit à nouveau être en entier considéré comme de la publicité.

### Exemples de documents ne relevant pas de publications de presse et devant être déclarés (liste indicative et non exhaustive) :

- les imprimés de nature commerciale ;
- les journaux et magazines d'annonces, qu'ils soient gratuits ou payants ;
- les imprimés sans contenu éditorial, les magazines dits de marque ;
- les publications d'entreprise ;
- les rapports d'activité ;
- les publications dont la majorité de la superficie est consacrée à la publication d'horaires ou de programmes, à l'exception des programmes de radiodiffusion et de télévision et des cotes de valeurs mobilières... (références : loi du 1er août 1986 – article 72 du Code général des impôts).

**À noter :** le caractère payant ou non payant de la publication n'est en aucun cas un élément justifiant une exonération

### b.4 L'encartage publicitaire (broché, collé, agrafé, jeté...) annoncé au sommaire d'une publication de presse qu'il accompagne.

Pour les publications qui n'ont pas de sommaire, il est admis que l'annonce soit faite au sein de la publication que l'encartage accompagne.

### c) Les produits qui ne rentrent pas dans la définition des papiers imprimés

Il s'agit notamment des produits en papier :

- **d'hygiène** : les mouchoirs en papier, le papier toilette et de cuisine, les serviettes et nappes en papier, sets de table... ;
- **d'emballage** : tous les emballages en papier ;
- **de décoration** : les papiers peints, les papiers et pochettes cadeau, le papier crépon... ;
- **d'affichage** ;
- **à usage fiduciaire** (entendus comme moyens et justificatifs de paiement) : les billets de banque, les chèques et lettres-chèques, les TIP (titres interbancaires de paiement), les tickets et billets de transport, les tickets de carte de paiement et de crédit, les tickets de caisse, les jeux de hasard, billets et tickets d'exposition, de spectacles, ou événements de loisirs ou de sports, timbres fiscaux et postaux ;
- **des notices et modes d'emploi** : les documents techniques expliquant le mode d'installation et/ou d'utilisation ou de fonctionnement d'un produit, à l'exclusion des documents juridiques<sup>17</sup> (par exemple, des conditions générales de vente ou d'achat), commerciaux (par exemple, une plaquette descriptive d'une offre commerciale) ou administratifs (par exemple, un formulaire de demande d'information) qui entrent donc dans l'assiette de contribution à Ecofolio ;
- **autres documents** : les cartes postales, les calendriers cartonnés, les agendas, les étiquettes autocollantes, les autocollants/stickers, les cartes à jouer...

### 2.1.3 QUI CONTRIBUE ? LE DONNEUR D'ORDRE

#### a) Définition du Donneur d'ordre

**Le Donneur d'ordre est la personne à l'origine de la politique générale promotionnelle, d'annonce, d'information ou commerciale, ou au nom ou sous l'appellation de laquelle cette politique a été menée :**

- **la personne qui prend la décision d'émettre ou de faire émettre les imprimés papiers** dans le cadre de l'activité de l'entité (la personne qui prend notamment la décision de diffuser ou faire diffuser, mettre à disposition ou faire mettre à disposition, distribuer ou faire distribuer les imprimés papiers) ;

**Par exemple,** la banque qui décide de diffuser ses nouvelles propositions commerciales à ses clients sur un dépliant papier est le Donneur d'ordre de cet imprimé papier et doit le déclarer auprès d'Ecofolio.

- **au sein d'une même enseigne/groupe** (ou pour une même marque), il peut y avoir un Donneur d'ordre national, pour la politique commerciale nationale, et un Donneur d'ordre local pour la politique commerciale locale. Dans ce cas, les deux entités sont redevables à concurrence des tonnages émis respectivement<sup>18</sup> ;

17. Hors documents mis sur le marché dans le cadre d'une mission de service public et résultant exclusivement d'une obligation découlant d'une loi ou d'un règlement, mentionnés en page 10 de la présente notice.

18. La politique d'adhésion à Ecofolio prévoit que les déclarations et les paiements soient consolidés (une seule déclaration et un seul paiement pour un ensemble de donneurs d'ordre). La consolidation des déclarations et des paiements ne modifie pas la responsabilité élargie du producteur (REP) qui pèse sur le seul Donneur d'ordre. Ecofolio met à disposition de ses adhérents un document exposant les principes de la consolidation et du mandat. La consolidation ne nécessite pas de liens institutionnels ou juridiques préexistants entre les mandants et les mandataires. Cette consolidation est propre au dispositif Ecofolio.

19. Le «cocontractant» est mandaté par ses mandants aux fins d'effectuer les opérations d'adhésion, de déclaration et de paiement. Il effectue donc ces opérations pour son propre compte et pour celui de ses mandants, le cas échéant.

**Par exemple**, une entreprise de la distribution décide d'émettre sur l'ensemble du territoire national un prospectus sur support papier, elle est le Donneur d'ordre de ce papier imprimé. Un de ses magasins (même enseigne) décide d'émettre localement une offre commerciale ponctuelle sur support papier, ce magasin est le Donneur d'ordre de ce papier imprimé. Dans le cas d'une consolidation au niveau d'un mandataire<sup>19</sup> (le cocontractant), l'entreprise nationale détentrice de l'enseigne déclare d'une part ses propres tonnages et d'autre part ceux de ses enseignes locales dans une déclaration unique en identifiant chaque mandant et leur tonnage de papiers émis respectifs.

- si le document, élaboré par un Donneur d'ordre national, est simplement modifié localement, s'agissant notamment des coordonnées ou de l'identification du point de vente local, le contributeur est alors le Donneur d'ordre national. Il en est de même lorsque le document élaboré par le Donneur d'ordre est cédé à titre onéreux aux établissements ou franchisés.

**Par exemple**, un concessionnaire automobile utilise le catalogue de son fabricant pour y apposer le plan d'accès et ses propres coordonnées avant émission : le fabricant est bien le Donneur d'ordre du catalogue. Le fabricant déclare le tonnage de catalogues émis en intégrant la part utilisée et personnalisée du concessionnaire.

#### b) Le destinataire : l'utilisateur final

Le Code de l'environnement précise que sont assujettis les papiers imprimés émis à destination des utilisateurs finaux et définit l'utilisateur final comme « la personne, physique ou morale, qui consomme un produit manufacturé mis sur le marché ».

