

Éco-Attitude est le premier catalogue de produits de communication visuelle 100% écologique en Europe. Ses créateurs, les dirigeants d'ATC Groupe sont bien décidés à faire rimer « environnement respecté » avec « rentabilité ».

## Passer au vert : un challenge d'entreprise



ATC Groupe a équipé ses ateliers d'une imprimante Vutek 3360 utilisant des encres BioVu

**B**ien pensée, une campagne de communication visuelle frappe les esprits, attise la curiosité, influence les comportements. C'est même sa mission ! En revanche, comme toute création humaine, elle a aussi un impact sur l'environnement... À la tête d'ATC Groupe, un des leaders du marché français du marquage de véhicules et de la signalétique intérieure et extérieure, Christophe Aussenac et Robert Combes, mesurent au quotidien certains effets non désirés de leur activité. ATC Groupe transforme près de 40 tonnes de matières plastiques par an pour la fabrication de produits à la durée de vie parfois bien courte. Convaincus qu'il n'y a pas de fatalité, les deux chefs d'entreprise ont lancé fin 2007 Éco-Attitude, un catalogue de produits d'affichage 100% écologique, créé une marque du même nom et déposé le logo. « C'est une démarche globale et non pas un coup marketing, tient à préciser Christophe Aussenac. Nous l'avons mûrie pendant deux ans. Accompagnée et boostée par Frédéric Cadet, éco-designer, elle a entraîné dans son sillage non seulement les 75 collaborateurs de l'entreprise, mais aussi nos fournisseurs et nos partenaires ».

### Initier un cercle vertueux

Un exemple : sur une bâche PVC qui pèse au minimum 450g au m<sup>2</sup>, des encres à solvants viennent s'ajouter. Le support ainsi fabriqué tend à émettre dans l'air des COV\*. L'alternative éco-attitude consiste à utiliser un support plus léger, sans PVC, imprimé avec des encres constituées à 80 % de matière végétale. On obtient ainsi un produit sans émission de COV et bien plus facile à recycler. « Actuellement, nous proposons à nos clients une douzaine de références de produits biodégradables ou recyclables, tous imprimés à partir d'encres végétales. Nous sollicitons tous nos fournisseurs. Matières adhésives, souples ou rigides, nous testons de nouveaux matériaux et leur nombre est appelé à vite augmenter. »

Parmi ceux qui ont déjà répondu positivement et dont les références figurent dans le catalogue, on peut citer : Dickson Coating avec la gamme Evergreen de supports souples sans PVC, Efi Vutek dont l'imprimante EFI 3360 équipe l'atelier d'ATC et fonctionne avec des encres végétales BioVu, 3M et ses adhésifs free PVC... Ouverte, la liste des partenaires va certainement s'allonger. L'objectif à terme : trouver un substitut bio à chaque produit classique, avec l'exigence d'une qualité au moins équivalente.

## Des clients au rendez-vous

« Aujourd'hui, nous répondons aux demandes de devis en chiffrant l'alternative classique et l'éco-attitude, plus élevée en moyenne de 5 à 7%. Déjà des clients viennent spontanément nous trouver pour solliciter des solutions écologiques », constate Christophe Aussejac. ATC Groupe propose de certifier sa production écologique par une « base ligne » incluant son logo. Libre aux clients de l'afficher et de communiquer à leur tour sur le type de produit choisi. D'autre part, les appels d'offres, surtout européens intègrent des critères de développement durable. L'éco-attitude permet de répondre à ces exigences.

Le chef d'entreprise en est convaincu : la réussite globale et pérenne du catalogue passe par l'implication de l'ensemble du personnel dans la démarche. En interne, des groupes de travail se réunissent tous les 15 jours pour réfléchir sur les gestes citoyens réalisables au sein de l'entreprise ou sur la seconde vie possible des produits. Car l'éco-attitude se prolonge via la valorisation et

la transformation de chutes de bâches imprimées ou la récupération de toiles publicitaires. Des sociétés partenaires en font sacs, poufs, etc.

À Lyon, la Biennale d'Art contemporain et le Salon du commerce équitable ont déjà arboré une signalétique respectueuse de l'environnement, en septembre ce sera le tour de la Biennale de la danse. Si l'éco-attitude représente pour l'instant un peu moins de 10 % de la production du groupe, elle devrait vite atteindre 20 %. Disponible mi-mai dans sa version papier recyclé, le catalogue est imprimé à l'encre bio, avec des feuillets séparés pour une actualisation simple et efficace. Éco-attitude oblige ! ■

\* Composés Organiques Volatiles. Certaines de ces molécules qui migrent des matériaux dans l'air sont potentiellement nocives pour l'homme ou pour la nature.

