

# L'IMPRIME : UN MEDIA DU FUTUR

## LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

*VENDREDI 16 NOVEMBRE 2007* (matinée)

*(La séance est ouverte à 9 heures.)*

**Laurent MICHEL**, directeur de la prévention des pollutions et des risques, délégué aux risques majeurs au Ministère de l'Écologie, du Développement et de l'Aménagement durables.

### **L'imprimé est-il un ennemi de l'environnement ? — Page 16**

- Bernard CASNIN, chargé de mission pour le développement durable de la CGL (Confédération Générale du Logement)
- Laurent CHAUVIN, directeur commercial d'AFAQ-AFNOR Certification.
- Michel COPSIDAS, directeur d'ECOGESTE.
- Pierre GALIO, cellule partenariats promotionnels, département Ecoconception et développement durable à l'ADEME.
- Pierre SIQUIER, président de LIGARIS et vice-président de la fondation HULOT

### **L'imprimé est-il un ennemi de l'environnement (suite) ? — Page 33**

- Jean-Marc BARKI, président de l'AFICAM (Association Française des Industries Colles, Adhésifs et Mastics) et président de FEICA (Fédération européenne des industries de colles et adhésifs).
- Pierre-Jean COMELLI, président du groupe COMELLI
- Christophe DELABRE, directeur commercial associé de POINT44, l'imprimeur nouvelle génération.
- Henri LABAT, directeur prépresse et environnement d'IME (Imprimerie Moderne de l'Est).
- Serge LAFAIX, président de DUPLI IMPRIMERIE.
- Jean-Marie NUSSE, président des papeteries CLAIREFONTAINE, vice-président de la COPACEL (Confédération Française de l'Industrie des Papiers, Cartons et Celluloses).
- Jean-Michel SCHMITT, président de l'AFEI (Association des Fabricants d'Encres d'Imprimerie).

### **Conclusion du colloque — Page 56**

- Luc ROUSSEAU directeur de la DGE

## Intervention de Laurent Michel

**M. ADES.-** Nous accueillons Laurent MICHEL, le directeur de la prévention des pollutions et des risques, délégué aux risques majeurs au ministère de l'Ecologie, du Développement de l'Aménagement durables.

L'imprimé a-t-il un avenir ? Est-il un média du futur ? Hier, au travers de ces questions, nous n'avions pas fondamentalement regardé le point de vue écologiste ou le point de vue environnemental. Toutefois, nous avons cru sentir hier après-midi que tout le monde n'était pas d'accord et que chacun se défendait.

Monsieur MICHEL, pouvez-vous nous parler de l'environnement, l'environnement juridique, médiatique et politique ? Ensuite, nous lancerons la discussion avec nos différents interlocuteurs.

**M. MICHEL.-** Je vais essayer de vous présenter quelques points de vue. Je n'aurai pas la prétention d'être exhaustif sur toutes les problématiques environnementales de toute la filière. Dans la préparation, nous avons discuté avec le ministère et les fédérations et nous avons essayé de balayer toute la filière et pas seulement l'acte de production de l'imprimé lui-même.

En introduction, j'aimerais vous livrer quelques grands enjeux généraux, vous citer les cadres législatifs et réglementaires, souvent déterminants dans ces affaires d'environnement, et vous faire quelques zooms sur la papeterie, colle et encre, l'impression elle-même et des zooms plus transversaux sur les produits chimiques et le règlement REACH qui est bien connu de certaines entreprises, quelques points sur la gestion des déchets, en particulier le recyclage des déchets de papiers et cartons, ainsi que les questions d'effet de serre, énergie, transports qui sont aujourd'hui dans l'actualité.

Si l'on prend la filière, si l'on essaie de regarder les intervenants ainsi que le cycle de vie du produit, il y a de nombreux intervenants, à savoir les gestionnaires de la forêt, les papetiers, les imprimeurs, les fabricants d'encre et de colle, les personnes qui gèrent les déchets dont les collectivités locales, mais aussi les opérateurs privés, les transporteurs. Nous pourrions en ajouter d'autres. Je n'ai pris que les opérateurs physiques, mais nous avons également l'acteur réglementaire de Bruxelles à l'Etat.

J'aimerais vous livrer quelques enjeux dans une présentation nécessairement réductrice vu le temps imparti.

J'ai pris une analyse du cycle de vie qui figure dans un guide sur l'Ecoconception réalisé par PRO CARTON sur l'emballage moyen en carton plat. Il y a souvent un acte

d'impression. PRO CARTON avait réalisé cela en le confiant à une entreprise qui s'appelle BIO Intelligence Service et l'ADEME avait soutenu cette opération.

On peut avoir beaucoup d'étapes dans le cycle de vie, de la matière première jusqu'à la pâte à papier, la fabrication du carton, éventuellement une première transformation de ce carton, l'impression, la finition des coupes, le nettoyage des machines, la fin de vie de l'emballage et le transport aux différentes étapes. C'est ainsi dans ce guide que le cycle de vie est décomposé.

Pour illustrer la richesse ou la complexité de ce dont on parle, vous trouverez dans l'étude, beaucoup d'entre vous la connaissance, des tableaux d'analyse du cycle de vie où l'on prend étape par étape. J'ai pris le zoom sur l'étape impression. Dans l'impact global de la filière, il est qualifié d'impact moyen plus. Ils avaient qualifié l'impact avec faible, moyen et fort, et ils avaient mis des curseurs.

D'après ce document, il y avait trois principaux facteurs d'impact : la production et l'utilisation de pigments, la consommation d'énergie et les solutions de mouillage. Pour les solutions de mouillage encre, on pouvait avoir les émissions de composés organiques volatils, une problématique bien connue dans l'industrie de l'imprimerie. L'impact principal généré, c'est que ces composés organiques volatils interviennent dans la formation d'ozone par réaction photochimique.

Pour ceux qui veulent connaître toutes les étapes, vous pourrez consulter ce guide. Cela montre la diversité des questions auxquelles on s'attaque depuis quelques années.

Quels peuvent être les enjeux principaux ?

Il y a la question de la gestion de la forêt, des aspects pollution des eaux à certaines étapes, des aspects de pollution atmosphérique avec les émissions de composés organiques volatils, la question de la gestion des déchets, que nous pourrions subdiviser en deux ou trois catégories, les déchets liés à la production, les déchets générés par les fonds de solvants dans l'imprimerie, la récupération, l'optimisation dans la papeterie des chutes, rebuts, etc. et la problématique de la récupération des papiers et cartons et de leurs différents modes de valorisation.

Les enjeux à poursuivre sont la prévention de la production de déchets, moins de déchets à la source, leur récupération et leur recyclage. Certains déchets ne peuvent pas être recyclés et doivent être éliminés dans des conditions respectueuses de l'environnement et de la santé.

Une autre problématique interfère avec celle qui précède, que ce soit sur la pollution atmosphérique ou la gestion des déchets, et touche également la santé des travailleurs, à savoir la toxicité et l'écotoxicité des produits chimiques employés.

Ce secteur, à différentes étapes, est concerné par des problématiques de consommation d'énergie, tant dans le process industriel lui-même que dans son cycle de vie global, élément qui sera de plus en plus regardé en particulier au niveau des transports.

En 15 ans, cela a drastiquement changé en particulier au niveau du renforcement des réglementations, mais aussi au niveau de la manière dont cela se passe. Nous avons un cadre national qui reste toujours un cadre important, ne serait-ce que parce qu'il est celui de la mise en œuvre concrète de la législation des installations classées pour la protection de l'environnement comme les entités de production, de transformation, de traitement de déchets, etc., le cadre spécifique de la réglementation de la gestion des déchets et celui des produits chimiques.

Aujourd'hui, le droit international et européen s'est renforcé. Au niveau de la production, vous avez différentes directives et notamment la directive IPPC, le contrôle et la prévention intégrés de la pollution, qui amène les entreprises, recensées par cette directive européenne, considérées potentiellement comme les plus polluantes, à s'engager dans une dynamique de progrès avec une révision périodique des permis d'exploitation (nos arrêtés d'autorisation d'exploitation en France) et le respect d'une notion complexe que l'on appelle les meilleures techniques disponibles avec la prise en compte du contexte technique, économique et local.

D'autres directives ont tracé pour le secteur des éléments importants comme la directive sur les émissions de composés organiques volatils ou la directive sur les grandes installations de combustion, les papeteries en ont quelques-unes.

D'autres directives interfèrent et fixent des objectifs à atteindre sur l'environnement, directives sur la qualité de l'air ambiant et la directive cadre sur l'eau qui nous amène à élaborer actuellement dans les bassins hydrographiques ce que l'on appelle les schémas directeurs d'aménagement et de gestion des eaux avec l'objectif d'atteindre à l'horizon 2015 le bon état des eaux.

Derrière, vous avez un grand nombre de considérations sur des rejets de substances toxiques et dangereuses avec des directives existantes en perpétuelle rénovation/préparation qui demandent à restreindre, voire à interdire, les rejets de substances les plus dangereuses. Cette directive, par rapport au milieu, donne l'objet de discussions pour définir quelle est la norme de qualité pour tel produit. Pour certains, on connaît très bien, pour d'autres, on est en pleine exploration avec une certaine incertitude, tant pour les régulateurs nationaux et européens, pour ceux qui appliquent la réglementation sur le terrain que pour les entreprises.

Vous avez la gestion des déchets qui est largement encadrée au niveau européen avec une vieille directive cadre et une directive cadre en cours de négociation, des

réglementations spécifiques sur les installations de traitement et des orientations sur les emballages.

Vous avez les produits chimiques, je reviendrai sur le règlement REACH, et les émissions de gaz à effet de serre. Dans le cadre de l'application du protocole de Kyoto, vous avez des transpositions dans le droit européen auxquelles s'ajoutent des actions additionnelles. Celle qui est particulièrement connue des secteurs industriels est la directive dite ETS, système d'échange et de crédit, encore appelée quota de CO<sub>2</sub>.

Pour ceux qui ne seraient pas familiers, ce sont des limitations pour un certain nombre d'industries des émissions de CO<sub>2</sub> aujourd'hui par pays sur des périodes qui ont été de 3 ans et qui vont être de 5 ans. Ces limitations d'émissions sont complétées par un système d'échange, ceux qui émettent moins pouvant avoir des crédits par rapport à ceux qui émettent plus. Le but étant de faire diminuer tout le monde en incitant ceux qui peuvent diminuer facilement à faire des efforts. Cela est bien connu du secteur de la papeterie et de quelques grosses imprimeries.

Cette directive entre dans sa deuxième période d'application. Il y a une révision extrêmement importante en cours de négociation à Bruxelles pour 2012 dans le cadre de la stratégie européenne validée en début d'année d'une réduction de moins 20 % des émissions de CO<sub>2</sub>, voire moins 30 % à dit l'Union européenne s'il y avait des accords multilatéraux. Nous ferons moins 20 %. Même si les autres ne font rien, sur les accords multilatéraux, nous irons à moins 30 %. Dans ce cadre, une anticipation est nécessaire et la directive est en cours de négociation.

Pour les fédérations, cette scène européenne est importante. Il faut l'anticiper à tous points de vue. Il faut anticiper que des discussions vont avoir lieu, anticiper que des réglementations sont à mettre en œuvre. Il est également important de bien faire le lien entre la scène européenne et la scène nationale. Lorsqu'une directive sort, on a quelques années pour l'appliquer. Il faut également un dialogue en amont pour la préparation. Il convient de nourrir le débat européen par le retour d'expérience et les éléments concrets.

Même si la France est en progrès sur ces aspects, il m'arrive trop souvent de constater que, au ministère, nous n'avons pas forcément anticipé tous les « mauvais coups » qui peuvent venir de tel ou tel lobby. On peut avoir des lobbys qui poussent à l'extrémisme environnemental et d'autres qui, subrepticement, poussent à la mollesse.

Je constate que toutes les fédérations professionnelles sont confrontées au même problème et parfois ratent le coup. Elles viennent parfois dans mon bureau en me disant : « *Le texte qui est sorti a été influencé par « nos amis » de tel pays, nous ne pouvons pas le faire, car*

*ils ont des avantages de tel ordre et des facilités.* » On est bien obligé de constater que l'on ne peut pas faire, mais c'est écrit dans les textes.

Je fais un résumé brutal, qui ne concerne pas que votre secteur, pour affirmer qu'il est nécessaire d'anticiper en faisant le lien entre le concret et les grands principes.

J'aimerais vous livrer quelques enjeux sur le secteur de la papeterie.

La papeterie est un secteur qui est corrélé à la gestion de la forêt et qui peut avoir des impacts extrêmement intéressants sur la gestion de la forêt par la récupération de divers produits. Les papetiers savent mieux que moi que la gestion de la forêt en France est un sujet complexe, pas forcément optimisé partout.

Aujourd'hui, ce qui émerge, je l'avais vu lorsque j'étais directeur en région avec des papeteries qui m'évoquaient leurs problèmes d'accès à la ressource, nous avons une question d'accès à la ressource. S'agira-t-il d'une concurrence et/ou d'une coopération avec les autres usages qui sont en croissance et qui sont tout aussi légitimes que la production de papier ?

C'est un sujet dont l'importance a été fortement débattue dans le Grenelle de l'environnement, notamment dans le groupe un portant sur le changement climatique. Un des besoins, c'est le développement de la valorisation énergétique de la biomasse au sens large, le bois étant une part importante de la biomasse. Certes, la paille peut faire de l'électricité, mais il y a quand même beaucoup de bois. L'accès à la ressource n'est pas simple.

Dans les autres enjeux des papeteries, il y a tout ce qui est lié à l'énergie avec comme conséquence environnementale les émissions de CO<sub>2</sub> dont j'ai donné le cadre avec cette dynamique européenne. D'une période à l'autre, entre la première période 2005-2007 et la seconde 2008-2012, il y a une pression à la baisse qui a été imposée par Bruxelles à tous les pays sur les quotas que l'on peut allouer aux entreprises. Cela n'ira pas en augmentant sur la période suivante.

Liés à ces process de combustion, il y avait également des polluants atmosphériques divers.

Il y a eu des efforts importants d'amélioration de l'efficacité énergétique dans les entreprises papetières, le développement d'emploi d'énergies renouvelables ou alternatives, la valorisation de divers déchets de bois qui ne peuvent pas être utilisés en papeterie. Un certain nombre de papeteries brûlent un certain nombre de résidus de process qui peuvent être utiles pour faire de l'énergie.

Il y a bien entendu des efforts sur les traitements des rejets des chaudières dans le cadre d'application de directives que j'aurais pu citer par exemple sur les grandes installations de combustion.

La papeterie est connue dans le grand public. Traditionnellement, c'est un secteur concerné par les questions de rejet d'eau. On se rappelle encore dans mon ministère que la papeterie faisait partie des premiers voire était le premier secteur qui, dans les années 70, à la constitution du ministère de l'Ecologie, discutait des accords volontaires des réductions des émissions dans l'eau.

En prenant des données COPACEL qui remontent sur les 20 dernières années, les nôtres les corrèleraient, moins 80 % sur les réductions d'émissions sur les grands polluants, la demande chimique en oxygène pour la matière organique, les matières en suspension ou les organohalogénés. Aujourd'hui, après la mise en place d'un système d'épuration performant, l'amélioration des process à la source, en particulier pour les papeteries qui se sont construites récemment, il y a eu des progrès.

Il y a également une moindre utilisation du chlore, ce qui permet de diminuer les rejets de produits organohalogénés relativement toxiques pour le milieu et de diminuer un certain nombre de risques technologiques accidentels.

Nonobstant, comme tous les secteurs ont fait des progrès, la papeterie reste encore dans les plus gros rejets industriels. Il y a huit usines de pâte parmi les plus gros rejets industriels en 2006. Tout n'est pas encore parfait. Nous avons un arrêté ministériel de 2000 où nous avons fait un bilan en vue de préparer l'application de la directive IPPC qui s'appliquait à fin octobre 2007. Or, certaines avaient du mal à respecter la réglementation nationale.

Le débat sur les rejets d'eau se poursuit. Cette directive IPPC demande de nouveaux progrès. On anticipe également des gains sur les flux rejetés, notamment en matière organique et suspension. On a eu des discussions entre le ministère, ma direction et la COPACEL. Une circulaire de cette année a précisé l'application de la directive.

Pour ceux qui ne sont pas coutumiers, la directive IPPC dit que vous devez mettre en œuvre les meilleures techniques décrites dans un document à valeur non automatiquement contraignante. Toutefois, la commission de Bruxelles nous demande de le regarder comme la prunelle de nos yeux. Il s'appelle le BREF, le document sur les meilleures techniques.

Globalement, ils sont en anglais, ils sont assez gros et nous avons essayé, pour certains secteurs où cela valait le coup, d'en faire des traductions un peu compréhensibles et opérationnelles immédiatement pour nos inspecteurs et les entreprises.

