

ENVELOPPES

MARCHÉ	2
<i>Acteurs</i>	2
<i>Focus marché - faits marquants</i>	3
<i>Principaux fournisseurs sollicités par les organismes de Sécurité sociale</i>	3
TYPOLOGIE D'ACHAT	3
INDICATEUR MARCHÉ	4
<i>Évolution de l'indice INSEE</i>	4
<i>Prix pratiqués sur le marché</i>	6
DÉCOMPOSITION DU COÛT	6
LEVIERS D'OPTIMISATION ET BONNES PRATIQUES ACHATS	7
<i>La stratégie achat</i>	7
<i>Le processus achat</i>	8
<i>Leviers et bonnes pratiques</i>	8
<i>Formule de révision marché : exemple de formule</i>	9
ACHAT RESPONSABLE	10
<i>Exemples d'actions</i>	10
<i>Certifications, labels et normes</i>	11
OUTILS, LIENS PRATIQUES	11
LEXIQUE	11
WEBOGRAPHIE	13

Périmètre : Ensemble des enveloppes vierges ou imprimées.

Code CPV principal : 30193230-1.



Les enveloppes peuvent être classées dans la famille des articles façonnés du marché de la papeterie, famille dans laquelle on retrouve également les blocs de correspondance, cahiers, répertoires, feuillets, fiches bristol, registres, agendas et bobines pour machines de bureau.

Les enveloppes sont la première famille du marché de la papeterie représentant 22% du périmètre.

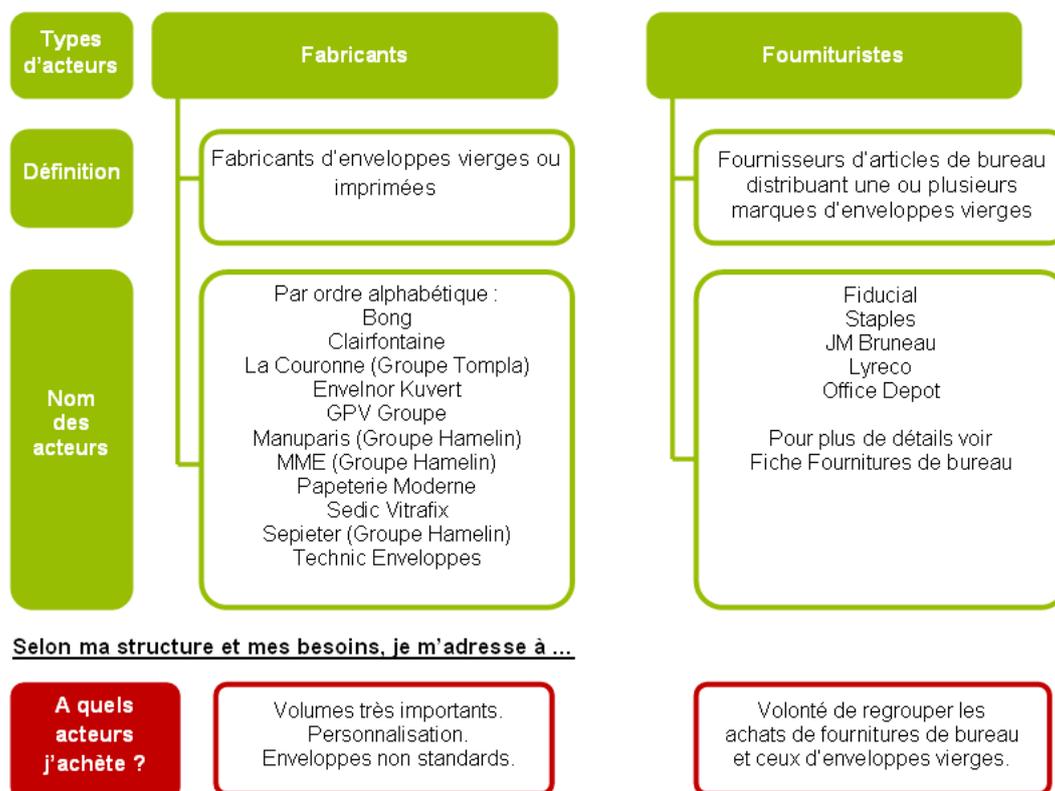
Les entreprises et les administrations sont les principaux consommateurs d'enveloppes 95%, les 5% restant étant les particuliers.