- Il s'agit bien d'un produit manufacturé en papier, c'est-à-dire un produit fini, ni une matière première, ni un produit intermédiaire. On entend donc par poids de produit fini le poids du papier ainsi que des autres éléments constitutifs du produits (c'est à dire l'encre, les colles, agrafes, etc...);
- le B to B<sup>20</sup> est également visé par le dispositif ;
- Seuls les imprimés papiers émis à destination des utilisateurs finaux sont assujettis. Aussi, les documents émis pour un usage uniquement interne et donc non émis à destination d'utilisateurs finaux ainsi que les documents non distribués ne sont pas assujettis. L'entité concernée supporte la charge de la preuve et doit en conséquence, en cas de contrôle, être en mesure de prouver cette situation.

**Par exemple**, une entreprise ne déclare pas la part non émise<sup>21</sup> à destination d'utilisateurs finaux dès lors qu'elle les élimine conformément aux lois et règlements en vigueur.

### 2.1.4 LES CAS PARTICULIERS

S'agissant du cas du courrier de gestion, du publipostage, des enveloppes personnalisées et des papiers à en-tête, voir la [fiche 2.4](#) sur les cas particuliers.

20. B to B (Business to Business) : relatif aux échanges interentreprises ou professionnels.

21. On entend par « émission » le fait d'émettre (ou faire émettre), de distribuer (ou faire distribuer) ou mettre à disposition (ou faire mettre à disposition) des imprimés papiers sur le territoire national.

## 2.2 • LES PAPIERS À COPIER

### 2.2.1 LES PAPIERS CONCERNÉS



Les papiers à copier répondant aux caractéristiques suivantes sont concernés par l'éco-contribution :

- **format** : les formats concernés sont les formats inférieurs ou équivalents au format A3+<sup>22</sup>;
- **toutes les qualités**, y compris issues de fibres recyclées ;
- **toutes les couleurs** ;
- **tous les grammages** dès lors qu'ils sont inférieurs ou égaux à 224 g/m<sup>2</sup> ;
- **tous les conditionnements** : par 250, 500, 2500 feuilles ou autre ;
- **quelle que soit leur utilisation finale**.

Sont exclus du dispositif les papiers spéciaux à usage exclusif de photos, dessins, créations manuelles, tirage de plans, calques.

### 2.2.2 LE CONTRIBUTEUR EST LE METTEUR SUR LE MARCHÉ

#### a) Principes

**Le Metteur sur le marché** : toute personne qui, à titre professionnel,

- fabrique,
- importe,
- ou introduit pour la première fois en France<sup>23</sup> des papiers à copier pour la revente ou sa propre consommation.

#### > Produits avec marque apparente du revendeur

Dans le cas de papiers à copier vendus sous la seule marque d'un revendeur (exemple : marque de distributeur, ou autre élément permettant d'identifier celui-ci), le revendeur est considéré comme le Metteur sur le marché<sup>24</sup>.

#### > Produits avec marque apparente n'appartenant pas au revendeur

Hors première introduction ou importation, dans le cas de papiers à copier vendus sous une marque qui n'est pas celle du fabricant, ni celle du revendeur, le titulaire de la marque est le Metteur sur le marché (exemple : marque d'un OEM – Original Equipment Manufacturer).

#### > Produits sans marque

Dans le cas d'un produit sans marque apparente, le contributeur est le fabricant, l'importateur ou le premier introducteur sur le territoire français. Dans le cas de papiers à copier mis sur le marché sous macule neutre mais dont un emballage ou suremballage de vente sur le lieu de vente est à la marque du revendeur, le revendeur est considéré comme le Metteur sur le marché pour ses propres marques.

#### b) Cas de l'importation ou de la première introduction en France

L'éco-contribution est à la charge de l'entité qui importe ou introduit pour la première fois en France des papiers à copier pour la revente ou pour sa propre consommation. Il est précisé que l'ensemble des papiers à copier importés ou introduits pour la première fois en France, y compris ceux qui n'auraient pas encore été revendus ou consommés et donc les éventuels stocks, doit être déclaré lors de la période de déclaration se rapportant à l'année d'importation ou d'introduction.

**VOUS IMPORTEZ OU INTRODUISEZ DES PAPIERS À COPIER : VOUS DEVEZ DÉCLARER**

22. Tous les formats inférieurs ou équivalents aux dimensions du format A3+ (305 x 457 mm) sont concernés, notamment les formats A3 et A4, dont la norme ISO 216 fixe respectivement les dimensions à 297 x 420 mm et 210 x 297 mm. Dans le cas de la mise sur le marché de papiers dont l'une des dimensions serait supérieure aux valeurs 305 x 457 mm et l'autre inférieure, c'est le calcul de la surface qui primera.

23. Y compris dans les départements d'outremer (DOM) et les collectivités d'outremer (COM) pour lesquelles la réglementation nationale s'applique.

24. Article D543-208-1 du Code de l'environnement.



## C) Exportateur hors du territoire national

Les papiers à copier expédiés à l'étranger sont exclus de l'assiette de la contribution. Veuillez à vous renseigner quant à la législation en vigueur dans les autres pays.<sup>25</sup>

## 2.2.3 L'ABATTEMENT FORFAITAIRE ET L'ABATTEMENT AU RÉEL

Afin de ne prendre en compte que les tonnages de papiers à copier collectés et traités par le service public local (les autres ne sont pas concernés par l'éco-contribution), les Metteurs sur le marché peuvent choisir, soit de bénéficier d'un abattement forfaitaire, soit d'un abattement au réel. Cette option s'applique sur la totalité des papiers à copier, enveloppes et pochettes postales à déclarer.

## a) Abattement forfaitaire

Cet abattement conventionnel de 37,6 % a été calculé sur un plan national et de manière mutualisée sur le fondement des caractérisations des déchets menées par l'ADEME : données du MODECOM, étude réalisée par l'ADEME (Campagne nationale de caractérisation des ordures ménagères – Résultats 2007) et du gisement des papiers graphiques destinés à être imprimés mis sur le marché (Etude Gisement de papiers graphiques – Octobre 2008 ADEME). Cette option est choisie par le Metteur sur le marché afin de simplifier sa déclaration de tonnage de papiers à copier.

