

## 1. Bref descriptif de l'organisation

<b>Type d'organisation :</b>	Société anonyme		
<b>Taille de l'organisation :</b>	Nombre de collaborateurs :	340 en Suisse (7'800 dans le monde)	
	Nombre de sites :	2 en Suisse (présent dans 53 pays)	
	Commandes enregistrées par jour :	3'000	
<b>Domaine d'activité :</b>	Premier groupe européen de la distribution de papier et de supports de communication.		
<b>Site internet de l'organisation :</b>	<a href="http://www.antalis.ch">www.antalis.ch</a> / <a href="http://www.papertour.ch">www.papertour.ch</a>		

## 2. Objectifs

### Situation de départ

Selon une étude, les aspects liés au développement durable semblent ne jouer aucun rôle dans l'achat de papier pour les grandes entreprises suisses de services. Il s'agit pour Antalis, avec cette action, de sensibiliser la population et les responsables achat des entreprises aux questions environnementales à travers des conférences et de présenter les nouveautés de la branche papier en matière d'écologie.

### Objectifs visés

- «Transporter une émotion» : le train étant un moyen de transport écologique (en comparaison avec la voiture personnelle), l'aménagement de wagons pour cette exposition permet d'évoquer le côté 'environnementalement responsable' et permet de se déplacer à la rencontre des invités.
- Inciter les clients à réfléchir et à modifier leurs comportements d'achat en matière de papiers.
- Mieux faire connaître l'entreprise dans le public en général et la faire connaître comme une entreprise consciente et responsable.
- Présenter une nouvelle gamme de papiers écologiques et compléter l'aspect théorique des sujets abordés au cours des conférences par la mise en pratique de réalisations concrètes.

## 3. Résultats

Les groupes de personnes suivants ont été atteints par cette opération : Partenaires stratégiques ; clients existants et potentiels ; fournisseurs ; écoles et Hautes écoles ; médias ; employés.

Les effets positifs du projet sont : le renforcement de l'image et de la position de leader ; la Communication des compétences professionnelles ; le renforcement de la relation client ; le positionnement écologique de l'entreprise ; la présence dans la presse spécialisée ; le nombre important de visiteurs.

Un des buts de la manifestation est de promouvoir une utilisation plus écologique du papier dans les entreprises, il est donc espéré que les responsables des achats présents lors de la manifestation modifient ensuite leurs comportements d'achat.

Depuis la première édition du papertour en 2007, l'entreprise y a apporté des modifications. Elle prévoit une nouvelle édition (pas de date donnée) encore améliorée et ajustée à la situation du marché.

## 4. Visuels



