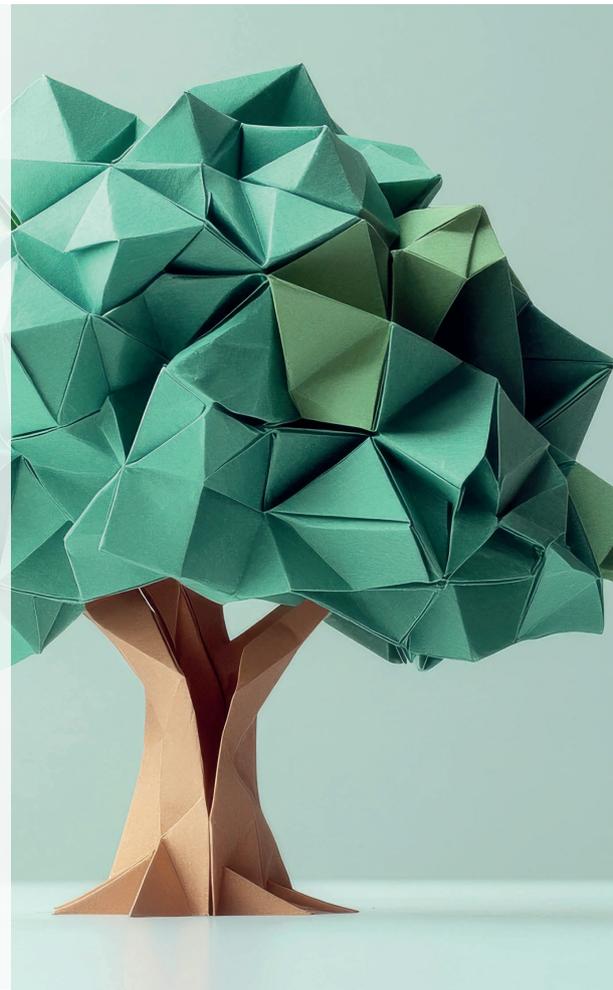


Edito

La transition écologique nous apparait parfois un peu contraignante voire punitive. Néanmoins, tous nous faisons des efforts pour diminuer notre empreinte écologique, par de petits gestes quotidiens. Et il n'est pas surprenant que la majorité des Français préfèrent le carton au plastique quand ils en ont l'opportunité. Nous sommes tous acteurs de ce changement et par notre proposition commerciale nous pouvons aussi influencer sur les choix de nos concitoyens. Chez TPM, nous nous associons aux campagnes qui valorisent l'emploi du carton papier et qui dénoncent les idées reçues sur notre filière, par exemple la « Love Paper Week » menée récemment par Two Sides.

Nous continuerons à défendre tous ceux qui, au quotidien, valorisent ce support unique qui porte nos créations et nos émotions. Nous aimons le papier et nous en sommes fiers ! Vous pouvez le découvrir dès à présent dans la campagne « La vie en papier » sur nos réseaux sociaux. Suivez-nous !

Richard del Moral



En vedette

Imprimer en toute sérénité avec The Navigator Company

SOPORSET 
SUPERIOR PERFORMANCE

On a toujours besoin d'un papier offset de qualité premium pour imprimer ses projets : catalogues, rapports annuels, invitations... sans oublier ses besoins bureautiques au quotidien, en A4 ou en A3.

NAVIGATOR
Office Paper Solutions

DISCOVERY
Eco-efficient Paper

MultiOffice
STRESS FREE PAPER

Avec les marques du groupe The Navigator Company, vous disposez d'un large choix de papiers pour éditer en toute sérénité des productions de qualité, dans nos gammes graphiques [Soporset Premium Offset](#), [Soporset Préprint](#) ou [Soporset Digital Performance](#) ou nos gammes bureautiques [Navigator](#), [Discovery](#) ou [MultiOffice](#). Toutes ont un point commun : elles sont fabriquées à base de pâte d'Eucalyptus « globulus » et vous apporteront des résultats performants.