37,6%

**Le contributeur déclare la totalité des tonnages mis sur le marché. Cet abattement est effectué automatiquement par Ecofolio lors de la déclaration si l'adhérent choisit cette option.**

La part des papiers à copier, enveloppes et pochettes postales collectée et traitée par les collectivités territoriales, est fixée au niveau national à 62,4 % des tonnages mis en marché.

## b) Abattement au réel

Cet abattement est effectué par le Metteur sur le marché et sous sa seule responsabilité lors de sa déclaration annuelle :

- l'utilisateur final apporte la preuve au Metteur sur le marché, conformément à l'article D543-208-1 du Code de l'environnement, qu'il dispose d'un prestataire privé pour l'élimination des tonnages collectés et qu'à ce titre, le Metteur sur le marché ne doit pas contribuer pour ces tonnages ;
- les intermédiaires de la chaîne de distribution font remonter les informations nécessaires afin de permettre aux Metteurs sur le marché d'effectuer leur déclaration avec l'abattement au réel.

Le Metteur sur le marché doit pouvoir justifier des tonnes déclarées à Ecofolio et de l'abattement réel.

## 2.2.4 LES CAS PARTICULIERS

S'agissant du cas du courrier de gestion, du publipostage, des enveloppes personnalisées et des papiers à en-tête, voir la [fiche 2.4](#) sur les cas particuliers.

25. Les papiers expédiés de France vers les DOM/COM sont assujettis.

## 2.3 • LES ENVELOPPES ET LES POUCHES POSTALES

RAPPEL DE TERMINOLOGIE : Enveloppe : la fermeture est sur la longueur  
Pochette : la fermeture est sur la largeur

## 2.3.1 LES ENVELOPPES ET LES POUCHES POSTALES CONCERNÉES



Sont concernées les enveloppes et pochettes postales en papier répondant aux caractéristiques suivantes :

- tous les formats et formes ;
- toutes les qualités, y compris issues de fibres recyclées ;
- toutes les couleurs ;
- tous les systèmes de fermeture, y compris sans système de fermeture ;
- avec une, plusieurs ou sans fenêtre ;
- avec ou sans soufflet ;
- tous les conditionnements ;
- tous les grammages dès lors qu'ils sont inférieurs ou égaux à 224 g/m<sup>2</sup> ;
- quelle que soit leur utilisation finale.

Toutes les enveloppes et les pochettes en papier sont concernées par la Responsabilité Elargie du Producteur (REP) papiers quels que soient leur usage (notamment envois postaux, classement, transport de documents,...) et leur contenu (notamment CD ou DVD, titres de transports, billets de spectacles ou de manifestations, jeux, radiographies médicales, etc...).

Sont exclues les enveloppes et pochettes qui sont considérées comme des emballages.

## 2.3.2 LE CONTRIBUTEUR EST LE METTEUR SUR LE MARCHÉ

## a) Généralités

Le Metteur sur le marché : toute personne qui, à titre professionnel,

- fabrique,
- importe,
- ou introduit pour la première fois en France<sup>26</sup> des enveloppes ou des pochettes postales, pour la revente ou sa propre consommation.

## &gt; Produits avec marque apparente du revendeur

Dans le cas d'enveloppes ou pochettes postales vendues sous la seule marque d'un revendeur (exemple : marque de distributeur ou autre signe permettant d'identifier celui-ci), celui-ci est considéré comme le Metteur sur le marché<sup>27</sup>. Certaines enveloppes ou pochettes postales ont un double marquage, marque du revendeur clairement identifiable sur l'emballage, et marque du fabricant. C'est le titulaire de la marque apparente du revendeur qui contribue.

## &gt; Produits avec marque apparente n'appartenant pas au revendeur

Hors première introduction ou importation, dans le cas d'enveloppes et pochettes postales vendues sous une marque qui n'est pas celle du fabricant, ni celle du revendeur, le contributeur auprès d'Ecofolio est de le titulaire de la marque.

## &gt; Produits sans marque

Dans le cas d'un produit sans marque apparente, le contributeur est le fabricant, l'importateur ou le premier introducteur sur le territoire français.

Dans le cas de produits mis sur le marché sans marque mais dont un emballage ou suremballage de vente sur le lieu de vente est à la marque du revendeur, le revendeur est considéré comme le Metteur sur le marché pour ses propres marques

26. Y compris dans les départements d'outremer (DOM) et les collectivités d'outremer (COM) pour lesquelles la réglementation nationale s'applique.

27. Article D543-208-1 du Code de l'environnement.

**b) Cas de l'importation ou de la première introduction sur le marché national**

L'éco-contribution est à la charge de l'entité qui importe ou introduit pour la première fois en France des enveloppes et des pochettes postales pour la revente ou pour sa propre consommation. Il est précisé que l'ensemble des enveloppes et pochettes postales importées ou introduites pour la première fois en France, y compris celles qui n'auraient pas encore été revendues ou consommées et donc les éventuels stocks, doit être déclaré lors de la période de déclaration se rapportant à l'année d'importation ou d'introduction.

### VOUS IMPORTEZ OU INTRODUISEZ DES ENVELOPPES OU DES Pochettes Postales : VOUS DEVEZ DÉCLARER

**c) Exportateur hors du territoire national**

Les enveloppes ou pochettes postales vendues hors du territoire national sont exclues de l'assiette de la contribution. Veuillez à vous renseigner quant à la législation en vigueur dans les autres pays.

**2.3.3 L'ABATTEMENT FORFAITAIRE ET L'ABATTEMENT AU RÉEL**

Afin de ne prendre en compte que les tonnages d'enveloppes et pochettes postales collectés et traités par le service public local (les autres ne sont pas concernés par l'éco-contribution), les metteurs sur le marché peuvent choisir, soit de bénéficier d'un abattement forfaitaire, soit d'un abattement au réel. Cette option s'applique sur la totalité des papiers à copier, enveloppes et pochettes postales à déclarer.