Cette directive montre également, d'après mes spécialistes et ce que leur disent les entreprises, que l'on arrive à des choix qui ne sont pas simples pour améliorer les techniques. On peut parfois opposer l'amélioration de la performance énergétique avec l'amélioration du recyclage des eaux. Par moments, on ne peut pas faire l'un en ayant l'autre.

Un autre point ne figure pas sur le transparent. J'ai cité la directive européenne cadre sur l'eau et les rejets de substances toxiques. Il y a globalement sur tous les secteurs industriels une action nationale que l'on a appelée rejet de substances, recherche des substances dans l'eau.

Depuis quelques années, elle vise à faire un inventaire des rejets. Là, on n'est plus en tonne, on est à quelques grammes par jour, mais avec des produits plus toxiques pour le milieu naturel et par ailleurs peu biodégradables. Il s'agit de savoir dans quel rejet de quelle entreprise se trouvent ces polluants.

Nous allons dans les prochains mois croiser avec l'inventaire de la qualité dans les milieux pour voir si cela pose problème par rapport aux normes sur la qualité des milieux et lancer des programmes ciblés. Tout le monde ne devra pas réduire uniformément de 50 %, mais il y aura, dans le schéma directeur d'aménagement et de gestion des eaux, des actions de réduction de ces rejets de substances toxiques.

Quelques mots sur les encres et colles.

Les fabricants d'encre et de colle ont divers impacts environnementaux et, comme toute l'industrie, ils s'attachent volontairement ou sous l'emprise de la réglementation à les réduire.

Vu de chez nous, des enjeux doivent être probablement importants pour eux et les concernent comme producteurs, pas seulement par leur impact direct, mais pour ce que cela induit chez la demande des utilisateurs. Je reviendrai sur la directive européenne sur la réduction des émissions de composés organiques volatils, à savoir des produits et/ou des procédés avec moins de solvants, voire des encres sans eau.

Au-delà du rejet des composés organiques volatils dans l'atmosphère, ce qui va arriver aujourd'hui, c'est l'évaluation et la réduction de la toxicité des produits pour les travailleurs et pour l'environnement.

Vous devez être confrontés, et on voit des résultats très intéressants, à l'enjeu fort de développer de nouveaux produits et procédés et, en tant que fabricants, de réduire vos rejets.

Dans les zooms partiels, là où nous torturons le secteur de l'imprimerie, c'est plutôt sur les émissions atmosphériques de composés organiques volatils. L'imprimerie, avec les dernières données validées de l'inventaire national de 2005, 2006 est en cours de validation, émet 3,5 % du total national toutes sources confondues (industries, résidentiel, tertiaire et transport.) ; c'est le premier secteur industriel.

Pour réduire la toxicité directe de ces produits dans l'environnement et la formation d'ozone, il y a un certain nombre d'actions dont un cadre européen, une directive 99.13 du 11 mars 1999 qui, à gros traits, fixe des valeurs limites pour les émissions canalisées et diffuses



ainsi que des obligations particulières pour les solvants les plus toxiques, réduction voire substitution totale.

La directive est mise en œuvre tant pour les installations soumises à autorisation que pour les petites installations soumises à déclaration avec un arrêté ministériel type. N'écoutez que notre courage, nous avons même anticipé la date d'application, nous n'avons pas tout à fait tenu octobre 2005. La date européenne était octobre 2007, la réglementation nationale était fixée à octobre 2005.

Aujourd'hui, nous constatons de nombreuses actions dans la filière de suppression des solvants les plus nocifs, d'emploi d'encre à l'eau, de traitement thermique ou incinération, on parle plutôt d'oxydation thermique, à savoir que l'on brûle les solvants. Le plus possible, les entreprises, lorsqu'elles le peuvent, réduisent d'abord les rejets à la source en utilisant moins de solvants plutôt que d'avoir des gros volumes à incinérer. Plus le volume est gros et dilué, plus c'est cher.

Que reste-t-il à faire ?

Pourraient être utiles, à l'instar d'autres secteurs, des guides sur les schémas de maîtrise des émissions. Si vous avez des rejets par 14 cheminées plus des rejets diffus, au lieu de respecter la valeur limite sur chaque projet, il s'agit d'avoir une vision globale de vos émissions avec ce qui est en entrée comme solvants et en sortie comme composés organiques volatils. Cette vision globale montre que vous ne rejetez pas plus que si, sur chaque cheminée, vous respectiez la valeur limite.

Cela est facile à expliquer, mais c'est extrêmement compliqué à faire pour l'entreprise, mais aussi à valider par l'administration. Un certain nombre de secteurs ont fait des guides. Nous, nous faisons la réglementation et les secteurs font les guides d'application. A un moment, nous validons les guides. Certains secteurs l'ont fait, cela pourrait peut-être être intéressant.

Nous avons lancé un appel d'offres pour faire une étude sur tous les secteurs, afin de faire un bilan de l'application de la directive de 1999. Cette directive est extrêmement vaste et concerne également les petites installations soumises à déclaration. Nous avons été obligés de faire du pointillisme. Cette directive allait dans le détail. Enormément de secteurs sont concernés.

Nous allons également lancer, comme nous l'avons fait sur les stations-service et les pressings, des évaluations de l'impact sanitaire des installations situées à proximité immédiate des habitations. Sur un certain nombre de secteurs, on peut avoir des petites installations, je pense notamment aux pressings, qui peuvent être dans des immeubles

d'habitation. Cela peut, même en cas de respect d'un certain nombre de normes, poser des problèmes sanitaires.

Nous avons des cas que nous traitons au ministère, y compris d'évacuation d'immeuble. Là, ce sont plutôt des personnes qui ne respectent pas les normes. Globalement, ce n'est pas parfait lorsque l'on a ces émissions de composés organiques volatils près des habitations.

Ce qui nous préoccupait davantage au début, c'étaient les stations-service et les pressings. Comme les imprimeries peuvent être émettrices, nous allons également les regarder.

J'évoque un dernier point sur l'imprimerie. Pour en avoir discuté avec une personne du SICOGIF, il y a des initiatives volontaires des professions pour accompagner les entreprises dans le progrès.

L'une d'entre elles est spécifique à votre secteur. Elle était partie de la région centre et des Chambres d'artisanat et des métiers. Cette initiative est devenue progressivement nationale associant ensuite la profession de l'imprimerie et les pouvoirs publics. L'idée est d'avoir un outil de diagnostic et d'action par rapport à un référentiel pour faire progresser les PME.

Des éléments de bilan que nous avons, il y a une forte diffusion, 22 régions en mai 2007 avaient lancé cette dynamique et 2 démarraient, 511 plus 405, 511 étant le premier niveau et 405 celles qui avaient le niveau supérieur. Des réflexions étaient en cours pour harmoniser les pratiques régionales, refondre le cahier des charges avec un projet qui portait sur trois points : émission des déchets, sécurité et déstockage de liquides et déchets et non-utilisation de produits étiquetés toxiques.

D'autres réflexions sont en cours pour accompagner les entreprises vers la norme ISO 14001, voire d'autres normes sur la sécurité sanitaire.

Cela n'est pas antinomique et ne se substitue pas à la réglementation, cela est complémentaire. C'est un outil de progrès que nous ne pouvons qu'encourager.

Sur les produits chimiques, est en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> juin 2007 le règlement REACH qui est l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des produits chimiques. Cela s'adresse à tous les produits chimiques en dehors de quelques grandes familles couvertes par des réglementations équivalentes comme les pesticides.

A très gros trait, l'objectif est d'évaluer la toxicité de tous les produits chimiques dont les existants. Il y a des conditions de tonnage et quelques-uns qui ne sont pas dangereux seront exemptés. Il y a un renversement des méthodes. Avant, les états avaient des programmes d'évaluation des produits chimiques et cela allait assez lentement. Là, c'est la responsabilité du producteur d'analyser la toxicité, tant pour l'environnement que pour les travailleurs ou les

consommateurs, de ses produits et de délivrer l'information aux pouvoirs publics. Il s'agit des producteurs au sens large, les personnes qui mettent sur le marché.

Il s'agit d'un processus européen qui va être sous l'égide de la commission européenne et d'une agence européenne des produits chimiques basée à Helsinki en cours de constitution. Tous les produits vont y passer.

Le deuxième objectif, qui n'est pas sous la responsabilité seule des industriels, le pouvoir réglementaire va venir, il s'agit de l'examen particulier des substances les plus dangereuses comme les cancérigènes, mais aussi les mutagènes, les reprotoxiques, celles qui sont très persistantes, bioaccumulables et qui seront soumises à une procédure très restrictive appelée d'autorisation dans le règlement. Une molécule qui entre en procédure d'autorisation a de fortes chances d'être *in fine* interdite ou de n'être autorisée que pour des usages définis.

Ce règlement s'accompagne de tout un calendrier de mise en œuvre en commençant en résumant par les produits les plus dangereux et/ou les plus produits en tonnage, des obligations d'enregistrement qui s'échelonnent dans le temps.

Quels sont les enjeux ?

Pour les producteurs, il s'agit de faire enregistrer les produits avec la possibilité de créer des consortiums, de présenter à plusieurs le même dossier lorsqu'un produit est fait par beaucoup d'entreprises. Nous allons voir comment cela fonctionne, mais ce n'est pas simple pour les petits producteurs de produits en petite quantité.

A titre d'exemple, on ne s'inquiète pas trop de la capacité de Total ou de BASF d'arriver à faire enregistrer seuls ou avec d'autres des produits. En outre, nous avons de nombreuses lettres des parfumeurs de Grâce qui se demandent comment ils vont enregistrer leurs essences naturelles dans le cadre de ce process. Ce n'est pas tout à fait la même approche des produits chimiques que peuvent avoir des grands groupes très structurés.

Les producteurs doivent également anticiper le fait qu'il y aura des difficultés de maintien sur le marché pour les produits les plus dangereux et donc développer des produits de substitution.

Les utilisateurs auront des conditions d'emploi nouvelles à respecter. Leur enjeu sera, par rapport à des usages actuels, d'avoir toujours les produits qui leur rendent le même service avec une question qui n'est pas simple pour un utilisateur non producteur d'un produit qui est de savoir quels produits seront ou non présentés à l'enregistrement. Des produits qui peuvent être utiles pour quelqu'un peuvent être abandonnés par des producteurs. Certains n'auront pas envie de faire d'efforts.

Dans des réglementations différentes, nous avons des insecticides qui avaient une certaine utilité. Toutefois, aucun producteur n'a voulu défendre le dossier. Aujourd'hui, cet

insecticide se trouve *de facto* interdit. On a une dérogation que la commission européenne donne pour les usages essentiels en cas de Chikungunya. Si les personnes souhaitaient utiliser cet insecticide pour leur confort, elles ne le peuvent plus.

Il faudra peut-être savoir anticiper les évolutions. Il faut mettre en place en conséquence les nouveaux procédés, le procédé physique pouvant ne pas changer, mais devant s'adapter aux produits.

Les pouvoirs publics, dans une vision totalement interministérielle entre le ministère de l'Economie, des Finances et de l'Emploi qui organise ce colloque et le MEDAD, mettent en place, en liaison avec les fédérations professionnelles, un certain nombre d'actions d'information et de formation, voire de diagnostic de la situation des entreprises et de plan d'évolution.

Le MINEFE met en place, nous lui avons apporté un appui technique, diverses actions collectives pour aborder le problème dans des groupes d'entreprise, à la fois nationales de la direction générale des entreprises ou locales avec les relais des DRIRE en lien avec les fédérations professionnelles.

Nous avons mis en place, dans le cadre d'une exigence du règlement, un service national d'assistance technique qui est gratuit. Il est mis en œuvre par un organisme qui s'appelle le bureau d'évaluation des risques et produits chimiques. Il s'agit d'une instance dans laquelle l'institut national de l'environnement industriel et des risques, un établissement public dépendant du ministère de l'Ecologie, et l'INRS ont mis en commun leurs toxicologues. Ils font un certain nombre de travaux pour l'évaluation des produits chimiques pour l'Etat.

Ils ont également une autre mission d'information qui est une mission générique, ce n'est pas une mission de prestation privée. Ils ne vont pas évaluer ou faire des études sur tel produit de chaque industriel. Ils sont là pour répondre à des questions sur REACH. Ils mettent en place un site Internet *reach-info.fr*. Vous pouvez les consulter. Des personnes peuvent également vous répondre. Nous avons plusieurs centaines de milliers d'euros consacrés au budget 2008 sur ce sujet qui a démarré au 1<sup>er</sup> juin 2007.

Pour finir sur les produits chimiques, dans le cadre du Grenelle de l'environnement, il a été décidé d'impulser et de soutenir des dynamiques de substitution des produits avec un soutien financier de l'Etat qui sera renforcé pour la recherche et le développement. Les modalités de ces actions seront discutées avec les ministères chargés de la recherche, avec le MINEFE.

Nous avons bon nombre d'échanges entre les ministères et les fédérations professionnelles sur les perspectives et les difficultés de mise en œuvre. Cela est sûrement à renforcer. La semaine dernière, j'ai rencontré la fédération des industries mécaniques sur le

sujet. Vous avez le nom de mon collaborateur qui s'occupe du sujet, Emmanuel MORAUX, le chef du bureau des substances et de préparations chimiques qui peut vous recevoir et en parler plus savamment que moi.

J'en viens à la gestion des déchets et au recyclage.

Je ne parlerai pas de la gestion des déchets dangereux qui a fait beaucoup de progrès dans les entreprises. On ne peut pas ne pas parler de la gestion des déchets des papiers et cartons. Cela fait longtemps qu'il y a un effort en matière de recyclage.

Nous estimons que les professionnels sont actifs et compétents en faveur du recyclage du papier, du carton et de diverses organisations comme REVIPAP, PROCELPAC...

Le papier carton est le matériau d'emballage le plus recyclé et le plus valorisé en France. Le taux est de 92 % lorsque l'on inclut l'incinération avec la valorisation énergétique.

Les résultats sont importants en progrès, mais nous restons derrière l'Allemagne tout en étant au-dessus de la moyenne européenne.

Le premier chiffre est le taux d'incorporation, à savoir la part de matière recyclée qui va dans le process de fabrication du papier. En France, on a augmenté de 3 % entre 2005 et 2006, on est à 60. En Allemagne, ils augmentent un peu moins vite, mais ils ont encore un peu d'avance à 67,3. L'Europe serait à 47,8.

Le taux de récupération est ce que l'on récupère, par les collectes sélectives, du volume de papier mis sur le marché. Là aussi, nous progressons. Nous sommes passés, en deux ans, de 57,9 à 63,7. L'Allemagne plafonne, mais nous allons les rattraper. Là, on est au niveau de l'Europe.

Vous avez un document intéressant que la profession doit connaître. L'ADEME a fait un document qui s'appelle « Synthèse imprimée » dans la collection Repères. Les collectes sélectives spécifiques d'imprimés desservent 75 % de la population contre 15 en 1993. Vous avez également la possibilité, via les collectes globales d'emballage, qui desservent aujourd'hui à peu près 95 % de la population, d'y mettre vos imprimés.

Sur les produits imprimés via ces collectes, le taux de récupération est de 40 % au global. Il est moins bon sur les produits finis que sur l'ensemble des chutes et rebuts. L'ADEME identifie dans ce domaine un potentiel de progression tant chez les ménages que dans les bureaux.

Quant à l'utilisation du papier recyclé, il y a un progrès impressionnant. On est passé, pour le papier journal, de 55 % à près de 100 % entre 1995 et 2002.

Pour l'impression, nos exigences de qualité font que cela est moins simple, mais cela a également progressé fortement, même si le taux reste faible. Son pourcentage a augmenté ces dernières années.

Globalement, il y a une situation intéressante, mais des axes de progrès encore possibles pour tous les acteurs.

Le dernier point est d'actualité. Les imprimeurs ont sûrement bien suivi la mise en œuvre des actions sur le cadre des imprimés non sollicités, problématique relativement importante en termes de production de déchets. Vous pouvez avoir jusqu'à 35 à 40 kilos par boîte aux lettres par an.

Il y a eu un certain nombre d'initiatives. Les premières étaient plutôt sur la restriction volontaire des apports avec l'autocollant STOP PUB distribué aux habitants qui souhaitent pouvoir ne plus recevoir de publicité. 15 % de la population l'a affiché. Cela n'a pas toujours été respecté. Il semblerait que les données 2004 marquaient une baisse de 6 % par rapport à 1999, ils attendaient moins 12 % en 2004 et 2005.

Néanmoins, il a été constaté sur le STOP PUB que l'on pouvait avoir des marges d'amélioration. A été mis en place un dispositif réglementaire qui a fait l'objet de plusieurs évolutions législatives que l'on peut résumer comme étant une éco-contribution sur les imprimés non sollicités. Le décret est sorti en 2006 et a été mis en œuvre en 2007.