Les enveloppes imprimées représentent environ 50% du marché. Parmi les enveloppes imprimées, 40% sont dites « transactionnelles » c'est-à-dire imprimées à la raison sociale des entreprises et des administrations.

Le choix d'une enveloppe est important : elle est porteuse de message de l'expéditeur en termes d'image de marque.

MARCHÉ

ACTEURS



Chiffres clés 2012 pour la France :

- 14,5 milliards d'enveloppes produites
- Environ 15% de la production européenne
- 14 sites de production
- 90% des enveloppes vendues en France sont produites dans l'hexagone
- 1560 salariés

FOCUS MARCHÉ - FAITS MARQUANTS

Le marché français des enveloppes reste difficile car les volumes sont toujours à la baisse par rapport à 2012 à la même époque. Au premier semestre 2013, ce recul s'est poursuivi, plus fortement prononcé au premier trimestre qu'au second.

Les effets de la crise économique, qui sévit depuis 2008, continuent de peser sur ce secteur. Confrontés à des prix de vente qui ne peuvent pas décoller car la demande n'est pas là et à un marché en surcapacité, chaque affaire se gagne à la force du poignet.

A la crise de 2008 et à la dématérialisation se greffe également un autre problème majeur, celui de la hausse des matières premières qui touche le papier et les autres composants des enveloppes.

Septembre 2013 : La Poste propose une nouvelle offre baptisée "Win'Up", qui prend la forme d'une étiquette contenant un dépliant publicitaire à coller sur les enveloppes. Le but est de renforcer l'impact du courrier et d'accroître la visibilité des annonceurs. Plus de 7 destinataires sur 10 ouvriraient l'étiquette Win'Up pour y découvrir le message publicitaire.

PRINCIPAUX FOURNISSEURS SOLlicitÉS PAR LES ORGANISMES DE SÉCURITÉ SOCIALE

Classement par ordre alphabétique

- COMPAGNIE EUROPEENNE DE PAPETERIE
- ENVELNOR KUVERT
- GPV NAVARRE
- LA COURONNE
- LOGAPRIM (SNC)
- PAPETERIE MODERNE
- TECHNIC ENVELOPPE

Extrait de la base de recensement des organismes de Sécurité sociale

TYPLOGIE D'ACHAT

Il existe plusieurs types d'enveloppe.

Il est possible de les différencier à partir de plusieurs caractéristiques :

Format : Les fabricants proposent au minimum les formats standards de papier tels qu'ils sont définis par la norme ISO 216.

Pour mémoire, ISO 216 définit trois séries de format de papier : A, B et C. C'est de là que provient la dénomination format A4, A3, B5, etc.).

La série C concerne essentiellement les enveloppes : elle est calculée comme la moyenne géométrique des feuilles des séries A et B de même numéro.

Exemples :

- un dossier au format A4 non plié tient parfaitement dans une enveloppe C4,
- quelques feuilles A4 pliées en 2 (donc au format A5) tiennent parfaitement dans une enveloppe C5,
- une feuille A4 pliée en 4 (donc au format A6) tient parfaitement dans une enveloppe C6,
- une feuille A4 pliée en 6 (donc au format A7) tient dans une enveloppe C7...

Nom	C0	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	DL	C7/6
Format	917X12	648X9	458X6	324X4	229X3	162X2	114X1	81X1	57X8	40X5	28X4	110X2	81X1
	97	17	48	58	24	29	62	17	1	7	0	20	62

Le format d'enveloppe DL (« Divisé dans la Longueur ») au rapport [1:2] est idéal pour contenir des feuilles A4 pliées en 3, avec une marge supplémentaire suffisante de 5 millimètres de chaque côté. Le format C7/6 est un léger agrandissement du format C7, mieux adapté pour l'insertion automatique des feuilles dans les enveloppes, ou pour des épaisseurs plus importantes.

A noter : chaque fabricant est libre de définir ses propres gammes d'enveloppes et donc des formats spécifiques ou de proposer des formats personnalisés aux besoins du client.

Papier : Il s'agit de différents types de papiers utilisés : kraft, recyclé, normal...

Grammage : normalement de 70 à 135 g/m²

Soufflet : la présence de soufflet permet à l'enveloppe de contenir des documents de « grande épaisseur ». Si le choix se tourne vers des enveloppes personnalisées, d'autres caractéristiques (découpe, patte...) sont également à définir.

Découpe : définir les dimensions et/ou distance en mm des éléments suivants :volet de pied, distance entre le bord supérieur du volet de pied et la charnière,volets latéraux,angle entre le bord supérieur du volet latéral et la charnière,soufflets latéraux et fond rectangulaire.