**a) Abattement forfaitaire**

Cet abattement conventionnel de 37,6 % a été calculé sur un plan national et de manière mutualisée sur le fondement des caractérisations des déchets menées par l'ADEME : données du MODECOM, étude réalisée par l'ADEME (Campagne nationale de caractérisation des ordures ménagères - Résultats 2007) et du gisement des papiers graphiques destinés à être imprimés mis sur le marché (Etude Gisement de papiers graphiques - Octobre 2008 ADEME). Cette option est choisie par le Metteur sur le marché afin de simplifier sa déclaration de tonnage d'enveloppes et pochettes postales.

**37,6%**

**Le contributeur déclare la totalité des tonnages mis sur le marché. Cet abattement est effectué automatiquement par Ecofolio lors de la déclaration si l'adhérent choisit cette option.**

La part des papiers à copier, enveloppes et pochettes postales collectée et traitée par les collectivités territoriales, est fixée au niveau national à 62,4 % des tonnages mis en marché.

**b) Abattement au réel**

Cet abattement est effectué par le Metteur sur le marché et sous sa seule responsabilité lors de sa déclaration annuelle :

- l'utilisateur final apporte la preuve au Metteur sur le marché, conformément à l'article D543-208-1 du Code de l'environnement, qu'il dispose d'un prestataire privé pour l'élimination des tonnages collectés et qu'à ce titre, le Metteur sur le marché ne doit pas contribuer pour ces tonnages ;
- les intermédiaires de la chaîne de distribution font remonter les informations nécessaires afin de permettre aux metteurs sur le marché d'effectuer leur déclaration avec l'abattement au réel.

Le Metteur sur le marché doit pouvoir justifier des tonnes déclarées à Ecofolio et de l'abattement au réel.

**2.3.4 LES CAS PARTICULIERS**

S'agissant du cas du courrier de gestion, du publipostage, des enveloppes personnalisées et des papiers à en-tête, voir la [fiche 2.4](#) sur les cas particuliers.

**2.4 • LES CAS PARTICULIERS****2.4.1 COEXISTENCE DU PÉRIMÈTRE PAPIERS IMPRIMÉS ET PAPIERS À COPIER, ENVELOPPES ET Pochettes Postales : UNE SEULE CONTRIBUTION PAR PAPIER**

Afin d'éviter le risque de double contribution, les donneurs d'ordre ne déclarent pas les imprimés réalisés à partir de papiers à copier, d'enveloppes et de pochettes postales.

- Les utilisateurs de papiers à copier, d'enveloppes et de pochettes postales n'ont pas à les intégrer dans leur déclaration ;
- Pour les papiers à copier et enveloppes, les metteurs sur le marché (fabricants, distributeurs, revendeurs pour leur propre marque, importateur, premier introducteur, le cas échéant pour leur propre consommation) sont les contributeurs auprès d'Ecofolio et doivent à ce titre les déclarer annuellement<sup>28</sup>.

**Exemple** : si vous réalisez ou faites réaliser des papiers imprimés sur des papiers à copier d'un format inférieur ou égal au A3+ (par exemple A3, A4, A5, ...), des enveloppes ou des pochettes postales, vous ne reportez pas ces tonnages dans votre déclaration car c'est au Metteur sur le marché de ces produits de le faire.

Les donneurs d'ordre sont invités à se rapprocher de leurs imprimeurs ou prestataires d'impression pour connaître les tonnages imprimés pour leur compte ainsi que les formats utilisés. Cela permet de définir si le contributeur est le Donneur d'ordre de papiers imprimés ou le Metteur sur le marché de papiers à copier.

**2.4.2 CONTENU D'UN PLI<sup>29</sup> ENVOYÉ PAR UN DONNEUR D'ORDRE****a) Cas général**

Concernant le contenu d'un pli envoyé par un Donneur d'ordre.

> pour un courrier envoyé :

- réalisé à partir de solutions industrielles (bobines et feuilles imprimées pour un Donneur d'ordre), le contributeur est le Donneur d'ordre de ces documents ;
- réalisé à partir de papiers à copier, le contributeur est le Metteur sur le marché.

28. Voir également la [fiche 2.1.4](#).

29. Un pli envoyé par un Donneur d'ordre peut être composé des éléments suivants :

- Un contenu :
  - éventuellement un courrier d'accompagnement réalisé sur papiers à copier ou à partir de solutions industrielles de type imprimeur ;
  - éventuellement un ou plusieurs documents imprimés de diverses natures (imprimés publicitaires, courriers de gestion, catalogues, ...)
  - éventuellement une enveloppe retour.
- Une enveloppe personnalisée ou non.

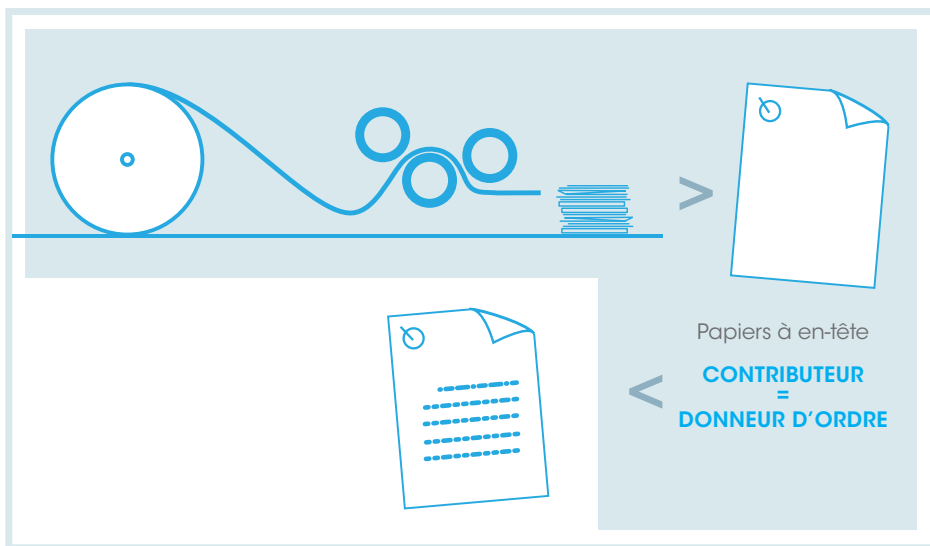
> de même, le document éventuel l'accompagnant est assujéti selon les mêmes conditions :

- réalisé à partir de solutions industrielles (bobines et feuilles imprimées), le contributeur est le Donneur d'ordre ;
- réalisé à partir de papiers à copier, le contributeur est le Metteur sur le marché.