Comme pour un certain nombre de systèmes dans ce que l'on appelle la responsabilité élargie des producteurs, pour le traitement des déchets, ce qui existe pour les emballages ou les pneus, les metteurs sur le marché des imprimés non sollicités ont le choix d'acquitter la contribution à Eco-Folio, l'organisme agréé mis en place par la profession, ou de payer une taxe 30 ou 100 fois supérieure à l'éco-contribution.

Quelques-uns ne se sont pas rendus compte. Nous avons quelques problèmes, nous allons essayer de voir ce que nous pouvons faire avec les douanes, mais ne payez pas la taxe. Il n'y a rien de plus idiot que de payer cette taxe-là. L'éco-contribution est moins chère et permet de venir contribuer à la prise en charge des coûts de traitement. L'idée est qu'Eco-Folio contracte avec les collectivités locales pour prendre en charge une partie des surcoûts de traitement.

L'objectif est donc double : faire prendre en charge par le producteur le coût de l'élimination des déchets et une prévention de la production de déchets.

Effet de serre, énergie et transport, c'est aujourd'hui une priorité forte. Les enjeux pour la réduction des émissions de gaz à effet de serre se posent sur la production industrielle, qu'elle soit papeterie, imprimerie. Il faut poursuivre l'effort d'optimisation et, pour les papeteries, la valorisation des déchets de bois et autres ressources renouvelables.

Accessoirement, le recyclage du papier semble, d'après les études ADEME, entre trois à cinq fois moins consommateur d'énergies non renouvelables que le papier vierge ; ce que l'on peut encore gagner améliorera le bilan global.

Au-delà de la production industrielle, nous irons de façon croissante vers une vision plus globale. Si nous voulons réduire les consommations énergétiques et les émissions de gaz à effet de serre, les usines ne sont pas les seules à pouvoir progresser, mais aussi les bureaux, les chaînes logistiques. Nous allons utiliser les outils du bilan carbone, l'analyse du cycle de vie qui amèneront à inclure les transports. Cela doit-il vous amener à induire une réflexion sur la logistique des produits imprimés, je vous laisse en discuter.

Les enjeux pour une filière sont économiques. Les prix de l'énergie sont durablement à la hausse. Peuvent survenir, avec nombre d'exemptions, de prises en compte des particularités de chaque secteur induites par la concurrence internationale, divers systèmes qui vont renchérir le coût de l'énergie par des taxes et/ou des quotas et des systèmes de marché, comme nous avons déjà dans le cadre européen des quotas de CO<sub>2</sub>. Il y a cet enjeu d'impact environnemental global des secteurs devant participer à l'engagement européen national de réduction. C'est un enjeu d'image pour les secteurs de montrer leur engagement dans la maîtrise de l'énergie.

A titre d'exemple, pour montrer l'un des éléments issu des réflexions du Grenelle de l'environnement, une des décisions dont les modalités sont à affiner est de rendre obligatoire le bilan carbone, l'exercice global du contenu en CO<sub>2</sub> de l'activité d'une entreprise de A à Z pour toutes les entreprises de plus de 50 personnes. Les modalités ne sont pas encore définies. J'imagine que l'obligation d'analyse et de durée ne sera pas le même pour une entreprise de 51 personnes que pour celle de 100 000 salariés.

Je vous ai dressé un ensemble d'enjeux relativement vastes.

### Cinquième table ronde :

## **L'imprimé est-il un ennemi de l'environnement ? (1)**

**M. ADES.-** En vous écoutant, je me demande jusqu'à quel point un parallèle ne sera pas bientôt à faire entre la densité du code du travail et de l'ensemble de la législation sur l'environnement. Vous rattrapez le retard.

On peut se demander jusqu'à quel point on risquerait de devenir complètement frileux devant une législation nationale et européenne de plus en plus complète, de plus en plus lourde, prégnante. Elle risquerait peut-être de conduire à se dire qu'il n'y a plus rien à faire.

La matinée de ce matin a posé la question environnementale et la question de savoir jusqu'à quel point l'imprimé était un ennemi de l'environnement. Nous allons l'examiner. Vous nous avez donné le cadre, monsieur, les nombreuses contraintes sont à venir. Elles ne sont pas tellement rassurantes, car nous ne savons pas tout encore. Il faudra faire avec. Mais après tout, être industriel, c'est aussi être acteur et savoir anticiper.

Il ressortait de la journée d'hier que nous devons regarder les choses de façon transverse et non plus verticale. Ceci vaut pour ce secteur d'activité comme pour tous les secteurs d'activité de ce pays et dans le monde. Nous ne pouvons plus avoir des oeillères pour observer ce qui se passe et penser qu'en appuyant sur le bouton, cela produira tel effet. Il nous faut regarder horizontalement et travailler horizontalement. C'est peut-être le plus difficile, facile à dire, très difficile à faire, surtout quand on fait intervenir le client, différents types de partenaires qui n'ont pas *a priori* matière à venir donner leur point de vue sur la façon dont, moi professionnel, je peux travailler.

Nous allons l'illustrer en accueillant Bernard CASNIN, chargé de mission pour le développement durable de la CGL (confédération général du Logement). On peut se demander ce qu'elle a à voir avec l'imprimé, si ce n'est que vous utilisez des imprimés et que vous en émettez au même titre d'ailleurs que le ministère des Finances ou de l'Ecologie.

Prendra place à vos côtés Laurent Chauvin, directeur commercial d'AFAQ-AFNOR Certification. Il aura peut-être plus sa place dans la mesure où la certification est servie à toutes les sauces. Elle est utile, elle est un instrument de compétition. Il faut parfois se demander si elle n'est pas une contrainte, un luxe ou une mode tout simplement pour apposer sur son papier à en-tête, sur sa photo ou sur sa promotion « certifié ISO » ceci ou « AFNOR » cela.



J'aimerais accueillir Michel COPSIDAS, directeur d'ECOGESTE, et Pierre SIQUIER, Président de LIGARIS et vice-président de la fondation HULOT. Pas besoin de développer davantage, nous avons parfaitement compris de quel côté vous étiez, à savoir que ne fait-on pas dire à l'environnement du côté de la vigilance. Il faut en effet se méfier de la vision parfois un peu restrictive.

En vous accueillant, Bernard CASNIN, je disais qu'a priori, ce n'était pas votre place d'être ici. C'est ce que je vous ai dit aussi quand nous nous sommes entretenus la première fois et vous m'avez répondu que nenni, que vous aviez totalement votre place.

**M. CASNIN.**- Bien sûr qu'en tant qu'association de consommateurs, nous avons notre place dans un tel débat, car sauf avis contraire, pourquoi imprimons-nous, pourquoi faisons-nous une communication à partir du papier, si ce n'est pour toucher des personnes qui, soit vont consommer, soit auront à apprendre des informations et que nous représentons.

L'imprimé est-il un ennemi de l'environnement ? Plutôt que de s'engager dans un débat à tonalité un peu guerrière, il serait peut-être plus intéressant de dire comment l'imprimé peut-il être un acteur du développement durable.

**M. ADES.**- C'est une vision très positive. Essayez de convaincre. Nous ne sommes pas ici pour nous battre, mais pour regarder les arguments développés par l'autre, éventuellement les reprendre, les assimiler au profit de l'ensemble de la filière. Ce qui compte le plus est le travail réalisé ensemble, quelles que soient nos préoccupations ou nos catégories.

**M. CASNIN.**- Tout à fait.

Je commencerai par le négatif pour m'orienter ensuite sur le positif. L'imprimé peut en effet aller à l'encontre du développement durable. Je rappelle que le public ne connaît pas précisément ce qu'est le développement durable, ce qu'il implique. Il l'associe presque étroitement à l'environnement.

Le développement durable, c'est de l'économique, de l'environnement, du sociétal, du social et de l'humain d'après la définition dans Rio de 1998.

Le développement durable peut aller à l'encontre d'une société quand par exemple on diffuse des imprimés non sollicités. Michel a parlé de la mise en place d'une filière spécifique pour ces INS (imprimés non sollicités), qui va amener ceux qui les émettent à payer une contribution pour les recycler. Chacun d'entre nous, même les producteurs, sait tous les matins quels imprimés non sollicités il trouve dans sa boîte aux lettres et ils sont immédiatement jetés à la poubelle.

Puis, M. MICHEL parlait des STOP PUB. On a ainsi donné aux individus un moyen d'exprimer leur volonté de ne pas recevoir des imprimés non sollicités.

Mais quand je vois que la Poste, cette grande entreprise qui s'est engagée auprès de l'Etat à faire respecter par ses distributeurs les STOP PUB, vient de mettre en place un programme « j'aime la pub » avec un coeur à apposer sur les boîtes à lettres, je me dis que quelque chose ne tourne pas rond. Il faudrait savoir si pour un gain à court terme, nous allons vraiment vers une société du développement durable.

Il faudrait essayer de gérer les contradictions dans le bon sens.

**M. ADES.**- Vespasien disait que l'argent n'avait pas d'odeur.

**M. CASNIN.**- Pourquoi sommes-nous concernés ? Nous sommes concernés parce que tous ceux qui sont dans cette salle produisent, inventent. Nous devons parler aux gens. Des grandes campagnes de communication ont été lancées avec les médias modernes (la radio, la télé) sur des sujets les plus variés, notamment sur leur consommation dont on dit qu'elle est le moteur principal du développement économique de nos sociétés. Puis, les citoyens se sont aperçus que quand ils consommaient, ils produisaient des déchets, qu'il n'y avait pas de vie sans déchets. Les déchets sont l'expression de leur vie.

Malgré cette communication, ils se sont dits non informés. Quand nous organisons des réunions publiques, les consommateurs ne sont pas informés.

Il faudra concrètement aller leur porter la parole. Mais sans documents, sans soutien d'éléments, nous constatons que la parole est de plus en plus volatile dans ce monde de communication.

J'aimerais prendre un exemple. J'ai négocié avec l'enseigne MONOPRIX de mener une action longue. Quand nous travaillons sur les changements de comportement, il faut travailler dans le temps et nous ne savons pas encore quel résultat une action peut avoir. Nous avons négocié avec MONOPRIX pour mener une action expérimentale. J'habite Paris dans le 11<sup>ème</sup> arrondissement, 150 000 habitants et quatre magasins MONOPRIX. Ce sont les seules moyennes/grandes surfaces à Paris intra-muros, à part CARREFOUR qui est à la porte d'Auteuil.

Pendant trois ans, un jour par mois dans chaque magasin, nous allons parler aux clients de leur consommation, non pas pour les inciter à consommer tel ou tel article, mais pour essayer de leur montrer qu'ils peuvent avoir des choix et quand ils ne les ont pas, qu'ils les revendiquent entre des produits plus ou moins emballés. Or, la direction générale de MONOPRIX nous a demandé de ne pas distribuer de papiers, car elle craignait d'en retrouver dans tous les caddies. Dès le premier jour, les clients nous disaient : « vous avez une parole, vous nous faites des démonstrations », et nous nous sommes aperçus qu'il fallait des documents. Nous avons élaboré avec la mairie de Paris un guide de tri et un *flyer* recto verso où nous

résumons l'essentiel de la démarche. Les consommateurs le remportent chez eux. Nous avons vérifié les paniers et les caddies et nous avons pu constater que très peu sont rejetés.

L'imprimé a été important pour nous pour accompagner ce qui est au coeur du développement durable, afin que les citoyens comprennent qu'ils sont des acteurs de leur propre développement et qu'ils peuvent exercer leur liberté pour aller dans le sens d'une société du développement durable.

Nous avons besoin de documents, d'imprimés qui vont dans le sens de la maîtrise du raisonnement et donc de ne pas faire des imprimés pour des imprimés. Je sais bien que les entreprises qui doivent boucler leur budget chaque année et chaque jour, vont aux marchés qui leur sont proposés. Mais si nous ne regardons pas chacun de nos actes dans cette perspective du développement durable qui ne viendra pas du jour au lendemain, nous allons passer à côté.

Il faudrait que nous nous engagions, les uns et les autres, dans un dialogue, une concertation qui repose sur la confiance, car nous sommes persuadés, mais vous l'êtes certainement encore plus que nous, que l'imprimé a accompagné tous les grands mouvements qui ont été au coeur des changements culturels, sociaux, économiques de notre société depuis Gutenberg. S'agissant d'aller vers le développement durable, nous avons à construire ensemble, à raisonner ensemble, à dialoguer ensemble pour aller dans le même sens.

**M. ADES.**- Je retiens que vous avez réalisé, à travers votre expérience auprès de MONOPRIX dans le 11<sup>ème</sup> la nécessité de distribuer du papier. Je retiens également que vous avez dû consentir en amont un effort de synthèse sur un espace limité pour arriver à donner l'essentiel. Cet essentiel est ce pense-bête qu'il était important de réaliser. En d'autres termes, votre comportement a changé, car il y a 20 ans, auriez-vous donné un seul feuillet ou auriez-vous donné un beau dossier 22 pages, papier glacé ou papier recyclé un peu grisonnant pour faire mieux ?

**M. CASNIN.**- Il y a 22 ans, j'étais beaucoup plus jeune et je n'étais pas du tout sur cette démarche. Puis, nous parlons véritablement du développement durable depuis 1992. Mais nous ne regardions pas la production de nos papiers. Dans ma vie antérieure, j'étais architecte et nous dessinions des plans au mètre carré. Mes jeunes confrères travaillent maintenant sur informatique et leurs éléments sont beaucoup plus réduits.

Néanmoins, pour dialoguer avec les gens, il nous faut ces papiers.

Le problème est d'aller à l'utile. Quand je parlais des imprimés non sollicités, sont-ils véritablement utiles ? Font-ils la preuve de leur efficacité ? Font-ils mieux vendre ou informent-ils mieux le public ?

**M. ADES.-** Vous n'étiez pas avec nous hier, mais il est un fait certain que les hypermarchés continuent malgré tout la distribution dans les boîtes aux lettres. Pas un seul patron de supermarché n'acceptera de se passer de ce type de communication.

Vous avez bien fait de poser la question.

Michel COPSIDAS, combien pèse le papier de l'imprimé dans les déchets des ménages ?

**M. COPSIDAS.-** Nous parlons d'environ 30 % au total, mais ce chiffre inclut tous les papiers cartons (tous les emballages). Les imprimés à proprement parler représentent plutôt 12 %.

**M. ADES.-** L'emballage dont vous parlez est celui du pack de six yaourts ?

**M. COPSIDAS.-** Les six yaourts, mais aussi les cartons à emballer les équipements électriques et électroniques.

**M. ADES.-** Nous n'achetons pas tous les jours un téléviseur ou une machine à laver. En revanche, le suremballage des yaourts compte aussi. Je voulais voir jusqu'à quel niveau on descendait. Il est vrai d'ailleurs que l'on considère depuis longtemps que la fonction emballage était très révélatrice de l'indice de consommation ; quand l'emballage marchait, la consommation fonctionnait.

**M. COPSIDAS.-** On est arrivé à déconnecter les deux, la croissance de la consommation est de moins en moins accompagnée d'une croissance en corollaire des emballages et heureusement.

**M. ADES.-** Nous avons le cadre réglementaire que nous a rappelé Laurent Michel, passé, présent et avenir, nous avons ce que vient de nous dire Bernard CASNIN. Vous allez dans le même sens que lui ?

**M. COPSIDAS.-** Oui, je pourrais prendre l'assaut contre les imprimés non sollicités, mais il serait dommage de se focaliser sur ce sous-secteur de l'imprimé. A un certain moment, la question ne se pose même pas de savoir si l'imprimé est un ami ou ennemi de l'environnement, il est tout simplement indispensable en tant que support/vecteur d'information, de culture, de loisirs. Ne serait-ce qu'à ce titre, il est incontestable, d'autant quand on voit les efforts qui ont été déjà réalisés aux différents moments du cycle de production de consommation. La ressource renouvelable est issue de forêts gérées de manière durable. Les économies d'énergies, les économies d'eau, la limitation des impacts, des émanations de CO<sub>2</sub> et de COV ont déjà été bien détaillées par M. MICHEL auparavant. Je ne vais donc pas y revenir.

Ce sont nos modes de consommation et de production qui s'avèrent être des ennemis de l'environnement. Mais c'est évidemment au premier chef la consommation énergétique dans l'habitat, les transports. Dans une moindre mesure, mais comme tous secteurs,

l'imprimé doit se poser la question de savoir où réduire ces impacts et rentrer ses logiques du facteur 4.

Nous observons que certains types d'imprimés ont tout à fait leur raison d'être et ont vocation à continuer à se développer. Nous voyons également, et c'est sans doute la raison de cette approche et de ce colloque, que l'imprimé fait l'objet d'un double assaut, à la fois de la numérisation et du développement durable. Ce double assaut est sans doute préoccupant et, sans la menacer, atteint et touche cette industrie.

La presse elle-même subit un transfert d'usage vers le numérique, les annuaires également, le livre dans une moindre mesure. Il faut continuer à promouvoir le livre, le développer dans les écoles et les universités, mais nous assistons de manière inexorable à un transfert d'usage du papier vers le numérique pour un certain nombre de publications et d'usages.