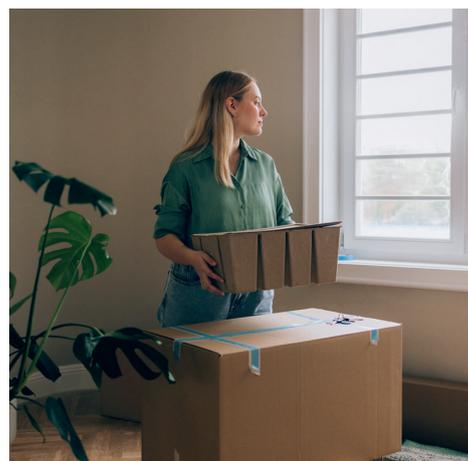
Contactez-nous pour toutes vos demandes et tests, vos interlocuteurs commerciaux seront heureux de vous apporter les meilleurs conseils.

Campagne « La vie en papier » sur nos réseaux sociaux



Vous pouvez découvrir dès à présent une très belle campagne « La vie en papier » sur nos pages LinkedIn, Instagram, Facebook et X. Le papier nous accompagne à chaque moment de nos vies et s'inscrit naturellement dans nos actes quotidiens. Il nous inspire, raconte nos souvenirs et nos histoires. Bref, nous avons un rapport 100% émotionnel avec lui.

Abonnez-vous à nos pages pour en savoir plus !



Nouveaux produits & outils

Levons le voile sur les nouveaux outils qui vous seront présentés prochainement :

- **Catalogue Gamme StockTPM** : un outil indispensable à avoir au bureau ou dans l'atelier pour voir notre offre et choisir ses papiers.
- **Swatchook Munken Print White & Cream** : réédition d'un swatchbook très pratique présentant les papiers bouffants d'Arctic Paper à main élevée, en teinte White ou Cream.
- **Swatchook GardaMatt Rough** : outil de présentation du nouveau papier couché premium au toucher naturel et authentique.

Encore un peu de patience, vous les découvrirez très bientôt !

Infos marché

Le carton préféré au plastique par les consommateurs

La dernière enquête de Pro Carton nous révèle les nouvelles tendances de consommation en matière de carton ou plastique et bonne nouvelle, le choix des consommateurs se porte davantage sur le carton. Découvrez cet article instructif paru dans la newsletter Pap'Argus du 5 mars :



9 Européens sur 10 préfèrent le carton au plastique lorsqu'ils en ont le choix

Que pensent vraiment les consommateurs d'un emballage durable ? La dernière enquête de **Pro Carton** auprès des consommateurs révèle les informations clés de 5 072 adultes à travers l'Europe. 64 % des consommateurs choisissent des produits durables, mais seulement si le prix est le même.

9 Européens sur 10 préfèrent le carton au plastique lorsqu'ils en ont le choix. Par ailleurs, un nombre croissant de consommateurs abandonnent progressivement les emballages en plastique, 37 % d'entre eux réduisant consciemment leur consommation de produits emballés dans du plastique. 62 % des consommateurs ont intensifié leurs efforts de recyclage au cours des 12 derniers mois, les personnes de plus de 60 ans affichant la plus forte augmentation des taux d'engagement en matière de recyclage (70 %).

A noter aussi que la confiance des consommateurs dans leurs propres connaissances en matière de recyclage s'est améliorée puisque 84 % des personnes interrogées se sentent capables d'identifier les matériaux recyclables. Cette confiance concerne avant tout le carton et le carton ondulé, 83 % et 85 % (respectivement) des consommateurs estimant que ces matériaux seront recyclés avec succès. 2025 représente la deuxième année où les emballages à base de fibres se classent devant les emballages en verre en termes de confiance des consommateurs, ce qui démontre une plus grande conscience de leurs avantages sur le plan environnemental.

Source : newsletter Pap'Argus du 05/03/25