

Media	SIGNAL'ETHIQ
Type de media	PRESSE PROFESSIONNELLE
Date	Février-Mars 2008
Titre	ATC groupe lance l'Eco-attitude
Journaliste	Jean PONCET

06 > VEILLE DE MARCHÉ

ATC GROUPE lance l'Eco-Attitude

C'est une démarche sincère qui a poussé Christophe Aussenac, l'un des deux patrons du groupe ATC, à basculer son activité dans l'éco-attitude et à montrer l'exemple en en faisant un argument marketing.



Leader du marché français du marquage de véhicules et de la signalétique intérieure et extérieure, le groupe rhônalpin ATC implanté à Villeurbanne, Annecy et depuis peu à Paris, s'est lancé d'un seul coup d'un seul dans le respect de l'environnement, le recyclage, le développement durable. Cette démarche est apparue indispensable à Christophe Aussenac quand il s'est rendu compte qu'il transformait plus de 40 tonnes de matières plastiques par an. Quarante tonnes qui partaient dans la nature...après une utilisation souvent bien courte. C'est pour cela qu'il a lancé, avec le concours de Frédéric Cadet, éco-designer, puis surtout de l'ensemble des personnels du groupe, l'Eco-Attitude.

Media	SIGNAL'ETHIQ
Type de media	PRESSE PROFESSIONNELLE
Date	Février-Mars 2008
Titre	ATC groupe lance l'Eco-attitude
Journaliste	Jean PONCET

UNE DÉMARCHÉ DE TOUS LES INSTANTS

« L'Eco-Attitude », explique Christophe Aussenac, « c'est une démarche globale qui repose sur un catalogue où l'annonceur peut choisir des produits signalétique 100% écologiques ; mais aussi sur l'engagement total des collaborateurs, fournisseurs et partenaires à décliner l'Eco-Attitude dans leur quotidien ; enfin sur un réseau de partenaires, notamment des éco-designers et une association Art'gers, dont ATC est mécène, et qui développe des produits eco-design ».

Dans la réalité, le catalogue propose des matières labellisées transformées sur des presses « propres » d'une part, et les 75 salariés se sont responsabilisés d'autre part, en éteignant les lumières mais aussi en évitant notamment de laisser les écrans en veille. Le dernier point fort de la démarche consiste à proposer aux clients de récupérer leurs produits utilisés et de les transformer en produits nouveaux. Les films d'un covering peuvent ainsi être recyclés pour faire des sacs.

Aujourd'hui ATC Groupe est le seul acteur du marché européen à proposer des produits de communication visuelle imprimée sur des supports respectueux de l'environnement avec des encres végétales 100% écologiques. Il est vrai que le groupe a développé un véritable partenariat avec Vutek qui s'est traduit par l'acquisition l'été dernier d'une imprimante Vutek 3360 de 3 m

de large utilisant des encres BioVu qui sont produites à partir de ressources totalement renouvelables (dérivées du maïs).

UN VECTEUR DE CROISSANCE

Créé en 1991, ATC Groupe, dirigé par Christophe Aussenac et Robert Combes - dirigeants fondateurs - compte aujourd'hui 75 collaborateurs et a réalisé un CA de près de 11 millions d'euros en 2006 (12 millions prévus en 2007).

Trois structures composent le groupe : ATC, ATC Alpes et Goss Sérigraphie. ATC couvre l'ensemble du territoire et ses 1500 clients - agences de communication, lieux de congrès et d'événements, entreprises et collectivités - grâce à des implantations situées :

à Lyon-Villeurbanne (siège, lieu de production et agence commerciale), à Lyon-Vaulx-en-Velin (site de production sérigraphie) et à deux agences commerciales à Paris et à Annecy.

L'activité d'ATC GROUPE, quant à elle, se répartit entre le marquage de véhicules - impres-

sion et pose qui représente 40 % du chiffre d'affaires ; la signalétique indoor, la signalétique outdoor et l'événementiel pour un autre 40 % du chiffre d'affaires ; la pose et divers produits constituant les 20% restant. ATC est aujourd'hui l'un des seuls acteurs du marché français à proposer une chaîne globale de compétences et les meilleures solutions en matière de techniques, de qualité et de coûts dans les domaines de l'im-

pression numérique, de la sérigraphie et ce, de l'impression à la découpe et à la pose.

La stratégie d'ATC pour les années futures est de poursuivre son développement sereinement à une taille d'équilibre raisonné en maintenant le cap de la qualité et en se positionnant clairement sur l'innovation et l'éco-citoyenneté, via l'Eco-Attitude.

« Nous avons commencé à prendre conscience de la quantité des matériaux usagés, notamment de toiles et de PVC, que nous jetions », rappelle Christophe Aussenac. « Nous constatons également que, en tant que fournisseur, un nombre croissant de nos clients exigent que nous adhérons à certains critères écologiques. Cette démarche deviendra de plus en plus importante. Il est donc absolument nécessaire d'adopter une attitude responsable. Nous développons actuellement nos propres critères pour nous approvisionner auprès de fournisseurs respectueux de l'environnement. »

La démarche a un coût que les clients sont dans leur grande majorité disposés à payer. Reste à faire connaître la démarche pour se rapprocher le plus possible d'une notion de label. Pour se faire, Christophe Aussenac qui ne manque pas de ressort lance les petits déjeuners Eco-Attitude pendant lesquels il pourra faire du prosélytisme auprès des entreprises lyonnaises. Signal'Etiqu' suit de près l'ensemble de ce projet et vous informera sur son développement dans ses prochains numéros.

Jean Poncet ☺

Nous avons commencé à prendre conscience de la quantité des matériaux usagés, notamment de toiles et de PVC, que nous jetions
#