Le papier bureautique va peut-être offrir un bilan plus contrasté au sens où une bonne partie de la communication qui faisait l'objet d'un support papier est diffusée par e-mail, par électronique. Dans le même temps, nous avons l'impression d'avoir un bureau toujours aussi encombré de papiers, voire plus.

Nous sommes tout simplement entrés dans la société de l'information. C'est un lieu commun que de le dire, mais c'est vraiment une réalité. De ce point de vue, les idéaux de zéro papier au bureau sont assez illusoire.

**M. ADES.-** Cela fait partie des phantasmes.

**M. COPSIDAS.-** Il serait dommage que les courriers non sollicités entachent l'ensemble du secteur. La réglementation est encore assez récente. Nous avons une filière, un éco-organisme, EcoFolio, assez récent. L'usage du STOP PUB se développe depuis quelques mois, mais nous constatons qu'il est mal respecté. Il faut que les différents intervenants, les collectivités, les ménages qui souhaitent limiter ce gaspillage de publicité qui, dans une proportion, ne les intéresse pas le fassent savoir. Puis, les diffuseurs de ces prospectus, de ces imprimés publicitaires doivent respecter cette volonté et, en limitant le gâchis lié à ces imprimés, éviter de donner une mauvaise image à ce secteur.

**M. ADES.-** La façon de produire l'imprimé est plus ou moins respectueuse de l'environnement, plus ou moins respectueuse du développement durable. Nous avons bien vu que ces deux notions ne signifiaient pas tout à fait la même chose, même si la finalité est à peu près la même. Puis, il y a la sollicitation. Peut-on malgré tout faire l'économie de la diversité ? Nous avons le choix à l'heure actuelle et nous le voyons bien avec Internet, les RSS et autres podcasts : j'ai bien défini mon périmètre, je voyage entre Paris et Lyon et la SNCF ne me proposera que des billets entre Paris et Lyon. Je le constate sur des destinations aériennes, Air

France me propose régulièrement des destinations qui sont celles que je fréquente le plus, oubliant complètement les autres. Pourquoi ne serais-je pas sollicité pour aller ailleurs ? Pourquoi ne pourrais-je pas découvrir l'Asie ou l'Amérique du Sud ?

C'est l'une des préoccupations de l'individu : vais-je devenir un ouvrier spécialisé comme savait le faire Huxley avec mes oeillères ou, au contraire, vais-je développer l'individu avec sa largeur ? Il me faut alors l'information, l'accessibilité sur tout.

Je vous vois pas d'accord.

**M. CASNIN.**- Je crois que vous venez de dire le mot, vais-je avoir l'information ?

**M. ADES.**- Cela vaut également pour l'entreprise.

**M. CASNIN.**- Est-ce celle qui naît dans la tête des équipes du marketing ou l'information est-elle une réponse à des besoins en fonction de notre mode de vie et de nos attentes ?

Nous touchons là le problème de fond lié à la communication et à l'évolution de la communication dans une démarche de développement durable. Comment rétablir une sorte de cercle vertueux entre production et consommation ? Oui, il faut informer. Il n'a jamais été dans nos intentions de caporaliser les producteurs, les émetteurs et ceux qui reçoivent, mais bien au contraire de faire en sorte d'informer réellement les citoyens pour qu'ils assument leur liberté et leur première liberté est de maîtriser leur développement individuellement et collectivement.

Quand on parle de développement durable, il faut avoir le courage de dire qu'il va jusque-là, que c'est un profond changement de gouvernance et de société.

**M. COPSIDAS.**- Il me semble que pouvoir renoncer à ce type d'information, à cette diversité doit être un droit. Cela ne veut pas dire que tout le monde va y renoncer, mais quand on sait qu'en marketing direct, l'annonceur est extrêmement satisfait avec des taux de retour de 0,5 % à 1 %, c'est déjà miraculeux.

**M. ADES.**- Tout dépend comment vous avez adressé vos fichiers.

**M. COPSIDAS.**- Sur du massif, le gaspillage est énorme, à hauteur de 99 % et c'est absurde. Un transfert d'usage est à effectuer vers le e-marketing, l'électronique. Il permet de mieux cibler et il ne génère ni impact au niveau de la production ni déchet.

Il restera suffisamment d'occasions de découvrir la diversité des offres, que ce soit dans les magasins, dans les grandes surfaces et sur les écrans de plus en plus nombreux de télévision que je ne suis pas inquiet sur le fait que le consommateur saura trouver suffisamment de tentations.

**M. ADES.**- Pierre SIQUIER, je rappelle que vous êtes Président de LIGARIS et vice-président de la fondation HULOT. Pendant que nos interlocuteurs parlaient, je voyais le sourire qui était le vôtre. Etiez-vous dubitatif, satisfait ? Vous buviez du petit-lait ?

**M. SIQUIER.-** Je pense profondément que nous sommes à un carrefour de changement de société. D'ailleurs, si le pacte écologique a été fait ainsi et si Grenelle a été fait, c'est qu'ils constituent un vrai changement de société.

Certes, ce changement de sociétés a de nombreuses conséquences qui ne seront pas mises en œuvre en deux jours, elles prendront du temps.

Pour reprendre le parallèle avec l'imprimé au sein de la communication, c'est un peu comme le nucléaire dans l'énergie. Nous savons que nous ne pouvons pas nous passer du nucléaire dans l'énergie. En revanche, il faut un bouquet énergétique tenant compte de nombreuses données avec les énergies renouvelables (l'éolien, le solaire) et le nucléaire.

L'imprimé pour nous fait partie d'un mixte de communication qui est forcément avec l'électronique, l'imprimé et la télévision ou d'autres médias.

En revanche, la responsabilité des gens de communication est vraiment de réfléchir à comment faire de l'éco-conception des campagnes ? Quand le rendement des prospectus balancés à des millions d'exemplaire n'est que de 1 %, il faut s'interroger.

Puis, il y a la manière de fabriquer. Le monde de la communication est interpellé sur trois grands sujets. L'argument écologique consiste pour nous à nous interroger sur comment, dans un budget de communication, pour un client donné, utiliser l'argument écologique et comment s'en servir. Allons-nous dire des choses complètement folles du type : une voiture qui émet 150 grammes de CO<sub>2</sub> au kilomètre est bien pour l'environnement » ? Nous n'avons pas le droit de dire cela. Nous avons la responsabilité, nous publicitaires et annonceurs, de ne pas faire cela. Il faut que nous arrivions à ne pas dire de bêtises sur ces sujets environnementaux.

Le deuxième point est l'affichage. Nous sommes attaqués par les ONG, parfois à juste titre, sur la prolifération des affichages sauvages à la périphérie des villes. A l'instar du 1 % des marketings directs, ne doit-on pas s'en préoccuper un peu ?

Quand nous observons les obligations de votre secteur que M. Michel a décrites en matière d'imprimé, peu de personnes le savent aujourd'hui. Je pense que vous ne faites pas votre travail de communication sur le sujet. Beaucoup reste à faire.

Certes, nous ne sommes pas au bout du sujet. A regarder l'achat des papiers, il est vrai que nous n'en sommes pas à 80 % de papier recyclé ou labellisé. Aussi, ne pouvons-nous que soutenir l'initiative Imprim'Vert. Vous êtes en marche sur ce sujet, mais il faut aller au bout et l'exprimer. Nous, les agences de communication et les ONG, parce que j'ai les deux casquettes, nous pouvons peut-être vous aider à valoriser cette démarche pour arriver à bouger et à faire en sorte que ce métier ne soit pas systématiquement attaqué comme étant réactionnaire ou conservateur. Nous sommes en effet considérés en partie comme très conservateurs sur ces

domaines. Ce n'est pas faux quand nous observons le niveau de connaissance sur le développement durable du monde de la communication.

Quand j'ai lancé la commission de développement durable à l'AACC, j'ai été assez surpris du niveau zéro de connaissance des patrons d'agence français, en particulier sur le côté écologique. Ils ne comprennent pas pourquoi, dans l'argument écologique lié à la voiture, on peut avoir des petits problèmes liés à l'énergie. Ils ne connaissaient même pas le label SFC ou PEFC.

Nous avons donc du travail.

**M. ADES.**- C'est beaucoup de travail.

**M. de ROTALIER.**- (*XPLOR*) Je suis papetier d'origine et en même temps, je fais partie d'une association qui suit le document numérique.

Quand vous dites que nous n'avons pas assez communiqué, vous avez à 200 % raison, mais il a d'abord fallu réagir à des images négatives qui viennent parfois d'ONG. Il est difficile de lever ce handicap.

**M. SIQUIER.**- Oui et non. Il existe des ayatollahs dans les ONG, j'en connais, ils sont même nombreux. Mais le Grenelle de l'environnement est une réussite, car les ONG les plus extrémistes se sont retrouvés autour de la table, ils ne sont pas partis, même si le nucléaire n'a pas été abordé. Une évolution s'opère au sein des ONG qui sont beaucoup plus dans le métissage culturel.

Votre travail est aussi de venir expliquer aux ONG votre méthodologie. Or, vous ne le faites pas. D'ailleurs, vous n'êtes pas les seuls. A la fondation Nicolas Hulot, qui voyons-nous venir nous expliquer ce qui se passe ? Les biocarburants sont venus expliquer ce qui se passait. Pourtant, leur dossier n'est pas évident. Ils sont venus s'expliquer à la fondation Nicolas Hulot, au WWF, chez Greenpeace. Ce n'est pas commode, car on se fait taper dessus au moment où on s'explique, mais au moins une explication est donnée et une discussion s'installe entre des individus qui ne sont pas du tout du même milieu et qui ont des visions souvent extrêmement tranchées.

Nous sommes tous en train de changer, car nous constatons tous que le monde change et que si nous ne changeons pas, les conséquences seront dramatiques.

**M. ADES.**- Vous vous rendez compte surtout qu'en 1992, on ne pensait même pas à ce type de concept.

**M. SIQUIER.**- Ce n'est pas tout à fait vrai. Certains y pensaient déjà.

**M. ADES.**- Au même titre que des futurologues sont enfermés dans leur laboratoire au CNRS pour prévoir ce qui se passera en 2050. Ce n'est pas pour autant que cela me touche ou m'émeut.



En d'autres termes, le niveau de connaissance de l'opinion sera plus fort à la fin de cette année qu'il ne l'était un an auparavant du fait de ce grand bruit autour du Grenelle de l'environnement. Ce seul fait a au moins fait progresser la cause, du moins celle de la connaissance.

Ensuite, c'est à chacun des acteurs de prendre sa place.

**M. CASNIN.**- Quand vous m'avez accueilli, vous m'avez demandé ce que venait faire un représentant d'une association de consommateurs dans une telle assemblée. C'est un signe. Se parle-t-on, qui que l'on soit et où que l'on soit ?

J'avais été sollicité pour parler devant les conditionneurs dans leur congrès européen. Je devais intervenir 20 minutes, cela a duré une heure et demie, ils m'ont demandé de revenir le lendemain, car ils m'ont dit : « on ne nous parle jamais ainsi. Nous avons le nez dans le guidon de vélo pour produire, se battre et il est intéressant que l'on nous ouvre quelques fenêtres sur ce que vous faites, vos attentes et vos combats. »

C'est pourquoi j'expliquais qu'il faut que nous nous mettions dans des démarches de concertation, de dialogue, que nous soyons confiants les uns avec les autres et que nous puissions nous parler pour apprendre ce que sont les uns et ce que nous pouvons entreprendre ensemble.

**M. ADES.**- A ce niveau de la conversation, je voudrais que nous parlions avec vous, Laurent CHAUVIN. Vous êtes d'AFAQ-AFNOR Certification, directeur commercial, et vous vendez les produits de la maison, ce qui n'est pas rien. Ce champ s'élargit, comme le code du travail ou celui de l'environnement. Mais derrière se cache une démarche que vous avez entreprise pour faire en sorte que tout ce que nous évoquons soit encadré.

**M. CHAUVIN.**- Le groupe AFNOR encadre la normalisation en France. C'est important pour la suite de mes propos.

Les professionnels sont conscients que si nous ne faisons rien, leurs activités ont des impacts sur l'environnement et représentent potentiellement des risques. Ils en sont conscients depuis des années et ils ont engagé des réflexions sur ces grands sujets. Imprim'Vert a été évoqué, mais bien d'autres réflexions portent sur ces éléments.

Ils ont souhaité engager une nouvelle phase en formalisant l'ensemble de leurs travaux et réflexions dans un cadre concerté au sein de l'AFNOR pour créer des documents officiels reprenant un certain nombre de bonnes pratiques.

J'essaierai de reboucler sur le développement durable.

Ils ont mis autour de la table un certain nombre de parties prenantes : les DRIRE, les CRAM, le CNPP, le ministère de l'Ecologie et du développement durable, le ministère de

l'Industrie, les chambres de commerce, l'union des annonceurs, les papetiers, etc., pour créer des documents reconnus et consensuels. Ils ont sorti 2 documents :

- un premier document qui reprend une technique permettant aux professionnels d'aborder sereinement l'environnement par étape ;
- un deuxième document qui est une méthodologie pour aider les professionnels à mieux prendre en compte les aspects santé, sécurité au travail.

Ces documents sont aujourd'hui validés, publiés, repris dans les collections officielles des documents normatifs français. Ces documents sont consensuels et feront référence.

Ces documents sont méthodologiques et pratiques. Le contenu des référentiels décrit un certain nombre d'étapes progressives, logiques que le professionnel doit suivre pour mettre en place un système de management environnemental ou un système de management de la santé sécurité.

Sous chaque étape, on va trouver des points à mettre en œuvre, des résultats à atteindre et des outils très concrets pour aider concrètement le professionnel dans son entreprise au quotidien à bâtir son système et son dispositif.

Je prends un exemple plus précis sur la partie liée à l'identification de la prévention des risques. Des fiches sont établies et, parmi elles, vous trouvez des fiches sur l'aménagement des locaux, l'incendie, les risques électriques, les risques d'explosion, le travail sur écran, les risques chimiques, le port de charges, l'emploi des machines, les accidents, les coupures, les pincements, l'écrasement, le bruit... le professionnel est guidé dans la mise en place de son dispositif.

Ces démarches sont volontaires, promues par la profession, mais restent volontaires.

Après la sortie de ces référentiels, le SICOGIF a souhaité mettre en place un dispositif de reconnaissance et je vais revenir sur votre intervention à propos de la certification et la communication.

Ce dispositif de reconnaissance se déroule en 2 étapes. Sur la partie sécurité, une reconnaissance professionnelle donnera lieu au décernement d'un label suite à un audit qui sera effectué par AFAQ-AFNOR Certification, un organisme extérieur, tiers et indépendant. Ils n'ont pas voulu d'auto proclamation, d'un label donné par des professionnels à des professionnels, mais d'un label géré par le SICOGIF sur la base d'un audit externe par un organisme certificateur indépendant –j'insiste, mais c'est ce qui fait la valeur de la démarche– sur la base d'un document officiel consensuel.

Sur la partie système de management de l'environnement, ils ont souhaité aller sur un système de reconnaissance par étape. La première étape est le système de management environnemental niveau 1, puis le niveau 2 et le troisième niveau est ISO 14001. Je sais qu'un certain nombre de professionnels sont déjà certifiés 14001 dans la salle.

Ces démarches de santé sécurité au travail, d'environnement sont très complémentaires en entreprises. Elles parlent d'ailleurs beaucoup aux salariés. Ces démarches peuvent se bâtir, soit indépendamment, soit, comme dans la majeure partie des cas, de façon concomitante. Les audits seront également pratiqués ensemble et les signes de reconnaissance délivrés ensemble.

Pour finir sur le développement durable, je vous ai parlé d'environnement par étape et de sécurité par étape. En fait, les piliers du développement durable sont les suivants : aspect environnemental, aspect social et sociétal, santé sécurité au travail et l'aspect économique qui est le pain quotidien des entreprises.

Nous avons avancé avec ce dossier, avancé de cette prise de conscience avec cette formation vers le chemin du développement durable, plus du point de vue de la société, mais du point de vue de l'entreprise pour qu'elle puisse produire aujourd'hui mais aussi vivre demain.

**M. ADES.**- Cela signifie-t-il qu'on lui laisse des marges de liberté ?

**M. CHAUVIN.**- Ce sont des démarches volontaires visant à structurer les systèmes de management des entreprises. A partir de là, les entreprises ont un degré de liberté important.

Je pense que ces signes de reconnaissance officiels pourront, pour les professionnels, être des vecteurs de communication importants pour pouvoir mettre en valeur ces efforts. Je pense que ces efforts ne sont pas suffisamment connus. Cela a été connu à travers Imprim-Vert, mais aujourd'hui une nouvelle étape est franchie. Ce seront des signes qui pourront aider les professionnels à mettre en valeur leurs efforts et leur avancement qui sont assez remarquables. Nous regardons l'ensemble de l'économie française et je pense que ce secteur est assez remarquable dans ce qu'il fait.