Patte : trapézoïdale ou triangulaire : choisir et définir la dimension en mm.

Fenêtre : définir le format, l'existence ou pas d'angles arrondis et le positionnement de la fenêtre par rapport au bord droit et celui inférieur. Il est important de bien définir le positionnement de la fenêtre afin de garantir la confidentialité des documents.

Colle : colle sur patte ou sur volets latéraux.

INDICATEUR MARCHÉ

ÉVOLUTION DE L'INDICE INSEE

Indicateurs INSEE permettant de suivre l'évolution de ce marché :

Indice proposé jusqu'au 31/12/2012 : Indice de prix de production de l'industrie française pour le marché français - Prix de marché - CPF 17.23 - Enveloppes et pochettes postales - Référence 100 en 2005 - (FM0D172302) - Identifiant : 001559105 - Série arrêtée depuis janvier 2013.



Nouvel indice proposé à compte de janvier 2013 : Indice de prix de production de l'industrie française pour le marché français - Prix de marché - CPF 17.23 - Enveloppes et pochettes postales - Base 2010 - (FM0D172302). Identifiant 001653869



L'indice INSEE n'est pas proposé pour l'exemple cité pour la révision de prix.

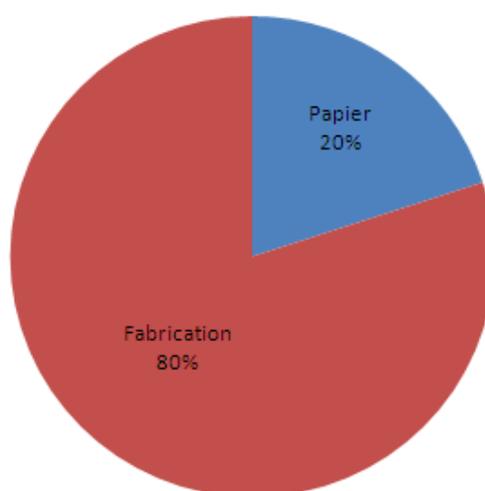
PRIX PRATIQUÉS SUR LE MARCHÉ

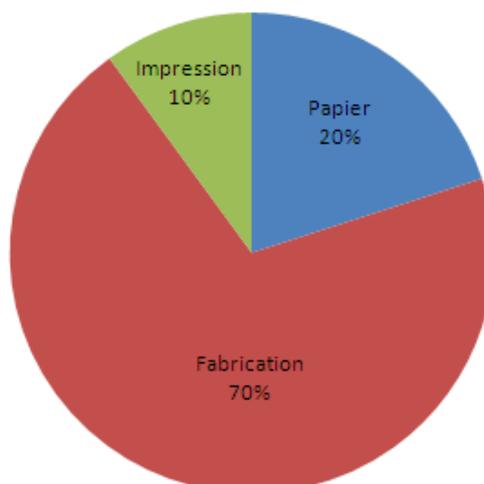
Janvier 2010	Prix marché	Prix organisme	Prix centrale d'achat	Prix moyen
114 x 229 avec fenêtre, imprimée, mécanisable	10,30 €	11,50 €	15,80 €	12,53 €
114 x 229 avec fenêtre, imprimée, pâte gommée	13,20 €	15,30 €	14,00 €	14,17 €
114 x 229 sans fenêtre, imprimée, autocollante	18,51 €	22,80 €	NC	20,66 €
114 x 229 avec fenêtre, imprimée, autocollante	29,35 €	33,25 €	NC	31,30 €

Les prix indiqués sont un prix au mille € HT. Le prix est variable selon la qualité du papier, les volumes, les conditions de livraison, le stockage.

DÉCOMPOSITION DU COÛT

Enveloppes vierges :



Enveloppes imprimées :**LEVIERS D'OPTIMISATION ET BONNES PRATIQUES ACHATS**

Il existe différents leviers d'optimisation associés à différentes bonnes pratiques achats.

Ces leviers sont à actionner à des moments spécifiques du processus achat.

LA STRATÉGIE ACHAT

Pour effectuer un choix devant la multiplicité des modèles, il est nécessaire de bien cerner les besoins : qualité du papier, résistance, date d'emploi, mode d'insertion, quantité, personnalisation par repiquage ultérieur d'adresse, au logo.