## Trois questions à Éric Santonnat

**Le Groupe em2c, promoteur-constructeur en Rhône-Alpes a opté pour des produits d'affichage Éco-Attitude. Éric Santonnat, son Directeur de la Communication justifie ce choix.**

### Pourquoi vous sentez-vous concerné par le développement durable ?

Depuis quelques années déjà, clients, investisseurs ou collectivités souhaitent de plus en plus aller vers des projets certifiés Haute Qualité Environnementale. Afin d'anticiper ces demandes, nous avons créé un département Recherche & Développement Durable au sein de l'entreprise. Nous mettons du « vert » dans nos constructions et ATC Groupe en ajoute dans la communication visuelle : ces valeurs nous rapprochent !

### Vous avez choisi une bâche imprimée à partir d'encre végétale pour communiquer sur la façade de votre siège, pourquoi ?

Nous mettons l'accent sur la construction de bâtiments HQE... Il faut être cohérent et appliquer à notre communication la même démarche qu'à notre action. Opter pour une bâche et des totems de signalisation Éco-Attitude, c'est une première étape. Nous réfléchissons à étendre cette démarche à toute notre politique d'affichage ainsi qu'à la signalétique de chantiers dont nous sommes de gros consommateurs.

### Le surcoût d'un support de communication respectueux de l'environnement, ce n'est pas un frein pour em2c ?

Aujourd'hui, on n'en est plus à se demander si on a les moyens de le faire, mais plutôt si on a encore les moyens de s'en passer ! En tant que promoteurs, nous savons très bien, par exemple, que la construction de bâtiments HQE coûte 8 à 12 % plus cher. Pourtant, à terme, tous nos clients y gagnent. Respecter les bonnes pratiques, préserver les générations futures, économiser l'énergie... Il ne s'agit pas juste de mots ou d'actes philanthropiques mais de démarche éthique et de permanence économique ! Pour des bâtiments faits pour durer 150 ans comme pour des produits de communication plus éphémères, choisir de préserver l'environnement, c'est aller dans le sens de l'histoire.

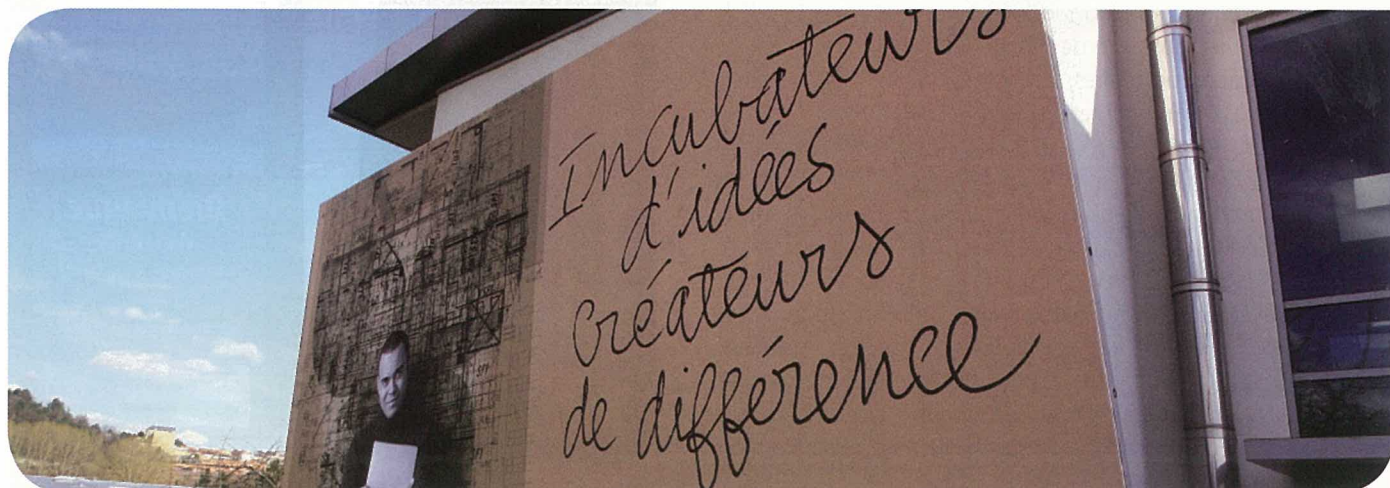


Photo D.R.

Une bâche 100% écologique habille la façade du siège d'em2c à Vourles.