**M. ADES.**- Nous verrons dans la deuxième partie de cette matinée. Ceux qui triompheront et qui auront le plus de chance de rester dans la course seront ceux qui seront certifiés.

**Un Intervenant.**- (*Fédération de l'imprimerie*) J'ai deux remarques et une information.

Pour moi, au niveau de l'environnement, la valeur est plus dans le résultat que dans la démonstration. Aujourd'hui, ce qui va valoriser les démarches des entreprises, c'est avant tout

ce qu'elles font concrètement au jour le jour et quels sont les résultats en termes de déchets et de rejets, plus que dans un organisme de certification.

J'aimerais reboucler avec les relations avec les ONG. Au niveau de la fédération, depuis 2 ans, nous avons développé des relations avec Greenpeace, WWF ou la fondation Hulot. Par ailleurs, j'ai travaillé sur le cahier des charges imprimé du WWF.

Toutefois, il faut bien comprendre que l'on ne se connaît pas et que l'on a peur. Au départ, lorsque j'ai appelé Greenpeace, j'avais les doigts de pieds recroquevillés dans mon bureau et je me demandais comment j'allais être reçu et dans quel engrenage je mettais le doigt.

**M. ADES.**- Il est vrai qu'il faut se connaître, peut-être avoir moins peur et être un peu plus sûr. Il ne faut pas avoir honte de ses interrogations. Cela est terriblement humain. Je suis quasiment certain qu'un certain nombre de sigles que vous avez évoqués Monsieur MICHEL sont totalement abscons pour la quasi-totalité d'entre nous.

Il y a quelques années, j'ai longuement suivi le long et périlleux chantier de la modernisation de l'Etat qui réunissait tous les fonctionnaires régulièrement. J'ai été frappé de voir à cette époque que, lorsque l'on réunissait tous les fonctionnaires de tous les corps, ils ne savaient pas se parler entre eux, ils ne se comprenaient pas entre eux, car chacun avait son propre discours, son propre langage, ses propres références que celui d'à-côté ne comprenait pas.

Il faut avoir le culot d'avoir du culot. Si je ne sais pas, je n'ai pas honte de ne pas savoir, je vais poser la question. Ensuite, puisque c'est moi qui suis venu, vous avez le devoir de m'expliquer. Je viens naturellement, vous ne m'avez pas convoqué, je ne suis pas coupable. Tel est ce qu'il faut essayer d'arriver à dédramatiser.

**Un Intervenant.**- (*Président de la région Pays de Loire pour la FICG*) J'assiste à ces débats. Le développement durable est une bonne chose, je suis pour, mais il ne faut jamais perdre de vue qu'il y a des entreprises derrière tout cela et des personnes qui travaillent.

Actuellement, le papier qui n'est pas recyclé est noir et le papier recyclé est blanc. J'aimerais connaître l'impact carbone qu'il y a sur le papier recyclé avec le transport, on le ramasse, on l'emmène, on le recycle avec un produit et on le livre. Je pense que l'impact carbone n'est pas négligeable et j'aimerais que l'on me réponde. Pour l'instant, celui qui imprime sur du papier ordinaire est pratiquement un voyou et celui qui imprime sur du papier recyclé est noble.

**M. SIQUIER.**- Je n'ai pas d'explications techniques. L'ADEME a dû faire les bilans carbone.

**M. ADES.**- Ils devaient être avec nous aujourd'hui, mais ils ont été dans l'incapacité de nous rejoindre.

**M. SIQUIER.-** Je suis sûr qu'ils ont fait le bilan carbone recyclé, le bilan carbone forêt durable et le bilan carbone normal.

Sommes-nous prêts à aller dans le côté plus labellisé ? Les clients donneurs d'ordres vont nous demander si nous faisons travailler des imprimeurs labellisés Imprim'Vert ou si l'on achète du papier labellisé ou recyclé. C'est inéluctable.

Votre profession est-elle prête à faire un accord sectoriel avec un engagement sur 5 ans avec un pourcentage de papier labellisé, recyclé ou autres sur le côté Imprim'Vert ? Sommes-nous capables de nous mettre d'accord là-dessus ? Si tel est le cas, nous allons pouvoir en parler et nous allons pouvoir vous aider pour que le secteur de l'imprimerie ne soit pas déconsidéré. Il n'est pas si déconsidéré que cela, il ne faut pas faire de la paranoïa. Nous sommes prêts à discuter et nous avons déjà eu des contacts avec la fédération.

**M. QUEINEC.-** Je trouve que vos propos sont parfaitement pertinents dans cette assemblée. En ce qui concerne le SICOGIF, nous pouvons prendre rendez-vous demain matin avec tous ceux qui veulent y participer.

**M. QUAZEL.-** J'appartiens à un groupe papetier français. Nous faisons 400 000 tonnes de papier par an 100 % recyclé. Cela existe déjà et nous nous préoccupons de ces récupérations de papier depuis bien longtemps. Ce groupe, il y a 20 ans, faisait déjà du papier journal à partir de vieux papiers, ce qui était unique en Europe. Ce groupe français vient de sortir un papier glacé qui s'appelle CITYGREEN. Notre forêt est la ville.

Nous avons deux usines près de Grenoble. Les vieux papiers viennent de la ville de Grenoble, de Marseille ou de Lyon. En termes de logistique, ce ne sont pas des bobines qui viennent de Scandinavie, du sud de l'Italie ou de l'Espagne.

Les produits chimiques sont bien moins agressifs que lorsque l'on veut purifier de la pâte de bois. Cela consiste à laver les vieux papiers pour retirer l'encre et nous utilisons du savon. Pour blanchir, nous utilisons de l'eau oxygénée qui sert dans les ménages à décolorer les cheveux. Ce sont des produits inoffensifs.

**Mme RIGOULOT.-** Je suis en charge de la politique du développement durable chez Média Poste. Je voulais intervenir pour répondre à différents points, notamment sur la question du bilan comparé entre le papier recyclé et le papier dit vierge.

Médiaposte est une filiale de La Poste en charge de la diffusion d'imprimés publicitaires en boîte aux lettres, ces imprimés tant décriés en raison d'une forte méconnaissance du métier et de l'activité.

Avant de parler de la comparaison entre le papier recyclé et le papier dit vierge, j'aimerais rappeler trois chiffres sur les imprimés publicitaires qui vont mettre un peu les idées au clair sur l'efficacité ou le rôle des imprimés publicitaires non adressés.

Le taux de lecture est de 92 %. On est sur une grosse majorité de lecteurs. 75 % des annonceurs utilisent ce média, ce sont des PME ou des PMI, des associations ou des collectivités locales. Nous avons un rôle important.

Par ailleurs, les personnes qui ne souhaitent pas recevoir ces publicités sont recensées. Médiaposte s'engage à ne pas distribuer les documents dans ces boîtes aux lettres. Ils sont même retirés de nos comptages, afin que ce ne soit pas imprimé inutilement. Ce comptage représente 5 %. Il progresse, pas de façon énorme, mais il progresse régulièrement. On était à 3 % il y a 2 ans, il est de 5 % aujourd'hui.

J'aimerais répondre à la question qui est très souvent posée sur le comparatif de l'impact environnemental du papier recyclé versus le papier dit vierge.

Médiaposte, qui souhaite accompagner ses clients dans une démarche d'amélioration environnementale, a mené une analyse de cycle de vie d'une campagne d'imprimés. Pour faire cette étude, nous avons fait appel à la société ECOBILAN spécialisée dans les analyses de cycles de vie. Nous l'avons faite avec le concours et le soutien de l'ADEME. Nous avons fait valider cette étude par une revue critique. Les conclusions de ces études ont été revues par un spécialiste technique des analyses de cycles de vie.

**M. ADES.**- Vous vous êtes entourée de toutes les précautions possibles.

**Mme RIGOULOT.**- Ce sujet n'est pas évident, car il met en cause des enjeux très importants, des papetiers qui ont des investissements très importants.

Il y avait des questions sur les encres, sur les papiers et sur le transport. Tout cela a été étudié. Si vous voulez voir les résultats de l'étude, ils sont sur notre site.

Pour revenir sur le papier et la différence en termes de bilan environnemental entre le papier dit vierge et le papier recyclé, la différence est ténue, mais elle existe en faveur du papier recyclé.

Les papetiers ont fait d'énormes efforts en termes de limitation des rejets dans l'eau, en termes de maîtrise de leur consommation d'énergie. Les papiers dits vierges consomment beaucoup moins d'énergie qu'auparavant. Par rapport au papier recyclé qui, si l'on prend en compte la phase transport, à savoir la collecte des déchets et l'acheminement vers les usines, le bilan n'est pas si favorable, il n'y a pas un écart très important.

Néanmoins, il y a un écart sur deux points.

Premièrement, cela soustrait du déchet qui irait à l'incinération ou à l'enfouissement. En soi, c'est quelque chose de bien.

Deuxièmement, comme le niveau de recyclage du papier chez les particuliers n'est pas encore d'un niveau très élevé, le fait de l'enfourir produit du CO<sub>2</sub>. Si l'on peut éviter ces émissions de CO<sub>2</sub>, c'est beaucoup mieux.

En accord avec l'ADEME, nous préconisons d'utiliser du papier recyclé de préférence. Si cela ne correspond pas pour les usages que l'on souhaite faire, pour des raisons techniques ou pour le rendu particulier, bien que les papiers recyclés permettent des rendus assez exceptionnels, il faut utiliser des papiers vierges bénéficiant du label PEFC ou FSC. Là, on a besoin de garanties importantes sur ces papiers-là.

**M. CASNIN.**- Il y a des réalités et des effets de mode et on parle beaucoup du CO<sub>2</sub>. Lorsque le papier recyclé provient des collectes sélectives, des emballages issus de la consommation des ménages, il faut voir aussi tout ce qu'il y a derrière du point de vue du mouvement social, du point de vue des économies sur le traitement des déchets ménagés, etc.

On ne peut pas s'arrêter, lorsque l'on parle de développement durable, à un seul élément d'analyse. Il faut regarder l'ensemble du point de vue des bénéfiques.

Vous avez cité l'ADEME. A la commission d'agrément emballage dont je fais partie, l'ADEME nous a fait un rapport dans lequel il ressort que, du point de vue de l'analyse du cycle de vie, qui intègre plus largement les éléments que l'unique CO<sub>2</sub>, c'est positif.

Quant aux imprimés non sollicités, nous n'avons jamais dit que nous n'étions pas pour informer les gens, mais encore faut-il ne pas leur balancer de la publicité qui ne sert à rien et qui n'a pas prouvé son efficacité.

**M. ADES.**- C'est votre point de vue. Si la publicité ne servait à rien, personne n'en ferait.

**M. MENERET.**- Je me rappelle d'un chiffre très important qui a une grosse conséquence sur votre débat, à savoir que 80 % des entreprises du secteur art graphique comptent moins de 20 salariés. Lorsque vous mettez en place la certification présentée par l'AFNOR ou un autre mécanisme, il faut comprendre qu'un chef d'entreprise ou une très petite entreprise qui est confronté à cette nouvelle démarche n'aura pas forcément la disponibilité d'une grande entreprise.

Je trouve très bien de faire une démarche de certification. Je trouve très bien d'informer, mais il faut prendre également en compte ces petites entreprises qui vont se retrouver confrontées sur le marché à cette exigence. Il faut les accompagner.

Avec le travail réalisé par l'AFNOR, il faut trouver un biais, une étape pour ces entreprises-là pour qu'elles y accèdent. Ce que vous m'avez décrit me paraît complexe pour une très petite entreprise. J'ai travaillé en DRIRE et j'ai fait beaucoup de visites d'entreprises, je parle donc par expérience. Il faut rendre accessible ces messages aux très petites entreprises.

*(Applaudissements.)*

**M. ADES.**- Merci de défendre les petites entreprises.

**M. CHAUVIN.**- Dans la démarche menée par le SICOGIF, on n'est pas sur du 14001 ni sur de l'OHSS 18001. On n'est pas sur des normes internationales complètes et précises qui peuvent être assez lourdes. Nous sommes sur des démarches compatibles avec ces normes-là qui sont des démarches par étape.

Le document sécurité sert en tant que guide méthodologique pour que l'entreprise mette en place son dispositif et c'est une étape qui est en dessous du référentiel OHSS et sur le guide 14001, c'est une explication méthodologique d'un système de management environnemental. Le niveau un est l'analyse environnementale initiale.

**M. MENERET.**- Je vous encourage à le tester auprès d'un groupe de très petites entreprises pour connaître leur point de vue.

**M. BARKI.**- Je suis industriel dans le Pas-de-Calais, une petite PME dans la fabrication des colles industrielles et également président de deux fédérations professionnelles pour les colles industrielles.

Je voulais m'adresser à la fondation Nicolas Hulot. Nos associations professionnelles ont un grand rôle à jouer là-dedans. Nous n'avons pas forcément les moyens d'accéder ou d'aller directement voir tout le monde. En revanche, nous essayons de nous rendre visibles et je vous invite à nous solliciter si vous avez besoin de nos supports, que ce soit les associations professionnelles dans la papeterie, les encres, les colles ou les peintures. Quels que soient les produits, nous avons aujourd'hui des dispositifs pour communiquer. Toutefois, nous n'avons pas les moyens de pouvoir communiquer envers tout le monde. Nous avons des structures bien établies, mais nous ne pouvons pas aller vers tous.

Pour répondre sur le problème de l'AFAQ et de l'AFNOR, en tant qu'industriel et en tant que PME, je crois que vous ne réalisez pas, même si nous sommes certifiés, le travail et le suivi que cela implique. Cela demande énormément d'implication si l'on veut le faire correctement. S'il s'agit d'avoir un bout de papier, ce n'est pas très compliqué. S'il s'agit de le faire vivre, cela demande beaucoup plus de temps.

**M. SIQUIER.**- Il faut que les fédérations professionnelles organisent leur communication envers les ONG. Il est vrai que c'est du travail. Ce n'est pas forcément beaucoup d'argent, car, aujourd'hui, le média Internet vis-à-vis des ONG est très performant. Vous avez énormément de communication entre les ONG sur les sujets environnementaux qui passe par l'utilisation d'Internet. Vous pouvez également vous mettre en position Internet d'une manière très efficace et peu coûteuse.

Pour le Grenelle de l'environnement, le nombre de mails qui se sont échangés sur des sujets très précis avec le MEDAD, l'ADEME, autres ONG et autres fédérations professionnelles est considérable. Cela s'est fait en plus des réunions par Internet.



Il faut également utiliser ce moyen qui n'est pas de l'imprimé, mais qui peut vous aider à communiquer fortement. Nous sommes très sensibles à cela. Vous allez trouver les interlocuteurs à l'intérieur des ONG là-dessus.

**M. ADES.-** J'aimerais que nous en venions à l'impôt paperasse.

**M. CHAUVIN.-** Paperasse, lorsque l'on veut aller vers de la certification complète, c'est vrai. Là, on est sur des systèmes qui sont par étape et en particulier sur le dispositif sécurité qui est sorti. Ce dispositif est d'équerre avec la norme, c'est tout l'aspect formalisation, documentaire, tout l'aspect qui agace les professionnels et leur fait perdre du temps, notamment les plus petites entreprises.

Sur la partie environnementale, c'est pareil. Le niveau 1 et le niveau 2 ne demandent pas une formalisation extrême. C'est le niveau 3, le 14001, qui demande cette formalisation. Sur les premières étapes, on est sur la mise en œuvre de la bonne pratique professionnelle avec une méthodologie séquencée.

**Mme RICARDEAU.-** (*SICOGIF*) Pour rebondir sur les propos de M. CHAUVIN, je précise qu'il y aura un accompagnement pour les PME-PMI. Qu'elles ne sentent pas seules dans leur coin. Il y aura des accompagnements et nous les prendrons en charge pour les guider vers le niveau 1, le niveau 2 et, nous l'espérons, le niveau 3 qui est une sacralisation de ce qu'elles font. Faire, c'est bien, se faire reconnaître, c'est mieux et valoriser sa démarche sur un plan commercial, c'est encore beaucoup mieux.

**Mme CORDIER.-** (*Roto Smeets*) Je voulais dire à M. SIQUIER que l'imprimeur a su faire la mutation de l'analogique vers le numérique en utilisant son personnel requalifié, aussi la notion d'Internet est pour nous essentielle à notre vie. Aujourd'hui, si nous avons su utiliser ce process, nous n'avons aucun mal à l'utiliser vers les ONG.

Nous, imprimeurs, nous sommes derrière nos machines, nous savons mal communiquer. Aussi, Monsieur SIQUIER, nous avons absolument besoin de vous sur les deux facettes de votre activité.