**Par exemple**, la contribution pour les relevés bancaires (qui constituent un exemple de courrier de gestion) imprimés directement à partir de solutions industrielles (bobines et feuilles) est de la responsabilité de l'établissement bancaire.

#### b) Cas des papiers à en-tête

Pour les papiers à en-tête, mis au format A3+ ou inférieur (A4 principalement) à partir de bobines ou de feuilles à usage industriel et pour le compte d'un Donneur d'ordre, ou le cas échéant par lui-même, la contribution est due auprès d'Ecofolio par ce Donneur d'ordre au titre du papier imprimé.



Les donneurs d'ordre sont invités à se rapprocher de leurs imprimeurs ou prestataires d'impression pour connaître les supports d'impression utilisés (bobines, feuilles de grand format ou papiers à copier) pour tout papier à en-tête réalisé. Cela permet de définir si le contributeur est le donneur d'ordre de ce papier à en-tête ou le Metteur sur le marché de papiers à copier.

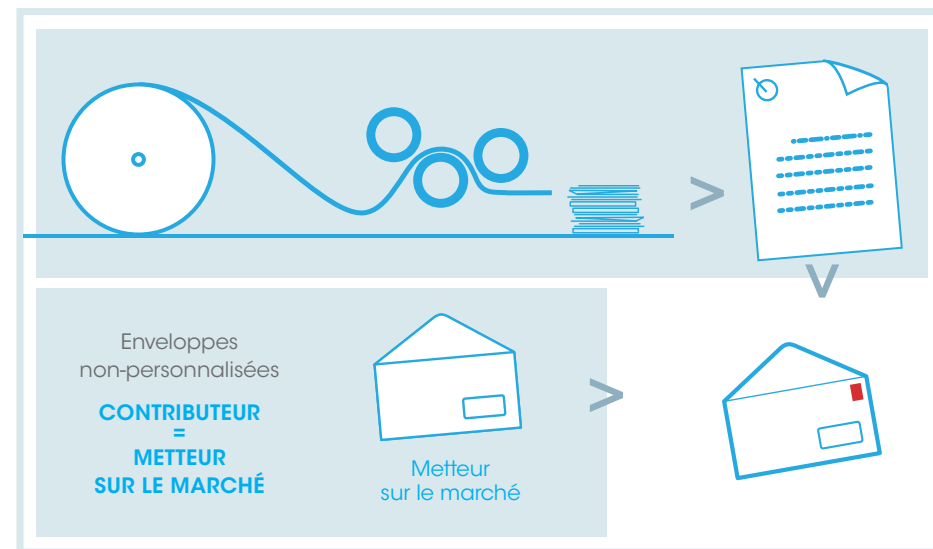
Concernant l'enveloppe, un critère complémentaire est à étudier concernant la personnalisation ou non afin de déterminer le contributeur (Donneur d'ordre ou Metteur sur le marché).

### 2.4.3 LES CAS DES ENVELOPPES

#### a) Le Donneur d'ordre utilise des enveloppes d'envoi non personnalisées

##### a.1 Cas général

Pour les enveloppes mises en marché à l'état, sans personnalisation intérieure ou extérieure (marque ou logo par exemple), le redevable est le Metteur sur le marché.



##### b.2 Enveloppes d'envoi imprimées mais non personnalisées

Pour toute impression qui n'identifie pas clairement et de façon évidente le Donneur d'ordre (nom ou marque appartenant à un Donneur d'ordre), c'est le Metteur sur le marché d'enveloppes ou de pochettes postales qui contribue.

**Par exemple**, pour une enveloppe sur laquelle est imprimée une mention de type «Important», «Personnel et confidentiel», la codification du produit ou autre, et sans mention d'une marque appartenant à l'expéditeur, l'éco-contribution est due auprès d'Ecofolio par le Metteur sur le marché (le fabricant le plus souvent).

## b) Le Donneur d'ordre utilise des enveloppes d'envoi personnalisées

## b.1 Cas général

Pour les enveloppes ou les pochettes postales avec personnalisation (intérieure ou extérieure) permettant d'identifier clairement l'émetteur (marque ou logo par exemple), fabriquées et imprimées **dans le cadre d'une prestation globale**, sur ordre et **avant mise sur le marché**, le redevable est le Donneur d'ordre. Il s'agit alors de produits soumis à contribution en tant que **papiers imprimés**.

**Par exemple**, un établissement bancaire qui fait fabriquer des enveloppes personnalisées avec son logo pour notamment envoyer les relevés bancaires à ses clients est le contributeur auprès d'Ecofolio.

En revanche, si la personnalisation des enveloppes est **réalisée après la mise sur le marché** des enveloppes ou pochettes postales (exemple du **repiquage sur des enveloppes vierges**), l'écocontribution est versée par le Metteur sur le marché.

## b.2 Le Donneur d'ordre utilise des enveloppes retour T

Pour les enveloppes retour (ou enveloppes T) utilisées notamment dans le cadre des campagnes de marketing direct, la contribution est versée par le donneur d'ordre, dès lors qu'elles sont imprimées dans le cadre d'une prestation globale.

Si en revanche, les éléments de retour sont imprimés après mise sur le marché, le contributeur est le metteur sur le marché.

## FICHE 3 : LA DÉCLARATION DU B.E.D.

**Depuis 2014 (papiers émis en 2013), Ecofolio a mis en place un barème éco-différencié (B.E.D.) basé sur des critères d'éco-conception des produits de papiers graphiques. Ces critères sont reconduits à l'identique en 2015.**

• **Seuil de déclaration du Barème Eco-Différencié**

Les adhérents qui ont émis moins de **25 tonnes** par an peuvent effectuer leur déclaration par tonnes sans déclarer les critères du barème éco-différencié.<sup>30</sup>

• **Pourquoi un Barème Eco-Différencié (B.E.D.) ?**

La prévention est au coeur de toutes les politiques des déchets et reste la priorité. La loi française impose d'inciter à mieux prendre en compte les impacts écologiques des produits et le coût de gestion de leur fin de vie. L'amélioration de la recyclabilité des papiers constitue une priorité en matière d'éco-conception. C'est pourquoi Ecofolio, à l'occasion de son deuxième agrément, a mis en place un barème éco-différencié.