En fonction des quantités et de la politique achat de l'organisme, les acheteurs peuvent utiliser les procédures suivantes : appel d'offres ouvert, appel d'offres restreint, MAPA, pour passer un soit un marché à commande unique, soit un marché à bons de commande.

Le regroupement entre organisme permet de diminuer les coûts de gestion liés à la procédure de marché et de concentrer les volumes pour bénéficier d'un levier de négociation plus important.

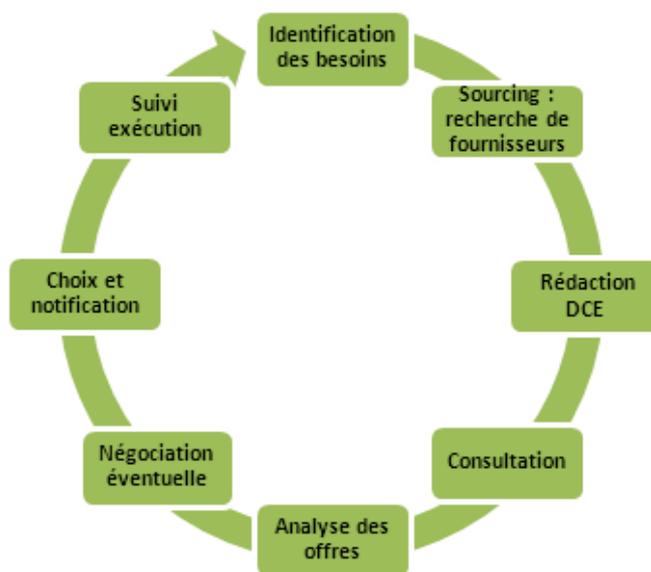
Un marché à bons de commande peut être passé avec un montant minimum et un montant maximum : le montant minimum correspond au montant du précédent marché et le maximum est fixé au montant forfaitaire par exemple + 50%.

Un accord-cadre multi attributaire permet de remettre en concurrence régulièrement les fournisseurs pour obtenir les conditions les meilleures.

Pour les quantités importantes, les enchères inversées sont possibles.

L'allotissement peut être utile pour marquer la distinction entre les achats d'enveloppes standards comme fournitures de bureau et les enveloppes imprimées à la demande.

LE PROCESSUS ACHAT



LEVIERS ET BONNES PRATIQUES

Visibilité des consommations	Rationalisation	Fournituristes ou fabricants	Enchères inversées
<p>Il est essentiel d'avoir une bonne visibilité des consommations pour réaliser un cahier des charges adapté aux besoins.</p> <p>Pour cela recenser : les formats et les références utilisés, les volumes, les usages...</p> <p>Puis, établir une grille de cotation reprenant l'ensemble des éléments recueillis.</p>	<p>Rationaliser le panel des références en se basant sur les besoins réels.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se tourner vers des formats standards ISO 216 : production standardisée permettant des prix plus attractifs. • En cas de faibles volumes, lancer une consultation commune « enveloppes » et « fournitures de bureau ». 	<p>Si un marché est déjà passé avec un fournisseur, il n'est pas forcément judicieux d'ajouter un nouveau fournisseur fabricant d'enveloppes au panel, sauf en cas de demandes très particulières et/ou de volumes très importants.</p> <p>En effet, les fournisseuristes ont des volumes très importants d'achats et exercent de s pressions de négociations sur leurs fabricants.</p>	<p>Cette famille est cataloguable, elle est donc adaptée pour une négociation en enchères inversées.</p>



Points de vigilance :

Mode d'insertion : l'insertion manuelle autorise l'utilisation de tous les types de gommage. Le mode d'insertion automatique utilise des enveloppes à gommage par humectation. Dans ce cas, il est nécessaire que l'acheteur indique très précisément le type de machine utilisée qui détermine la forme de la patte (triangulaire, universelle ou trapézoïdale).

Impression ou repiquage : fréquemment, l'image de marque de l'expéditeur lui impose d'utiliser des enveloppes personnalisées. De même, un éventuel « retour à l'expéditeur » sera facilité en cas de non distribution. Qu'il s'agisse des coordonnées et/ou du logo

de l'expéditeur, ils peuvent être repiqués en offset ou en flexogravure. La Poste impose certaines contraintes techniques qu'il faut respecter afin de profiter des meilleures tarifications. Là encore le fournisseur ou l'imprimeur est à même de conseiller.