Toutefois, dire que l'écran est plus écolo que le papier me paraît également inexact. Le papier, comme le disait un intervenant, permet de réfléchir et d'avoir un message quel qu'il soit, qu'il soit de la publicité, de l'information ou de la politique. Le papier est reposant, ce qui est une notion importante dans la communication.

**M. ADES.-** Nous avons abordé hier la qualité, les avantages et les atouts du papier. Je ne sais pas comment vont se comporter nos enfants vis-à-vis du média électronique, mais les adultes que nous sommes, nous sommes encore une génération papier et nous en avons besoin. En ce qui me concerne, j'aime l'émotion que peut me procurer le papier.

Je vous remercie d'avoir été avec nous.

(Applaudissements.)

### Sixième table ronde :

## **L'imprimé est-il un ennemi de l'environnement ? (2)**

**M. ADES.-** Je voulais montrer avec vous comment vous avez réussi les uns et les autres à surmonter les pressions, les handicaps, les lourdeurs et ces nouvelles contraintes tueuses de l'entreprise.

Nous allons commencer par la colle. Au fond, vous existez parce que vous faites du bruit et que vous vous manifestez, mais je ne vous vois pas beaucoup dans l'imprimé.

**M. BARKI.-** C'est une belle mise en route. Nous faisons du bruit, nous nous agitons, nous sommes un peu le trublion de la chaîne des arts graphiques, le petit poucet ou le Don Quichotte qui essaie de combattre les moulins.

Ce merveilleux composant a une qualité exceptionnelle, c'est qu'il est invisible. Vous en avez tous devant vous, par-devers vous et autour de vous, mais vous ne le voyez jamais. Vous en avez sur vos vêtements, dans vos chaussures, dans votre voiture. On arrive aujourd'hui, dans certains cas, à 80 kilos de colle dans la voiture. Il y a 20 ans, il n'y en avait pas 10 kilos.

Dans l'imprimerie, pour revenir au papier, c'est une merveilleuse valeur ajoutée. C'est un moyen de trouver des substituts à d'autres éléments qui sont compliqués. Je n'ai rien contre le métal, mais l'agrafe n'est pas un produit facile à travailler. Ce produit est compliqué, il pique et il peut blesser. La colle aujourd'hui est un excellent substitut à cela.

Depuis plus de 20 ans, nous avons fait des progrès considérables en termes de technologie. Depuis 10 ans, on joue une transparence totale pour le développement durable où, via nos fédérations, on arrive aujourd'hui à faire passer certains messages. Je remercie la FIPEC qui fait un travail fabuleux là-dessus.

On arrive aujourd'hui à faire toucher du doigt à nos utilisateurs que la colle n'est plus un produit barbare mais un produit intelligent. On joue sur la consommation de ce produit. Lorsque l'on est chez soi, pour vulgariser un peu les choses, on a tendance à en mettre énormément pensant que cela va coller mieux. En réalité, l'inverse se produit aujourd'hui ; moins on en met et plus on obtient un résultat efficace.

C'est aujourd'hui quelque chose que nous faisons, nous, industriels, que nous soyons petits, moyens ou grands. J'appartiens à la catégorie des petits. Mes confrères multinationaux, que ce soit au niveau français ou européen, ont tous la même démarche.

J'ai la chance d'avoir ces deux casquettes d'industriel et de président de fédération. Je m'occupe de l'AFICAM en France et de la FEICA en Europe, ce qui est un véritable changement et un chamboulement dans les idées. Donner à un industriel plus humain les responsabilités de pouvoir communiquer vers l'extérieur, expliquer ce qu'est notre métier et comment intervenir intelligemment dans le développement durable est une véritable chance que j'ai saisie.

**M. ADES.-** Vive la colle ! Comment vie la colle par rapport à REACH ?

**M. BARKI.-** Je vois cela comme une chance. En outre, REACH est une contrainte, car cela nous a été imposé par les politiques.

**M. ADES.-** Parce que vous ne l'avez pas fait.

**M. BARKI.-** Nous le faisons sans le dire. Cela fait 20 ans, je prends le cas de différentes entreprises que je connais qui ont fait le choix de sortir du solvant. Cela fait longtemps que nous le faisons, mais nous ne communiquons pas. Nous sommes de vulgaires industriels à faire notre tambouille dans nos mixers et nous ne disons pas ce que nous faisons à l'extérieur.

De temps en temps, on a des émissions de télévision de vulgarisation qui disent : « *Attention, il y a des colle au formole dans les placards, on va attraper le cancer.* » Je saute en l'air lorsque j'entends cela, car ce n'est pas tout à fait ainsi que cela se passe.

Aujourd'hui, nous sommes capables de nous expliquer. Nous avons mis d'énormes moyens en place au niveau européen et national pour expliquer à l'extérieur. Cette notion d'explication est difficile. Jules ROMAIN disait : « *Nous sommes nés avec deux oreilles et une bouche, c'est pour écouter deux fois plus que l'on ne parle.* » Or, nous avons fait cela pendant 20 ans et cela nous revient dessus aujourd'hui.

**M. ADES.-** Si chacun d'entre vous veut communiquer au niveau de la grande opinion publique sur ces progrès et ces efforts, il ne suffira plus de 24 heures, il nous faudra des siècles et des siècles. Comment arriver à faire de la communication ?

Monsieur SCHMITT, lorsque nous nous sommes rencontrés, j'ai été sidéré lorsque vous m'avez donné le poids de l'encre pour imprimer *Le Monde*.

**M. SCHMITT.-** Le poids de l'encre sur un journal tel que *Le Monde* est d'un demi gramme par exemplaire. Cela paraît surprenant. C'est un gramme par mètre carré. Lorsque l'on regarde les espaces et la pagination, cela donne un demi gramme sur un journal comme *Le Monde*.

Les encres, en termes d'écologie, représentent souvent l'épaisseur du trait, comme la colle. Ce sont des petites quantités dans lesquelles nous avons un investissement énorme en matière de R&D. Ce sont des produits qui ont évolué énormément ces dernières années et qui

continuent d'évoluer sous la pression des imprimeurs et des fabricants de machines. Il faut aller de plus en plus vite, il faut mettre de moins en moins d'encre, il faut être de moins en moins cher. Il y a un trésor d'ingéniosité dans une encre que l'on ne soupçonne pas.

Parlons de la déclaration d'impôt puisque nous sommes à Bercy. Ce sont des chiffres qui datent d'il y a 2 ou 3 ans avec 12 millions de foyers fiscaux, ce qui représente 12 tonnes d'encre pour l'ensemble de la France. Cela vous donne une idée des quantités d'encre utilisées.

En matière d'encre, on fait énormément d'efforts, on sort des produits écologiques avec des encres à l'eau, des encres avec séchage ultraviolet. Aujourd'hui, on travaille énormément sur la diminution de la quantité d'encre. Aujourd'hui, on peut considérer, c'est assez facile de l'obtenir, la plupart des fabricants d'encre s'y sont attelés, l'encre est compostable sur un papier. L'encre est aussi désencrable, c'est un sujet que l'on travaille depuis une vingtaine d'années sur lequel on ne communique pas particulièrement.

**M. ADES.-** Vous êtes naturellement sur le papier.

**M. SCHMITT.-** Oui. Nous imprimons sur un tas de supports.

En matière de communication, nous avons un syndicat professionnel, l'association des fabricants d'encre qui fonctionne dans le cadre de la FIPEC.

Le nombre d'acteurs des fabricants d'encre a diminué sous la pression économique. Il ne se passe pas une année sans qu'un fabricant d'encre disparaisse. Nous étions 11 il y a 2 ans. Nous devons être 7 ou 8 aujourd'hui et le nombre continue de diminuer. Je parle de la France, mais on retrouve les mêmes acteurs à peu près partout. Dans le monde, nous devons être une quinzaine. Un mouvement de concentration énorme s'opère sous la pression économique. Il y a des grands groupes chimiques qui sont actionnaires, des grands groupes financiers et quelques sociétés de nature familiale.

**M. ADES.-** J'imagine que vous consacrez une grosse part de votre chiffre d'affaires à la recherche et au développement.

**M. SCHMITT.-** La société est basée en Picardie. Pour une fabrication de 20 000 tonnes d'encre, j'ai 60 personnes en production. Si je compte les techniciens d'application et de R&D, j'ai également 60 personnes. Il y a très peu d'activité où il y a une intensité de R&D aussi importante.

**M. ADES.-** Que pensez-vous de REACH ?

**M. SCHMITT.-** REACH arrive avec l'air du temps. Cela s'inscrit dans la tendance actuelle. On travaille sur REACH depuis longtemps. Il y a des choses qui ne sont pas très faciles à mettre en œuvre. Nous sommes des formulateurs et, dans une formule d'encre, on peut avoir 15 ou 20 composants différents.

REACH, pour nous, est une usine à gaz, mais nous nous y employons.

**M. ADES.-** Vous n'avez pas la possibilité de faire autrement.

**M. SCHMITT.-** Je pense qu'il va y avoir une conséquence de REACH. Nous allons avoir des fournisseurs de matières premières qui vont refuser de faire référencer, compte tenu des coûts de l'enregistrement, un certain nombre de matières. Cela va ainsi limiter nos possibilités de formulation.

Dans les années à venir, nous nous attendons, nous essayons d'anticiper, à ce qu'une partie de nos adjuvants, de certaines matières disparaisse du marché parce que les fournisseurs vont considérer que l'enregistrement de REACH est trop onéreux.

**M. BARKI.-** En Europe, dans la colle, il y a 650 intervenants pour 12,5 Md€ de chiffre d'affaires. Contrairement aux encres, il y a encore une multitude de petits fournisseurs, car il y a énormément de spécialités. Nous avons deux métiers connexes mais différents de par la dimension et la réduction du nombre d'acteurs.

**M. ADES.-** Nous avons beaucoup parlé de la certification. Nous allons en parler avec vous Henri LABAT. Vous êtes directeur prépresse et environnement d'IME. Combien êtes-vous dans l'entreprise ?

**M. LABAT.-** Nous sommes 200 et nous faisons 23 M€ de chiffre d'affaires et nous sommes spécialisés dans le grand format 120X160 en quatre couleurs.

**M. ADES.-** Le 22 février 2006, vous avez obtenu la certification ISO 14001 2004 AFAQ-AFNOR. Étiez-vous précurseurs ?

**M. LABAT.-** Tous les industriels responsables faisaient de l'environnement comme M. JOURDAIN de la prose. SEVESO existe depuis longtemps. Cela a explosé parce qu'un certain nombre d'industriels n'ont pas suivi leur process. C'est là où, pour un industriel responsable, de se raccrocher à quelque chose qui est aujourd'hui une certification permet de réduire le risque de pollution à minima pour ne pas dire à zéro. Tel est ce qui est important.

A travers tous les processus qui sont mis en place et l'avantage d'utiliser en premier la certification 14001, la certification liée à l'environnement, cela permet de voir chaque opérateur sur son poste de travail sans jamais remettre en cause la technicité de l'opérateur.

Lorsque l'on va voir un opérateur qui imprime, si je lui parle de qualité 9000, je mets en cause son savoir. Lorsque je vais le voir avec la notion d'ISO 14001 et que je lui dis de mettre son feuillard en plastique dans la caisse correspondante, je ne mets pas en cause son professionnalisme, car il faut qu'il le range, autant qu'il le fasse tout de suite au bon endroit.

En 1997, j'ai dit que la prochaine guerre mondiale serait la guerre de l'eau, je ne me suis pas beaucoup trompé et cela va se réaliser. En ayant discuté avec nos prestataires, en 2006, sur les processus prépresse, nous avons économisé 2 millions de litres d'eau, soit 20

foyers individuels en France, ce qui ne marque pas, ou une piscine olympique. Avec les processus mis en place avec les prestataires, tous nos fournisseurs, on ne puise plus dans la ressource et on ne produit plus ces déchets.

**M. ADES.-** Parlons un peu des hommes. Cela les a-t-il soudés ? Sont-ils fiers d'eux ? Ont-ils accepté facilement ? L'ont-ils subi comme une contrainte ?

**M. LABAT.-** J'aurais voulu que mon maire soit là. Baume-les-Dames compte 5000 habitants. La station d'épuration à Baume-les-Dames est arrivée en 2003. Cela paraît démentiel. Tous les processus industriels sont installés depuis 1966. Le maire de Baume-les-Dames a mis le tri sélectif en route. Il a été opérationnel en moins d'un an. On est 200 employés dans un village de 100 000 habitants, cela fait 10 ans que les personnes dans l'imprimerie trient leurs produits. Lorsqu'elles sont rentrées chez elles, elles l'ont fait de manière instinctive ou répétitive.

**M. ADES.-** Cela a créé de l'emploi.

**M. LABAT.-** Oui. Toutefois, il faut être honnête. Si je prends ma nouvelle carte de visite, c'est fabuleux : vous en avez rêvé, IME l'a fait ! Nous avons les distinctions environnementales. Imprim'Vert est la base de tout. Elle est extrêmement importante pour que le professionnel se rende compte de ce qu'il doit faire.

L'acheteur, quant à lui, doit se poser la question : « puis-je encore travailler chez un imprimeur qui n'est pas Imprim'Vert ? » C'est le pavé dans la mare.

Mais quand nous évoluons dans le process et que nous voulons aller jusqu'au bout de la démarche AFAQ-AFNOR, nous prenons le soir le dictionnaire afin d'y lire tous les mots que nous n'avons pas compris. Puis, nous sommes des tâcherons.

Aujourd'hui, nos enfants sont éduqués à cela et pour bien respecter la philosophie d'une norme ISO, nous avons embauché une DESS environnement et développement durable qui nous a amenés à la certification ISO 14001 en neuf mois. Elle permet de bien structurer et de bien suivre tout ce que nous devons suivre, à savoir réaliser la veille environnementale, la veille réglementaire, avoir la capacité de dialoguer et de travailler avec l'administration, car les mots et l'esprit ne sont pas les mêmes, et suivre au quotidien la maîtrise opérationnelle, ce qui s'apparente aux deux premières des trois étapes de la certification, donc d'être capable de suivre sur le terrain la maîtrise opérationnelle de l'entreprise

**M. ADES.-** Comment va IME ?

**M. LABAT.-** Nous continuons l'année prochaine.

**M. ADES.-** Pensiez-vous il y a cinq ans que vous auriez pu sans trop de difficultés absorber les mutations ?

**M. LABAT.-** Après Imprim'Vert et le trophée d'or de l'environnement décerné tous les ans par la profession (nous avons eu le troisième en 2005), nous nous sommes demandés si nous allions vers ISO ou non. Nous avons toujours le référentiel ISO 9000. Avec ce référentiel, pour vous dire bonjour, je dois écrire ce que je vais vous dire, suivre la procédure,... Nous avons donc pensé que c'était compliqué et difficile.

Nous avons pratiqué un diagnostic avec l'APAVE. La personne est restée 3 jours chez nous au bout desquels elle nous a indiqué que sur une échelle qui pourrait ressembler à la Tour Eiffel, nous étions entre le deuxième et troisième étage ; ce qui est bien en soi. Cerise sur le gâteau, nous étions aux deux tiers de l'escalier. Merveilleux ! Nous avons donc dit : « signons et allons-y ! »

Il faut dire qu'en Franche-Comté, nous sommes très loin et nous ne nous souvenions plus de la Tour Eiffel. Il faut savoir que le dernier tiers est exponentiel, il faut le crampon.

D'où l'importance de l'expertise d'une tierce personne qui est le DESS environnement chez nous.

C'est très important pour toute l'entreprise et tous les personnels de l'entreprise dans la mesure où ce sont eux qui agissent au quotidien. Vous soudez vos personnels à travers une dynamique et une idée qui explose aujourd'hui. Le Grenelle de l'environnement a été un révélateur extraordinaire.

**M. ADES.-** Monsieur DELABRE, vous avez aussi ce label Imprim'Vert.

**M. DELABRE.-** Nos raisons étaient plus stratégiques. Nous avons évoqué hier que le secteur de l'imprimerie était très difficile, que la moitié des imprimeurs ont disparu ces 10 dernières années. Les prix chutent de 10 % par an depuis 10 ans.

Chez nous, nous sommes aujourd'hui 30 personnes pour un chiffre d'affaires de 4,5 M€ à Champigny-sur-Marne. Notre question au quotidien était de savoir comment faire pour produire mieux, dégager des gains de productivité, améliorer la qualité. Nous avons eu la chance d'avoir dans nos clients le ministère de l'Ecologie et du développement durable. La première fois que nous avons imprimé sur un papier recyclé, c'était en 1994.

Nous avons donc été formés et éduqués assez tôt. Dès l'an 2000, nous avons déménagé et nous nous sommes donné les moyens de construire une usine flambant neuve dans laquelle nous allions intégrer tous ces principes d'impression propre. Nous avons commencé par investir massivement dans toutes les nouvelles technologies et encore aujourd'hui, nous continuons. Nous sommes passés par des systèmes d'échanges de fichiers avec des serveurs ftp pour dématérialiser la validation des bons à tirer. Nous sommes passés par des investissements

en CTP, nous en sommes à la deuxième génération de CTP. Il y a toujours moins de chimie pour fabriquer les plaques qui nous servent à imprimer.