**Quel est le but du B.E.D. ?**

L'objectif de ce barème éco-différencié est d'orienter les émetteurs de papiers vers l'éco-conception de leurs produits. Il a donc pour vocation d'accompagner les adhérents d'Ecofolio afin d'améliorer la recyclabilité des produits papiers.

Outre l'incitation financière incarnée par le B.E.D., Ecofolio accompagne ses adhérents au plus près pour faire de l'éco-conception et de la prévention une réalité. Le B.E.D. est au coeur du dispositif global d'amélioration de l'empreinte écologique des produits papiers.

• **Comment fonctionne le Barème Eco-Différencié ?**

Le B.E.D. est un système de bonus-malus organisé autour de la contribution de base pour encourager les pratiques vertueuses et le recyclage. Il ne s'agit pas d'une sanction mais d'un signal, une manière de mesurer. Il orientera les metteurs en marché dans la conception de leur produit pour baisser leur éco-contribution.

**Fonctionnement**

L'ambition d'un barème éco-différencié est de refléter un coût environnemental. Pour sa première version, le barème d'Ecofolio conserve son incitation à la réduction des tonnages et constitue l'instrument privilégié de mise en oeuvre de la politique de prévention. Deux critères sont ensuite ajoutés : la **nature de la fibre**, pour favoriser l'usage de papier recyclé et la traçabilité de la fibre utilisée, et la **recyclabilité** afin de limiter l'usage de perturbateurs du recyclage. Ces critères sont issus du cahier des charges du ministère de l'Ecologie pour le ré-agrément d'Ecofolio.

30. Une majoration de 5% de la contribution de base est alors appliquée.

### Application 2015

Pour les papiers mis sur le marché en 2014, à déclarer en 2015, le B.E.D. sera articulé autour de ces éléments :

- **Poids** : une contribution de base de 52 € / t ;
- **Fibre** : un bonus de 10% pour les papiers contenant majoritairement des fibres recyclées ou un malus de 5% pour les papiers ne répondant pas aux critères de la fibre de l'Eco-label européen ou équivalent ;
- **Recyclabilité** : un malus de 5% par élément perturbateur du recyclage.

Le cumul se limite à 3 malus par produit.

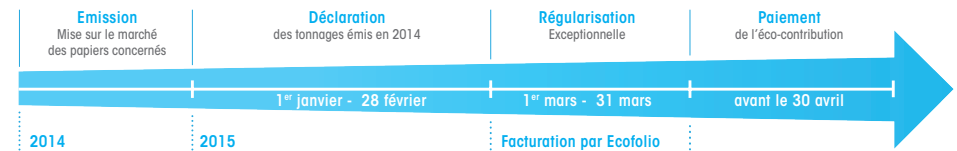
### • La plaquette sur le Barème Eco-Différencié

Pour plus d'informations sur les éléments perturbateurs, et les solutions pour éviter certains de ces malus, vous pouvez vous référer à la brochure explicative du barème éco-différencié, à télécharger sur [www.ecofolio.fr](http://www.ecofolio.fr).



## FICHE 4 : QUAND ET COMMENT FAIRE SA DÉCLARATION ?

### 4.1 • LE CALENDRIER RÉGLEMENTAIRE



Les déclarations réalisées après le 28 février 2015 feront l'objet d'une majoration :

- Les déclarations effectuées **entre le 1<sup>er</sup> mars 2015 et le 31 mars 2015** pour les tonnages de papiers de l'année 2014 feront l'objet d'une majoration de 5%.
- Les déclarations effectuées **entre le 1<sup>er</sup> avril 2015 et le 31 décembre 2015** pour les tonnages de papiers de l'année 2014, feront l'objet d'une majoration de 10%.
- Les déclarations effectuées **à tout moment au cours de l'année 2015**, pour les tonnages de papiers des années 2012 et 2013 feront l'objet d'une majoration de 10%.

**Exemple** : un émetteur effectuant une déclaration le 15 mars 2015 pour les 3 années antérieures se verra majorer :

- de 5% sur les tonnages de papiers mis sur le marché l'année 2014 (N-1)
- de 10% sur les tonnages de papiers mis sur le marché les années 2012 et 2013 (N-2 et N-3)

### 4.2 • GÉRER SON COMPTE MESPAPIERS<sup>31</sup>

Dès sa création, Ecofolio a choisi de «dématiser» les échanges avec ses partenaires ainsi que sa gestion administrative. Premier éco-organisme à proposer un système de déclaration en ligne, Ecofolio a depuis enrichi les fonctionnalités et développé un dispositif informatique adapté aux besoins des adhérents et des collectivités.

Cette procédure efficace réduit les frais de gestion et optimise les services des utilisateurs :

- elle garantit la disponibilité permanente et l'authenticité des données ;
- elle diminue les délais de traitement pour faciliter le respect des échéances légales impératives ;
- elle assure un archivage sécurisé et pérenne ;
- elle conserve au bénéfice des tiers et d'Ecofolio des éléments de preuves de même nature et confère ainsi un traitement égalitaire aux parties ;
- elle permet d'allouer à nos missions environnementales principales (optimisation de la collecte sélective et du recyclage) l'essentiel des ressources, en maîtrisant les effectifs et donc le montant de l'éco-contribution.

Le dispositif informatique d'Ecofolio est construit sur une architecture simple et une ergonomie adaptée qui permettent de réaliser rapidement l'ensemble des opérations. Il s'agit d'une application dite «full web», largement plébiscitée par l'ensemble des acteurs.

31. <https://mespapiers.ecofolio.fr>

### 4.2.1 L'ADHÉSION EN LIGNE AVEC LE DOUBLE CLIC

L'utilisateur, désigné par l'adhérent, remplit un formulaire d'adhésion qui déclenche la procédure de contractualisation. Dès qu'il reçoit ses identifiants, l'adhérent se connecte sur son espace dédié et signe son contrat par un double clic, en quelques minutes. À tout moment, il peut consulter son contrat en accédant à son espace. S'il le souhaite, il peut l'imprimer, en conserver une copie sur support papier ou le sauvegarder sur un ordinateur.

#### Qui signe le contrat en ligne?

Une personne désignée en tant que signataire. Elle doit à cet effet disposer de la capacité juridique d'engager son entité et de la représenter dans le cadre de la signature du contrat.

