



## DOSSIER

# De la prise de conscience aux actions concrètes

La sauvegarde de l'entreprise passerait-elle par celle de la planète ? Quand écoconception et engagements responsables sont gages de rentabilité et de durabilité.

Les ambitions d'un modèle industriel régénératif sont telles que les moyens d'une PME peuvent paraître dérisoires en comparaison. S'il convient, comme toujours, de progresser pas à pas, l'objectif est bien d'ordre stratégique : adapter son entreprise au changement climatique. « Nous autres entrepreneurs sommes habitués à surveiller les performances de nos entreprises. Nous devons désormais nous préoccuper de leur robustesse ! », relève Florian de Drouas, directeur associé du groupe Firepa et responsable de la commission RSE d'Imprifrance.

### Le juste volume

Pour cela, « certains imprimeurs explorent des modèles alternatifs », souligne Fanny Valembais (The Shift Project), citant L'imprimerie Partagée (62) de Joaquim et Julien Da Costa. Celle-ci ne réalise pas la totalité d'une commande en une seule fois. Elle propose un premier tirage adapté à l'usage immédiat du client, puis accompagne ce dernier

pour ajuster les impressions suivantes. Une logique qui permettrait d'économiser 60% de matière première, tout en maintenant de bons résultats économiques. A une autre échelle, c'est aussi ce modèle de « courts tirages dynamiques » que promeut le Syndicat national des éditeurs (SNE) et qui vise à relancer automatiquement l'impression de livres à partir d'un seuil de stock minimal.

Si l'engagement du dirigeant est la condition sine qua non de l'avancée du projet, l'adhésion du personnel est une priorité. « Il faut gérer les résistances et dépasser les scepticismes », relate Marie-Hélène Marcelli, directrice générale de Carestia Arcade Beauty. C'est un travail de longue haleine, nous avançons avec les volontaires et animons des groupes interservices. » Pour aller dans ce sens, Léonce-Antoine Deprez et Christophe Fajardy, qui dirigent ILD (62), ont fermé leur imprimerie le 13 janvier dernier pour organiser un séminaire de sensibilisation au changement climatique. Réparti en groupes, l'ensemble des salariés de l'imprimerie a ainsi participé à des ateliers collaboratifs sur le sujet.

### Des initiatives multiples

Mais l'enjeu stratégique réclame de dépasser le strict cadre de l'entreprise. Carestia Arcade Beauty a ainsi rejoint l'association Les Fleurs d'exception du pays de Grasse. « Par elle, nous contribuons à la préservation des terres agricoles, à la formation des horticulteurs, à la recherche de plantes à parfum résistantes à la sécheresse, et à des actions concrètes sur notre environnement immédiat, comme la préservation des berges de la rivière et de la forêt voisine », explique Marie-Hélène Marcelli.

L'écoconception peut aussi être promue à l'échelle industrielle. Après avoir lancé un calendrier photo écologique, imprimé en numérique, le français PhotoWeb, dirigé par Laurent Boidi, s'est attaqué au gros de sa production : le tirage des photographies proprement dit (lire aussi page 16). Après un travail de R&D spécifique, l'offre standard de l'imprimerie en ligne (les photographies d'amateurs de 10x15 cm) est désormais plus de deux fois moins nocive pour l'environnement que l'offre en tirage argentique, tout en étant moins chère. Mieux, ce système est en passe d'essaimer dans le monde entier !

La presse Belharra, développée conjointement par PhotoWeb et KNIS, affiche un bilan environnemental 60% moins impactant que la technologie argentique qu'elle remplace à un coût comparable, voire moindre.