Sur le plan de l'imprimerie, j'adresse un grand coup de chapeau aux fabricants qui ont su nous donner les moyens de résister par rapport à l'impression numérique. Les presses offset sont toujours plus automatisées et nous permettent de moins gâcher, d'imprimer plus vite, mieux, plus facilement. C'est du grand bonheur.

Nous avons été parmi les premières imprimeries à mettre en place un tri sélectif de nos déchets. Nous avons été agréablement surpris quand la profession s'est rendu compte que l'imprimerie devait réagir et être plus propre avec la mise en place d'Imprim'Vert. Ce label constitue la première marche d'une démarche consistant à intégrer la notion de développement durable dans l'entreprise, un tri sélectif des déchets, une gestion de ces déchets dans des filières appropriées avec des bordereaux de suivi de déchets dangereux. L'usine vous renvoie un certificat attestant que le déchet a bien été traité.

Puis, le deuxième axe est la sélection de produits les moins nocifs sur l'environnement. Quand ils existent, nous les substituons aux produits habituellement utilisés.

Enfin, il y a une importante prescription de nos équipes commerciales sur la sensibilisation, éducation, formation de nos clients annonceurs, mais aussi agences sur le fait d'imprimer plus proprement.

Imprimer plus proprement, c'est se poser les bonnes questions : pourquoi élaborer un document, à qui est-il destiné, quel message faire passer, comment sera-t-il diffusé, quelle doit être sa durée de vie et enfin, ses conditions d'utilisation sur le terrain ? A partir de ces questions, nous allons optimiser les formats, parler d'éco-conception (devons-nous mettre beaucoup d'encre sur le papier, optimiser la pagination et la finition ?). Nous allons éviter autant que possible les pelliculages, des vernis sélectifs pour donner au papier ses lettres de noblesse, car il existe nombre de papiers sur le marché. Les fabricants regorgent de nouveautés. Nous pouvons vraiment cultiver une différence.

Vous allez me dire qu'un tel raisonnement est réservé aux petites séries, car le critère prix est prédominant comme nous l'avons constaté hier où il n'a été question que de prix et jamais de relations humaines et trop peu de développement durable à mon sens.

**M. ADES.**- Nous ne l'avons pas évoqué hier, car c'était prévu aujourd'hui.

**M. DELABRE.**- Certes, mais les critères de choix d'un imprimeur sont la qualité, le délai, le service et un peu de critères environnementaux. Seul un de nos intervenants en a parlé.

Aujourd'hui, nous allons éduquer nos clients à déterminer le bon papier. Il y a des papiers recyclés, des papiers issus de forêts gérées avec des certifications SFC, PEFC. Etre



certifié PEFC et/ou SFC est d'ailleurs la deuxième marche après Imprim'Vert pour les imprimeries.

Vous avez aujourd'hui des papiers recyclés de fibres mixtes (des papiers recyclés et de la fibre vierge), voire avec des certifications PEFC, FSC. Ces certifications sous-entendent que vous n'avez plus à rougir quand vous imprimez sur des papiers issus de fibres vierges avec des prix très intéressants, les fameux papiers couchés brillants. Vous pouvez en effet imprimer sur du papier certifié de forêts gérées FSC ou PEFC chez un imprimeur qui va bien et de ce fait, vous pourrez communiquer que ce document a été imprimé avec des encres végétales par un imprimeur Imprim'Vert sur un papier certifié PEFC FSC, avec le petit logo adéquat et le numéro d'agrément de votre imprimeur.

**M. ADES.-** Vous avez parlé de prix. Concrètement, êtes-vous aujourd'hui plus cher que précédemment et que tous ceux qui ne sont pas comme vous ?

**M. DELABRE.-** Non. Cela nous permet de résister à la baisse des prix. L'imprimeur retrouve de la sorte son expertise d'imprimeur conseil fabricant et nous arrivons à valoriser notre métier par la pertinence des choix que nous pourrions vous permettre de mettre en oeuvre.

Encore faut-il que vous nous en donniez la possibilité. Je m'explique : aujourd'hui, les grands annonceurs passent trop souvent par des agences qui n'ont pas cette compétence. M. SIQUIER racontait ce matin qu'il était effaré de constater que très peu de professionnels reconnus, voire incontournables sur la place étaient sensibilisés à l'action du développement durable. C'est en effet notre quotidien. M. COMELLI, M. LABAT et moi-même chantons depuis sept ans la chanson du développement durable. Nous tentons de créer des événements dans nos imprimeries, nous éditons des documentations spécifiques sur la thématique. Force est de constater que nous avons des échos, mais seulement depuis un an ou deux. Nous commençons à rentrer des clients parce que nous sommes reconnus imprimeurs propres et plus propres que les autres, car une pression très forte s'exerce.

A ce sujet, je remercie les institutions sous l'effet du ministère de l'Ecologie, du comité 21 et des collectivités locales qui ont montré la voie au privé. Le public est plus en avance que le privé sur l'intégration de cette notion de développement durable dans leurs outils de communication. Les annonceurs du privé ont un peu de retard. Les présidents des grands groupes ont tous signé la charte, la plupart d'entre eux font partie du comité 21. Leur service achats commence à être sensibilisé. Il serait bien si on pouvait l'intégrer. Un important travail de sensibilisation et d'éducation reste à faire auprès des services marketing, car selon eux, pour faire vendre un produit, il faut que cela brille et surtout que cela ne soit pas cher.

Nous réinventons la façon dont nous allons travailler tous ensemble et en tant qu'imprimeur, j'essaie d'instaurer une relation à 3 entre l'agence, l'annonceur et l'imprimeur pour définir un cahier des charges, voir le remettre en cause quand il a été établi pour trouver la bonne solution à la fois technique, économique et financière.

Le développement durable est un cercle vertueux. Il est appliqué à POINT44. Nous avons en effet des retombées économiques. Si nous sommes dans un secteur difficile, nous ne sommes pas milliardaires à POINT44, mais nous vivons bien et nous pouvons continuer à investir massivement dans ces nouvelles technologies. Nous avons du plaisir à travailler, car nous sortons des rouages habituels. Nous essayons de trouver des nouveautés et comme le disait M. Labat, quand nous rencontrons nos interlocuteurs et que nous leur parlons de la mise en place de la certification FSC, PEFC et demain 14001, les gens sont fédérés autour du fait que nous nous revendiquions imprimeur nouvelle génération. Nous allons de l'avant et nous tirons l'imprimerie et nos clients vers le haut.

**M. ADES.-** Les clients ont-ils envie d'être tirés par le haut ?

**M. DELABRE.-** Bien sûr. Autrement pourquoi se lever le matin ?

**M. ADES.-** Ils sont sollicités par tant de haut. Le vôtre est-il le plus séduisant ?

**M. DELABRE.-** L'idée est de travailler de façon plus intelligente et pertinente. Mme POIREL de la SNCF hier nous expliquait qu'elle avait mis en oeuvre un principe de communication entre ses différents fournisseurs et qu'elle créait des petits groupes de réunion où tous les ans, ils se remettaient en cause en se demandant s'ils avaient bien travaillé cette année, si le produit fabriqué était réellement adapté et si l'on ne pouvait pas faire mieux.

A partir du moment où cette démarche est instaurée, une qualité de relation plus intime et plus proche est développée et les fournisseurs ont envie de donner le meilleur, car il y a un respect mutuel. Si c'est du *one shot*, un produit à réaliser pour une fois comme nous l'avons trop entendu hier, c'est le principe des enchères inversées et nous ne répondons même pas. Nous sommes avant tout dans une histoire où la relation humaine compte et jour après jour, nous allons construire une belle histoire.

**M. ADES.-** Serge LAFAIX, vous vous inscrivez naturellement dans ce qui vient d'être dit et vous rajoutez dans les arguments la responsabilité sociétale de l'entreprise.

**M. LAFAIX.-** Avant d'évoquer la responsabilité sociétale de l'entreprise, je voudrais présenter l'imprimerie DUPLI. Nous sommes 16 personnes, un peu plus de 2 M€ de chiffre d'affaires.

Je ne voudrais pas venir en redondance à ce que vient d'évoquer notre ami Christophe DELABRE, car nous adoptons exactement la même démarche sur le plan environnemental. Le choix de nos matériels s'oriente vers le plus écologique possible. Par

exemple, nous avons entré un CTP il y a 2 ans qui est une machine sans développement. Les plaques offset arrivent directement sur la machine et le développement des plaques se fait directement à l'eau sur les machines. De ce côté, nous n'avons même pas de gommeuse. Cet investissement est très intéressant pour nous sur le plan écologique.

Nous faisons très attention à nos achats, nous faisons en sorte d'acheter des produits les moins nocifs possible pour le personnel.

Bien entendu, le tri sélectif est fait convenablement à la maison ainsi que le stockage. Puis, nous nous chargeons nous-mêmes –nous sommes peut-être une exception– d'emmener nos déchets aux organismes collecteurs. Ils nous donnent une accréditation pour le faire et c'est nous qui emmenons nos propres produits et déchets au tri ou à la destruction.

Pour nous, l'environnement n'est pas quelque chose qui nous coûte. Ce message est important à connaître, car de nombreux imprimeurs peuvent penser, notamment les petits, que cette histoire risque de leur coûter de l'argent. En réalité, quand ce tri est convenablement effectué avec des accords avec l'agence de l'eau par exemple qui octroie des aides sur les factures que nous recevons, nous constatons que cela n'est pas une charge et que nous pouvons même être légèrement bénéficiaires dans cette affaire. Il vaut donc la peine de s'en occuper, même financièrement.

C'était ma première casquette furtive, car notre ami DELABRE s'est bien expliqué sur ce qu'il fait pour nous et c'est à peu près la même chose.

J'en porte une deuxième qui est pour moi plus importante puisque je participe à la commission environnement du GMI. J'ai trouvé extrêmement intéressant un propos de M. MENERET qui nous expliquait que les structures importantes de 150 ou 200 personnes pouvait mettre une personne s'occupant de l'environnement, mais que pour les petites entreprises, l'approche environnementale est très complexe et l'approche Imprim'Vert n'est pas évidente.

Je suis moi-même Imprim'Vert depuis un certain nombre d'années. Nous sommes à Lyon, j'étais un des premiers Lyonnais à l'être, je sais donc de quoi je parle. Cette approche n'est pas très facile et au GMI, nous avons décidé de répondre à cette interrogation de M. MENERET en adoptant un logo que nous appellerons Print Environnement et qui nous permettra d'aider les imprimeurs à leur donner une accréditation pour leur permettre très facilement de savoir ce qu'il faut faire pour acquérir les bonnes pratiques dans notre métier.

Cette initiative nous tenait à cœur depuis longtemps. Nous tentions de trouver un chemin et nous allons le faire pour les adhérents du GMI. A ceux qui ont cette difficulté d'approche parce que nous avons de nombreuses petites entreprises, nous leur proposerons ce service pour leur apprendre à s'organiser pour faire propre dans leurs ateliers.

**M. ADES.-** Combien de temps leur faudra-t-il pour changer leurs habitudes ?

**M. LAFAIX.-** Cela peut leur demander entre 6 mois et un an.

**M. ADES.-** L'entreprise en est-elle perturbée ?

**M. LAFAIX.-** Absolument pas. Ce système sera tellement simple et progressif qu'il leur permettra, s'ils le souhaitent, de monter en puissance. Mais nous devons absolument trouver une solution qui puisse être intéressante pour les petites entreprises et c'est ce que nous avons cherché à faire au GMI. Nous allons y arriver très facilement avec les adhérents que cela intéressera.

J'insiste sur le côté progressif du système que nous souhaitons implanter et qui, je le rappelle, s'appellera Print Environnement.

Il ne faut pas oublier que nous sommes dans la chaîne bois. Si nous n'en étions pas conscients, maintenant, nous le savons. Au sein de notre syndicat, nous comptons dans un deuxième temps sensibiliser nos adhérents imprimeurs aux PEFC, FSC, à acheter du papier issu de forêts certifiées.

Nous avons du grain à moudre, mais nous faisons le nécessaire pour que les petites structures puissent également mettre le doigt dans l'environnement et le faire convenablement.

**M. ADES.-** Pierre-Jean COMELLI, vous avez une phrase définitive : « *pour conserver au support imprimé toute sa modernité, les industries graphiques doivent aujourd'hui intégrer les enjeux du développement durable* ». Y a-t-il longtemps que vous êtes aussi catégorique et prospectif ?

**M. COMELLI.-** Il est assez simple d'être catégorique. Le thème est de savoir si l'imprimé est un ennemi de l'environnement. Si nous devons répondre par l'affirmative, il n'aurait pas d'avenir et nous bouclerions le thème de notre colloque dans son ensemble.

Le fait que l'imprimé intègre les enjeux du développement durable nous est apparu comme une évidence. Mais je pense que, dans son ensemble, la profession de l'imprimerie en est assez sensible et consciente. Il suffit de constater le succès de l'opération Imprim'Vert qui a été dans la profession la première des démarches collectives à avoir un véritable impact. Nous avons été parmi les premiers imprimeurs certifiés Imprim'Vert et nous avons senti comme tous la montée de ces préoccupations.

La table ronde précédente montrait à quel point les questions de l'environnement touchent des questions sociales sur le choix de la société dans laquelle nous vivons et ses modes de consommation. Nous pouvons tous avoir nos avis de citoyen sur la question et il y a un grand intérêt à en débattre.

En tant que chef d'entreprise, notre responsabilité est d'intégrer ces enjeux et ces contraintes pour continuer à faire vivre et prospérer nos entreprises. Nous l'avons en nous

préoccupant de notre process, car la première chose est d'être sensibilisé, la seconde est d'être informé et comprendre les mécanismes en jeu, en quoi notre activité impacte l'environnement. La troisième chose est d'agir concrètement. Imprim'Vert est une forme d'action.

Courant décembre, nous avons l'audit de certification FSC, PEFC pour pouvoir être chaîne de contrôle dans ce domaine.

J'aimerais attirer l'attention sur l'effort particulier que nous avons porté sur la communication dans ce domaine. En 2006, nous avons édité le guide de l'impression et du respect de l'environnement, document autour duquel nous avons communiqué.

**M. ADES.-** Il est totalement respectueux de l'environnement ?

**M. COMELLI.-** Absolument. Il est imprimé dans les règles de l'art dans ce domaine.

Au-delà, il apporte un certain nombre d'informations, car il nous est apparu utile de communiquer à nos clients l'essentiel de ce qu'il fallait savoir quand on est acheteur d'imprimés sur ces questions. Il est un support intéressant pour nos commerciaux et nos techniciens de fabrication pour être force de conseils et d'accompagnement.

A l'intérieur, nous avons sélectionné une vingtaine de papiers différents de tous les types et de tous les niveaux de prix et de disponibilité ; ce qui permet de visualiser les différences de rendus et de les mixer avec l'objectif de la communication que nous poursuivons.

Nous avons organisé des ateliers d'information dans lesquels nous avons fait venir des donneurs d'ordres, des clients. Nous avons organisé les mêmes séances d'information chez certains de nos clients et je dois dire que ces séances ont un succès et un intérêt qui permettent de transformer ces contraintes en atouts.

**M. ADES.-** Intérêt commercial ?

**M. COMELLI.-** Bien sûr.

**M. ADES.-** *Business is business.*

**M. COMELLI.-** C'est notre métier.

**M. ADES.-** Et vous en vivez plutôt bien, je l'espère.

Cela étant, n'avez-vous pas envie parfois de baisser les bras en vous disant : « je rabâche, je répète » ? N'êtes-vous pas épuisé ? Votre métier n'est pas nécessairement d'essayer de porter la bonne parole.

**M. COMELLI.-** C'est une bonne question, Monsieur ADES. Nous avons besoin de la collectivité de la profession pour parler plus fort. Nous parlons au sein de notre entreprise à nos clients, à nos fournisseurs, à nos collaborateurs, mais nous avons besoin de nous mettre ensemble pour parler plus fort, pour faire savoir que l'imprimé n'est pas un ennemi de l'environnement, qu'il est une matière première renouvelable, recyclable à 100 %.

C'est une suggestion que je fais à mes collègues, car cela ne coûte rien, nous avons un guide qui permet d'aider les annonceurs à rédiger la déclaration environnementale sur un document : qu'a-t-on le droit d'écrire, qu'est-il recommandé d'écrire sur une brochure ou un catalogue. A cette occasion, nous proposons souvent au client d'écrire que cette brochure est imprimée sur du papier qui est une matière première renouvelable entièrement recyclable et d'inciter le lecteur à donner une deuxième vie au document qu'il a dans les mains quand il a terminé son usage en le mettant dans les circuits de recyclage à cet effet.