#### En acceptant le contrat, le signataire:

- **approuve** l'ensemble des stipulations et les obligations mentionnées ;
- **identifie** les déclarants et, le cas échéant, le destinataire de la facture ou le service comptable. Le signataire doit compléter puis accepter le contrat en ligne sur l'espace MesPapiers.

#### La procédure du double clic?

Il s'agit d'une procédure de contractualisation conforme aux articles 1369-4 à 1369-6 du Code civil. Le respect de ces exigences légales est formalisé au sein de la procédure d'adhésion par :

- **une information précontractuelle** avec remplissage des champs obligatoires ;
- **la visualisation du contrat** modifiable ;
- **la validation des informations** propres au cocontractant ;
- **la confirmation** par une première validation et enfin la réception de l'accusé de réception (courrier électronique de confirmation) et l'archivage du contrat.

### 4.2.2 LA DÉCLARATION EN LIGNE

Muni de ses identifiants, l'adhérent effectue en ligne sa déclaration<sup>32</sup> de tonnages papiers sur son espace dédié : <https://mespapiers.ecofolio.fr>. La procédure est rapide et totalement sécurisée. La ventilation par type de papiers vient préciser la répartition des tonnages déclarés.

<sup>32</sup>. Dans le cas d'une consolidation, l'entité qui cocontracte avec Ecofolio déclare d'une part ses propres tonnages et d'autre part ceux de ses mandants.

### 4.2.3 LA FACTURATION

Chaque adhérent facturable reçoit sa facture d'éco-contribution par courrier électronique (pièce jointe au format PDF sécurisé) et peut la télécharger directement sur son espace (en format PDF).

La facture électronique est prévue par l'article 289 V du Code général des impôts. La validité et l'opposabilité des factures électroniques sont définies par l'article 96 F de l'annexe III du Code général des impôts. En outre, les factures sont archivées dans les délais et conditions prévus par l'article L.102B du Livre des procédures fiscales (au moins 3 ans sous format électronique original et 3 ans sur tout support). Les factures archivées restent accessibles depuis le siège social d'Ecofolio et par l'administration fiscale en cas de contrôle.

Une facture électronique est une facture dont l'authenticité et l'intégrité sont garanties : l'adhérent est certain que la facture émane bien d'Ecofolio et que son contenu ne peut être modifié. Un système de sécurité empêche toutes modifications de la facture. S'il le souhaite, l'adhérent peut imprimer la facture, en conserver un exemplaire sur support papier ou la sauvegarder. Pour se la procurer, une connexion Internet et le logiciel gratuit Adobe Reader® (<http://get.adobe.com/fr/reader/>) suffisent.

### 4.2.4 LE PAIEMENT

**le règlement de l'éco-contribution due au titre de la déclaration annuelle des tonnages doit s'effectuer chaque année avant le 30 avril.**

### 4.2.5 L'ATTESTATION DE PAIEMENT DE L'ÉCO-CONTRIBUTION

Après paiement de son éco-contribution, l'adhérent cocontractant dispose d'une attestation de paiement émanant d'Ecofolio. Ecofolio met également à disposition une attestation au nom de chaque mandant.

### 4.2.6 L'HISTORIQUE DU COMPTE

À tout moment, l'adhérent peut :

- **avoir accès à sa déclaration en cours** et celles des années précédentes ;
- **accéder à ses attestations** de paiement ;
- **imprimer** les documents disponibles sur son compte ;
- **les sauvegarder.**



## 4.3 • LES OUTILS

### 4.3.1 LES CATÉGORIES DE PRODUITS PAPIER

À titre d'illustration et dans le but de fournir des éléments facilitant la **ventilation des tonnages assujettis**, lors de la déclaration, Ecofolio propose les définitions suivantes.

#### A • LES PAPIERS IMPRIMÉS

- 1. JOURNAUX OU MAGAZINES D'ANNONCES** : Publications d'annonces qui sont vendues, distribuées ou mises à disposition gratuitement.
- 2. IMPRIMÉS PUBLICITAIRES** : Imprimés (prospectus, brochure, dépliant, flyer, tract, plaquette, ...) ayant pour objet de promouvoir l'image, les produits ou les services de l'annonceur.
- 3. ANNUAIRES** : Publications qui regroupent des informations (nom, adresse, coordonnées) sur les membres d'une association, d'une entreprise, d'une profession ou sur les abonnés à un service.
- 4. MAGAZINES DE MARQUES / PUBLICATIONS D'ENTREPRISES** : Publications ayant pour objet principal d'informer sur l'activité, interne ou externe, d'une entité (toute entité publique ou privée à but lucratif ou non lucratif) ou constituant un instrument de communication ou de promotion pour celle-ci.
- 5. MAILINGS / PUBLIPOSTAGES** : Communication à vocation publicitaire ou informative envoyée en nombre par voie de correspondance et comportant un message non individualisé.
- 6. FORMULAIRES ADMINISTRATIFS ET COMMERCIAUX** : Tout document, quel que soit la présentation ou le support, comportant des champs libres, de nature administrative, juridique ou commerciale.
- 7. CATALOGUES DE VENTE** : Support de vente, illustré ou non, et présentant de manière cohérente les différents produits fabriqués ou distribués par une ou plusieurs entreprises en indiquant leurs caractéristiques techniques, visuelles, physiques et éventuellement leur prix. Le catalogue se distingue généralement de l'imprimé publicitaire en raison de son épaisseur par la présence de plusieurs feuillets et de sa finition différente (dos carré-collé par exemple).
- 8. ENCARTS PUBLICITAIRES PRESSE** : Document à caractère publicitaire, en général broché, collé, jeté ou agrafé, accompagnant une publication de presse.
- 9. PAPIERS À EN-TÊTE** : Papiers à copier, personnalisés et mis au format à partir de bobine ou de feuilles de papier de format supérieur au A3+ (305 x 457 mm) généralement utilisés pour l'envoi de correspondance par un Donneur d'ordre.
- 10. ENVELOPPES ET Pochettes PERSONNALISÉES** : Enveloppes et pochettes postales dont la personnalisation permet d'identifier clairement l'émetteur (marque ou logo par exemple), fabriquées et personnalisées concomitamment, sur demande d'un Donneur d'ordre et avant mise sur le marché.
- 11. COURRIERS DE GESTION** : Courriers relationnels tels que les factures, relevés de comptes, relances, feuilles de salaires, ..., ayant une portée officielle, juridique, commerciale ou financière entre l'émetteur et le destinataire. Les informations portées sur les courriers de gestion sont individuelles et personnalisées.
- 12. AUTRES** : Tous les papiers imprimés ne correspondant pas à l'une des 11 catégories précédentes (par exemple : ouvrages de jeu (type sudoku, mots fléchés,...), ouvrages à vignettes autocollantes, les ouvrages de coloriage,...)