Conditionnement : il est nécessaire de préciser à la commande le type de conditionnement désiré : boîte de 500 ou de 1 000 enveloppes, suremballage éventuel, marquage particulier. Une veille particulière sur les conditions de stockage dans le cas de gommage autocollant est assurée : température, humidité et durée de vie.

Politique de consommation : la rationalisation de cette famille s'accompagne par la mise en place d'une politique globale de consommation de papier ayant un volet concernant les enveloppes.

FORMULE DE RÉVISION MARCHÉ : EXEMPLE DE FORMULE

$$P = P_o [0,15 + 0,85 \{ 0,50 (S/S_o) + 0,30 (IPP/IPP_o) + 0,10 (Fsd1/Fsd1_o) + 0,10 (G/Go) \}]$$

- **P_o** est le prix indiqué au tableau d'offres de prix annexé à l'acte d'engagement et est réputé établi sur la base des conditions économiques du mois de la remise des offres (soit le mois Mo) :
 - au dénominateur, figurent les valeurs et les indices correspondant aux paramètres ci-dessous (S, IPP, Fsd1 et G) à la date de remise des offres, soit le mois Mo,
 - au numérateur, figurent les valeurs de ces mêmes indices (S, IPP, Fsd1 et G) ; ce sont les derniers indices connus à la date de révision des prix.
- **S = ICHT-IME** : Indice du coût horaire du travail révisé - Tous salariés : industries mécaniques et électriques (Identifiant : 001565183, établi par l'Insee, rubrique *indices et séries statistiques*^[p.13])
- **IPP** = indice de prix à la production pour le marché français - Prix départ usine - Papiers et carton en l'état hors complexes, enduits, imprégnés (Identifiant: 001559103 publié sur le site de l'Insee, rubrique indices et séries statistiques)
- **Fsd1** = indice frais et services divers, indice établi et publié dans le Moniteur ainsi que sur le *Monteur Expert*^[p.13], rubrique indices)
- **G** = indice de prix à la production - Production française commercialisée sur le marché français, dans l'industrie - Gazole y compris TIPP - CPF 19.20 - Marché français - Prix départ usine (Identifiant: FM0D 1920090005M, publié sur le site de l'Insee, rubrique indices et séries statistiques)

ACHAT RESPONSABLE

EXEMPLES D'ACTIONS

Volet environnemental

Réduction de la consommation de papier	<p>Mettre en place des conseils et des fiches pratiques pour optimiser l'utilisation de papier. Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ne pas choisir une grande enveloppe pour une seule feuille qui peut être pliée, - juger la pertinence d'utiliser une enveloppe imprimée ou une enveloppe avec fenêtre. <p>Choisir un grammage de papier inférieur : ex. utiliser un papier 70 g/m² au lieu de 80g/m² permet de diminuer de 14% la consommation pour un rendu qualitatif quasi-identique.</p>
Utilisation d'enveloppes « responsables »	<p>Privilégier les enveloppes dont le papier est recyclé ou certifié FSC ou certifié PEFC.</p> <p>Choisir un papier non traité (non blanchi ou blanchi sans chlore).</p> <p>Choisir des enveloppes dont les colles et adhésifs utilisés sont inoffensifs pour l'environnement et l'utilisateur.</p>
Évaluation de l'empreinte écologique des fournisseurs	<p>Identifier l'engagement des fournisseurs : politiques et actions mises en place</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si le fournisseur est un fabricant : identifier son processus de sélection des papetiers, ses actions visant à limiter les émissions de CO2 et les déchets lors de la production, - Si le fournisseur est un distributeur : identifier son processus de sélection des fabricants et les différentes sources d'approvisionnement.

Volet social

Préservation de la santé du personnel	<p>Utiliser les produits les moins dangereux possibles lors des différentes phases de production.</p> <p>Imposer le port de protections individuelles adaptées.</p> <p>Éviter les situations à risque.</p>
Politique en matière de RH	<p>Vérifier si le fournisseur a mis en place une politique RH incluant les principes suivants : l'égalité des chances, l'insertion des handicapés, la non discrimination, la formation, la liberté d'association...</p> <p>Vérifier si le fournisseur a mis en place un code éthique interne et professionnel</p>



Sensibiliser les salariés de l'organisme : préparer une communication présentant les bons réflexes environnementaux relatif à la consommation.

Rappel : documents relatifs au Développement durable publiés au sein de l'Institution

- *espace Développement durable de l'Institution*^[p.13]
- *accès direct Plan Cadre*^[p.13]

L'ensemble des bonnes pratiques visant à optimiser la consommation d'enveloppes et à minimiser le risque écologique peuvent être diffusées à l'ensemble des collaborateurs via un guide ou une politique d'achat (voir également la fiche Papier bureautique).