#### B • LES PAPIERS À COPIER ET LES ENVELOPPES

- 1. PAPIERS À COPIER** : Papiers vierges de toute impression, de dimensions inférieures ou équivalentes au format A3+ (305 x 457 mm), conditionnés et destinés à être imprimés ou copiés.
- 2. ENVELOPPES ET Pochettes POSTALES** : Poches de papier généralement destinées à contenir un courrier pour protéger son contenu, le transporter et le rendre confidentiel. On distingue l'enveloppe, dont la fermeture est sur la longueur, de la pochette, dont la fermeture est sur la largeur.

### 4.3.2 MESPAPIERS, UN OUTIL DE GESTION DU BARÈME ÉCO-DIFFÉRENCIÉ

#### • Un outil de gestion simple et efficace

Grâce à MesPapiers, l'outil de suivi et de déclaration des tonnages selon les critères du barème éco-différencié créé par Ecofolio, vous piloterez votre politique d'éco-conception et la modulation de votre éco-contribution. Connectez-vous dès maintenant.

MesPapiers est un outil de pilotage qui a pour vocation de faciliter la traçabilité des papiers de la production jusqu'à la déclaration. Il permettra aux émetteurs de papiers d'identifier les éléments entrant dans la composition de leurs produits et d'en améliorer les impacts environnementaux.



#### L'outil MesPapiers permet :

- la saisie des tonnages et caractéristiques pour un suivi en temps réel ;
- le pilotage des mises sur le marché en année d'exploitation ;
- l'intégration automatique des données pour la déclaration 2014 ;
- l'accès aux bonnes pratiques d'éco-conception ;
- la simulation en ligne de l'éco-contribution.

> Rendez-vous dès maintenant sur <https://mespapiers.ecofolio.fr> et enregistrez vos mises sur le marché au fur et à mesure sur cette interface. Vous n'aurez plus qu'à valider en début d'année et vous faciliterez ainsi votre déclaration.

#### • L'outil de déclaration et le chargement des données via un fichier Excel

Au-delà du suivi en temps réel, MesPapiers est également votre outil de déclaration qui intègre toutes les modalités du barème éco-différencié.

Afin de faciliter votre déclaration, vous pouvez charger vos données via un import d'un fichier Excel.

#### • Des sessions de formation pour apprendre à utiliser MesPapiers

Ecofolio vous propose des sessions de formation organisées en web-conférence. Sans vous déplacer, depuis votre ordinateur, assistez à un atelier d'1h30 pour découvrir les fonctionnalités de cet outil de gestion de votre déclaration. Munissez-vous seulement d'un micro et d'un casque ou haut-parleurs. Vous aurez la possibilité pendant la web conférence de télécharger les différents supports mis à votre disposition pour vous accompagner.

Pour vous inscrire, écrivez à [contact@ecofolio.fr](mailto:contact@ecofolio.fr). Notre Service Relation Partenaires vous recontactera pour vous proposer un horaire de session.

### 4.3.3 L'ATTESTATION FINALE SUR LA VÉRACITÉ DE LA DÉCLARATION

Tout adhérent à Ecofolio s'est engagé à fournir une attestation de véracité relative à sa déclaration annuelle de tonnage (article 10-2 du contrat d'adhésion à Ecofolio). Ecofolio met à la disposition des commissaires aux comptes et des experts-comptables un document leur permettant d'attester la véracité de la déclaration.

Ces exemples ont été élaborés en concertation avec la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes et le Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts Comptables. Ils sont disponibles sur le site [Internet d'Ecofolio](#).

## FICHE 5 : VALORISER VOTRE ENGAGEMENT

### La Boucle papiers, nouveau marquage produit des adhérents d'Ecofolio pour le recyclage des papiers

**Avec la Boucle papiers pour tous les adhérents Ecofolio, incarnons la recyclabilité du produit papier et favorisons le geste de tri des citoyens !**

Dans le cadre de son agrément, Ecofolio conçoit et met à disposition de ses adhérents un marquage produit à apposer sur les papiers et permettant de valoriser leur engagement pour le recyclage des papiers auprès du public. Le marquage recyclage est une mission du cahier des charges des pouvoirs publics pour Ecofolio.

**L'utilisation de la Boucle papiers et de ses phrases types est réservée aux adhérents d'Ecofolio.**

#### Objectifs

- Être une signalétique qui incite le plus grand nombre au geste de tri afin de permettre d'atteindre les objectifs ambitieux de recyclage auxquels toutes les parties prenantes, et donc les adhérents, doivent contribuer : 55% en 2016
- Mettre en avant auprès des lecteurs et clients l'engagement environnemental d'un adhérent
- Distinguer chez les adhérents les produits assujettis contribuant des adhérents des autres produits
- Aider la mission

#### Deux déclinaisons possibles pour un usage immédiat et facile



La version personnalisable est réservée aux seuls adhérents qui déclarent plus de 5 tonnes auprès d'Ecofolio et acquittent l'éco-contribution correspondante. Elle est composée de la Boucle papiers à laquelle est associée une phrase type comportant une partie à compléter.



La version standard peut être utilisée par tout adhérent d'Ecofolio, déclarant plus ou moins de 5 tonnes auprès d'Ecofolio. Elle est constituée de la Boucle papiers à laquelle est associée une phrase non modifiable.

Pour vous permettre une utilisation simple et facile, Ecofolio a décliné tous les formats images disponibles et un guide d'utilisation clair et illustré (ainsi qu'une version en anglais), disponible dans la Boîte à outils Adhérents, ou sur [www.ecofolio.fr](http://www.ecofolio.fr).