Les bonnes pratiques relatives à la communication de ce guide veulent que ces informations soient diffusées sur l'intranet.

CERTIFICATIONS, LABELS ET NORMES

Nom (label ou certification)	Logo	Descriptif
Ecolabel Européen		L'apposition de ce logo sur le papier signifie que le produit a été fabriqué en utilisant des fibres recyclées spéciales, que les fibres vierges proviennent des forêts exploitées suivant les principes de la gestion durable et que les émissions de soufre et de CO2 dans l'atmosphère, ainsi que la pollution de l'eau, ont été limitées lors de la production. http://www.ecolabels.fr/fr/
Ecolabel Nordique		Cet écolabel reprend les mêmes critères que l'écolabel européen. http://www.svanen.se/en/
Ecolabel allemand (Ange Bleu)		Il s'agit ici d'un écolabel qui assure que le papier est fabriqué avec des fibres 100% recyclées et sans certaines substances dangereuses. http://www.blauer-engel.de/en/index.php
Boucle de Möbius		Ce logo indique la teneur en matières recyclées. Les bonnes pratiques de l'utilisation de ce logo sont régies par la norme ISO 14021 mais il n'existe aucun contrôle sur la véracité des chiffres avancés.
Foresct Stewardship Council (FSC)		Le FSC est une organisation créée en 1999 qui assure un suivi du bois depuis la forêt jusqu'au point de vente. Les forêts sont gérées durablement de façon à garantir leur renouvellement et leur bonne santé. Le papier provenant de ces forêts est clairement identifié par ce logo.
Program for Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC)		Du même type que le FSC, le PEFC est plus récent. Son but est de créer un cadre commun à l'ensemble de ses adhérents afin de promouvoir la gestion durable de la forêt. Le papier provenant de ces forêts est également identifié par ce logo.

OUTILS, LIENS PRATIQUES

- *Norme ISO 216*^[p.13] : la norme n'est pas accessible sur internet. Il faut l'acheter auprès de l'*AFNOR*^[p.13].
- *Paper mai*^[p.13] : association pour la promotion de l'enveloppe en papier.
- *Guide de l'achat public relatif aux produits papetiers, articles de papeterie et imprimés*^[p.13]

LEXIQUE

>> **Fenêtre** : La fenêtre permet de laisser apparaître une zone précise du courrier, en général destinée à l'adresse postale du destinataire. Une seconde fenêtre peut également être présente

pour la zone signalant l'expéditeur.

>> **Grammage** : Le grammage détermine la résistance de l'enveloppe. Les valeurs de grammage courantes sont les suivantes : 70 g/m², 80 g/m², 90 g/m² et 135 g/m².

>> **Patte** : Il s'agit des rabats de l'enveloppe. Généralement trois de celle-ci sont collées ensemble, le quatrième correspond à la fermeture.

>> **Gommage** : Le gommage désigne la matière dont est recouverte la patte de fermeture. Il existe des fermetures qu'il faut coller par humectation, d'autres qui sont autocollantes et des gommages à bande de protection. Chacun répond à une utilisation spécifique et à des conditions de conservation et de stockage particulières que le fournisseur doit préciser.

>> **Soufflet** : C'est le système qui est situé sur la partie basse de l'enveloppe et qui se déplie, permettant ainsi d'augmenter la capacité de l'enveloppe.

WEBOGRAPHIE

indices et séries statistiques : <http://www.indices.insee.fr/>

Monteur Expert : <http://www.lemoniteur-expert.com>

espace Développement durable de l'Institution : <http://extranet.ucanss.fr/portail/portal/default/PDeveloppementDurableNC>

accès direct Plan Cadre : http://extranet.ucanss.fr/contenu/public/EspaceDeveloppementDurable/developpement_durable_securite_sociale/6_responsabilites_plan_cadre/00_preambule.html

Norme ISO 216 : <http://www.plastifieuse.net/papier5.php>

AFNOR : <http://www.boutique.afnor.org/BGR1AccueilGroupe.aspx>

Paper mail : <http://www.papermail.org/>

Guide de l'achat public relatif aux produits papetiers, articles de papeterie et imprimés :
http://www.fdc.com.coop/fdc.com/liblocal/docs/documentation/91_guide_achat_public/produits_papetiers_articles_papeterie_et_imprimes.pdf