Le fait de rédiger des déclarations environnementales plutôt vendeuses, c'est profiter du vecteur de communication que sont tous les imprimés que nous produisons pour faire d'une manière un peu indirecte la promotion du support imprimé comme étant un support respectueux de l'environnement. Je pense que nous en avons largement débattu ces derniers temps.

**M. ADES.**- Jean-Marie NUSSE, quand nous nous sommes parlé, la première chose que vous m'avez dite est le constat que vous avez dressé : il y a un malaise majeur de l'opinion vis-à-vis du papier considéré comme polluant. Je rappelle que vous êtes président des papeteries CLAIREFONTAINE et vice-président de COPACEL, la confédération française de l'industrie des papiers, cartons et celluloses.

Vous avez entendu tous comme nous sommes beaux, nous sommes bien. Or, vous nous renvoyez la sale image que nous pouvons véhiculer.

**M NUSSE.**- Il ne faut pas exagérer, mais en effet, elle n'est pas à la hauteur des qualités environnementales du papier.

Suite à la première table ronde et à ses différentes réactions, j'aimerais tordre le coup à une espèce de faux antagonisme entre le papier fibres neuves et le papier recyclé. Certes, cela avait son intérêt quand le taux de recyclage était insuffisant. Mais nous avons vu avec les chiffres donnés par M. Laurent Michel que nous sommes déjà à 60 %. Il faudra arriver au taux de l'Allemagne, mais c'est tout à fait possible.

Aujourd'hui, il ne s'agit pas d'opposer l'un à l'autre. D'ailleurs, à regarder les autres matériaux, quand on achète un produit en plastique ou en acier, on ne se soucie pas de savoir s'il s'agit de plastique recyclé ou non. Je ne vois pas pourquoi pour le papier on serait amené à faire ce faux antagonisme qui a créé un tort certain au papier. Il a vulgarisé l'idée du papier « *forêt-cide* » : pour faire du papier, il faut du bois, comme le bois vient de la forêt, on tue la forêt, système simpliste qui a été battu en brèche depuis le début de cette matinée.

Quand nous observons les préoccupations des citoyens, elles sont principalement au nombre de deux : le réchauffement de la planète, donc les gaz à effet de serre et le CO<sub>2</sub>, puis la réduction des déchets. La croissance des forêts par la photosynthèse capte le CO<sub>2</sub> et en France

par exemple, 17 % des émissions de CO<sub>2</sub> sont captées par la forêt. Ce n'est pas négligeable. Il faut une forêt en croissance.

N'oublions pas que l'avantage d'une forêt primaire qui a un grand intérêt sur le plan de la biodiversité est en revanche nul en matière de CO<sub>2</sub> puisque le pourrissement du bois sur place équivaut au CO<sub>2</sub> qui a été capté. Cette vertu de la forêt jeune est reconnue aujourd'hui puisque toute une promotion est faite pour la bioénergie. Entre nous, la bioénergie (le fait de brûler tout de suite du bois au lieu d'en faire du papier) diminue la valeur ajoutée par 4 à 8 suivant le calcul et les emplois par 6 à 13. On ne va donc pas dans le sens du développement durable.

Faisons d'abord du papier avec les sous-produits de la forêt qui représentent 20 % de la récolte de la forêt en France. Puis, *in fine*, une fois qu'il aura été recyclé, on le brûlera.

La deuxième préoccupation est la réduction des déchets et de ce point de vue, recycler est absolument indispensable. Il faut même récolter et recycler davantage. Ce n'est pas antagoniste.

Pourquoi cette mauvaise image écologique de coupeurs d'arbres ? Notre analyse vient des grands acteurs, consommateurs de papier. Ils sont sensibles à leur image. Aujourd'hui, plus vert que moi tu meurs, c'est l'idée à la mode, on va voir son directeur de communication ou des achats en lui demandant de trouver une idée pour avoir une belle image. Les présidents sont obnubilés par cette question, que ce soit les grandes surfaces, l'Etat, les grands ministères ou les grandes banques.

Ils se creusent alors la tête et dans certain cas, ils ont des choses à se faire pardonner parce qu'ils ne sont pas parfaitement purs, mais ils utilisent tous du papier. Il y a ceux qui le transforment, ceux qui l'impriment et ceux qui le distribuent, mais tout le monde en consomme. C'est alors que vient l'idée de mener une grande communication, à l'instar d'Orange, sur le thème : « on va réduire notre consommation de papier de 20 % et on va ainsi sauver tant d'arbres. » Face à cette déclaration, le grand public croit que c'est vrai. Finalement, elle véhicule cette idée qui est mauvaise pour nos professions de fabricants de papier et d'imprimeurs et mauvaise sur le plan écologique, car la forêt française n'est pas une forêt primaire et elle a besoin d'être entretenue. Mon propos concerne aussi une partie de la forêt brésilienne, ce n'est pas spécifique à la forêt française. Il faut faire un prélèvement, il faut récolter, entretenir et jardiner et à côté, il faut recycler. Si on a bien cette double action, on est parfaitement ami de l'environnement et en même temps on fait vivre des entreprises.

Pour véhiculer ces idées avec des faibles moyens, la COPACEL a essayé de lancer des campagnes dans la presse nationale, d'ailleurs soutenues par la presse nationale. La presse nationale comprend son intérêt et vous avez tous vu au printemps dernier : « *non, le papier ne*

*détruit pas la forêt » et plus récemment : « oui, le papier contribue à la lutte contre l'effet de serre. »*

Mais il faut absolument que nous soyons solidaires, car les fabricants de papier, seuls, ne peuvent pas le faire. En France, une tonne sur deux du papier consommé vient de l'importation. C'est tout à fait préjudiciable à l'environnement et à nos industries.

Dans le groupe EXACOMPTA-CLAIREFONTAINE, nous sommes à la fois fabricant de papier dont une usine à Mandeuve tout près de Baume-les-Dames, et transformateur et imprimeur d'agendas, de cahiers et autres. Nous avons les mêmes préoccupations.

**M. ADES.-** Que pourriez-vous dire à nos interlocuteurs ? Ils sont là pour prouver que globalement, on peut vivre bien, on peut se creuser la tête, il faut progresser et cela fonctionne. Malgré tout, l'image n'est pas très bonne. Ce n'est pas à coup de 4X3 ou de TF1 20 heures que l'on arriva à changer profondément l'image.

Comment arriver à vous réconcilier, à changer votre image, à faire en sorte que vous soyez compris ? Comment pourrions-nous vous comprendre ?

**M. LABAT.-** J'aimerais apporter quatre remarques suite aux interventions.

Premièrement, nous parlons environnement. Il ne faut pas oublier qu'hier, nous avons pris notre bâton de pèlerin pour parler du pdf. Nous avons un jour expliqué aux donneurs d'ordres que Postscript, c'était bien, mais le pdf s'est imposé. Nous savons le faire, cela fait partie de notre business.

Deuxièmement, nous avons parlé de REACH et M. SCHMITT a dit une chose très importante : « demain matin, nous risquons d'avoir des produits qui n'existeront plus. »

Avec toutes nos certifications, nous sommes conformes à la norme NF environnement et quand nous travaillons avec CLAIREFONTAINE, ils ont leurs normes NF environnement sur les cahiers. Nous sommes conformes à la directive emballage.

On nous demande d'avoir des produits qui ne contiennent pas d'ESB, d'EST, etc. Si demain nos fabricants d'encre ne sont plus capables de certifier que leurs huiles ne contiennent pas d'OGM, nous risquons d'être confrontés à la situation que nous ne pourrions plus imprimer pour les produits pharmaceutiques compte tenu du risque de contagion possible.

Mon troisième point est le développement durable. Nous sommes à Baume-les-Dames en Franche-Comté, donc en milieu rural pour l'aspect sociétal. Nous faisons, certes, de l'environnement, je n'ai jamais parlé d'écologie, mais d'environnement et nous le faisons très bien. Le troisième point de vue est le point de vue économique. Vous m'avez demandé si cela allait bien. Oui, cela va bien, cela pourrait aller mieux.

Pourquoi ? Nous sommes au ministère. Le code des marchés publics a été révisé en juillet 2006 et dans ce cadre, il est possible aujourd'hui d'intégrer des critères environnementaux.



J'aimerais pousser un grand cri à la façon de Brigitte Bardot. Dans un marché public, il y a 3 personnes : celle qui écrit l'appel d'offre, celle qui concourt à l'appel d'offres et celle qui dépouille l'appel d'offres.

Celui qui écrit l'appel d'offres intègre des critères environnementaux, car il voudrait que son imprimeur ait la certification reconnue 14001.

Parmi ceux qui répondent, il y a ceux qui sont certifiés et il y a ceux qui pensent passer entre les gouttes.

Puis, il y a celui qui dépouille l'appel d'offres. Sur cinq réponses, quatre candidats ne sont pas certifiés et un l'est. La logique voudrait que les quatre non certifiés ne soient pas retenus. Or, que se passe-t-il aujourd'hui ? On ramène tous les candidats à minima. Le critère environnemental qui a été défini par quelqu'un au départ est ramené à sa plus simple expression. Peut-être pèsera-t-il 1 % ou 10 %, mais il n'a pas toute sa valeur.

Nous avons proposé au sein du Grenelle de l'environnement une mesure simple qui ne va rien coûter à l'Etat pour une fois et à nous, contribuables.

**M. ADES.**- Ça, c'est moins sûr.

**M. LABAT.**- Si on affecte un critère discriminant au critère environnemental, on va obliger la profession à parler, non plus d'éco-conception, mais d'éco-fabrication. Les industriels vont s'orienter dans la démarche que nous avons entreprise et que tout le monde suit de manière que tout le monde soit à égalité et qu'il ne soit plus possible pour celui qui dépouille l'appel d'offres de tromper l'idée de celui qui a écrit l'appel d'offres.

Mon troisième cri –et il est important– est le suivant : je suis désolé pour les trois organisations qui représentent aujourd'hui les imprimeurs, mais nous savons que la FICG reprend Imprim'Vert qui est le ciment avec lequel nous avons pu travailler et sur lequel nous avons construit notre démarche. Le SICOGIF a parlé de mettre en place des fiches, le GMI d'autre chose.

Ne pouvez-vous pas agir tous ensemble en commun ?

*(Applaudissements).*

**M. ADES.**- C'est une bonne question.

**M. BARKI.**- Je voulais reprendre l'intervention de Jean-Marie NUSSE sur l'image et profiter du fait que la filière soit totalement représentée. Nous sommes *a priori* tous complémentaires sur les encres, les papiers, les imprimeurs, même les colles et les mastics, tout ce que nous pouvons avoir sur un support et en effet, nous pouvons essayer de relier des atomes crochus en termes d'image que nous pouvons tous véhiculer.

Le fond de cette affaire, ce sont les hommes qui travaillent dans nos entreprises. Les hommes qui travaillent dans n'importe quelle entreprise ici sont tous concernés par l'environnement à titre individuel, personnel et ils le redonnent à l'entreprise.

Il faut aujourd'hui expliquer au public, à l'ensemble de la profession et à nos interlocuteurs que nous fabriquons mieux et surtout plus limité. Par exemple, nous utilisons moins de colle proportionnellement par client, mais nous fabriquons beaucoup mieux, nous leur donnons plus d'éléments.

Je conclurai par une citation d'Oscar Wilde qui disait qu'il faut délimiter pour mieux fabriquer. Nous pourrions introduire cette limite dans nos professions. Je ne crois pas que nous ayons réellement ce lien aujourd'hui. Il est engagé, il faut le transformer.

**Mme RICARDEAU.-** (*SICOGIF*) Je remercie M. LABAT de s'être exprimé et d'avoir lancé le débat. Nous ne sommes pas à 3 à faire 3 choses différentes.

Au SICOGIF, nous adaptions simplement une norme internationale, l'ISO 14001, qui apparaît comme une norme pouvant être travaillée par étape grâce aux chambre de commerce, à M. VIAC qui n'est pas là, mais que je salue. Nous travaillons avec le GMI sur les bonnes pratiques. Nous ne faisons qu'adapter quelque chose qui existe. Le GMI va peut-être plus loin et va aider les TPE et les PME à réaliser cette fameuse entreprise de la même façon que nous allons les aider et les accompagner dans le cadre de l'ISO 14001 par étape. Toute entreprise, quelle que soit sa taille, a en effet le droit un jour de dire : « je suis certifiable et je suis certifiée. »

**M. DULAC.-** (*Président du SICOGIF*) J'aimerais dire, en réponse à M. LABAT, que les 3 syndicats patronaux de l'imprimerie travaillent à des opérations de rapprochement qui avancent et qui devraient répondre à sa question. Ce n'est pas simple, j'ai personnellement lancé cette idée depuis plusieurs années. Nous avançons doucement, mais sûrement et nous ne sommes pas très loin d'annoncer des bonnes nouvelles dans ce domaine.

*(Applaudissements)*

**M. MENORET (président du GMI).**- Je confirme les propos de M. DULAC. Nous sommes très attachés à l'union patronale et en ce qui concerne l'environnement, nous sommes inscrits dans la charte des bonnes pratiques du SICOGIF avec qui nous travaillons. Nous avons mis dans le dispositif qui est une fusée à étages, une première étape. Nous souhaitons que les imprimeurs s'engagent dans cette démarche Print Environnement qui est tout à fait originale, très accessible et qui doit permettre aux entreprises de rentrer dans une voie normative. Mais cette démarche est volontaire.

**Un Intervenant.**- Ce n'est pas sur le sujet politique qui vient d'être abordé que je voulais intervenir, mais au sujet de la prise en compte que soulignait M. LABAT sur les marchés publics.

Le code des marchés publics a été réformé deux fois, en 2004 et en 2006. Il est assassin pour les imprimeurs aujourd'hui. En fait, toute la problématique environnementale fait partie des critères qui peuvent permettre, et qui doivent être pondérés, de choisir son fournisseur sans aucune référence à aucune certification ni aucun label collectif. Les problématiques sont intégrées dans l'appel d'offres.

L'Etat est en train de massifier les appels d'offres publics. Vous allez être réduits, dans les prochains mois, si l'on n'y veille pas, à une forme d'appendice global au nom de l'optimisation et de la logique comptable qui est largement initiée par cette maison, tout au moins sa composante budget.

A l'heure actuelle, les TPE du secteur qui veulent participer à des appels d'offres publics se trouvent confrontés à une situation assez intéressante. Ils peuvent invoquer tout ce qu'ils veulent au niveau de leur prise en compte de la problématique environnementale. Il y aura toujours un imprimeur roumain, un imprimeur de tel ou tel pays qui pourra faire une prestation correspondant à l'ouverture de ces marchés comme vous l'avez vécu.

Pour nous, le problème est ailleurs. Il faut aider les acheteurs publics à poser les bonnes questions pour que les fournisseurs référencés puissent leur fournir des bonnes prestations. Aujourd'hui, ce n'est pas le cas. Il n'y a aucune visibilité dans les textes. Je défie quiconque qui aurait la volonté de se positionner sur les marchés publics de pouvoir y répondre dans les conditions dans lesquelles ceux-ci sont présentés.

Hier, nous avons dit beaucoup de choses sur les éventuelles délocalisations de flux, tels qu'on les voit. Le développement durable, comme vous l'avez tous rappelé, est une problématique environnementale, économique, sociétale et sociale.

Je pense que les pouvoirs publics et les donneurs d'ordre doivent avoir conscience que, en détruisant une partie des tissus des bassins graphiques dont certains sont en train de se désertifier, ils prennent une responsabilité unique qui devra faire l'objet d'un débat un peu plus fort que celui-ci, à savoir l'équation que l'on partage ensemble pour éviter que la filière graphique ne se casse et que le tissu, qui est atomisé de petites entreprises, ne vole en éclats et que la problématique locale, à laquelle les imprimeurs participent largement, s'évapore vers d'autres pays dont les conditions de production ne sont pas les mêmes que les nôtres.

*(Applaudissements.)*

**M. SAND.**- Je suis du ministère de l'Agriculture et de la Pêche, responsable des éditions. Le ministère de l'Agriculture et de la Pêche est peut-être l'exception qui confirme la

règle en matière de marché public de l'impression. Il s'avère que nous avons plutôt suivi ce qui a été présenté jusqu'ici au terme d'une démarche qui a pris pas mal de temps et que nous avons initiée dès 2000.

En 2000, lorsque nous nous sommes préoccupés du développement durable, nous avons d'abord pensé à imprimer nos périodiques sur du papier recyclé. Nous nous sommes aperçus que c'était une fausse bonne idée. Cela est peut-être légitime pour le ministère de l'Ecologie, mais pour le ministère de l'Agriculture, pour les raisons exposées précédemment, ce n'est pas nécessairement une bonne idée.

En France, la forêt progresse. Sans l'industrie papetière, sans les panneaux de particules, sans le bois d'œuvre, nos forêts ne seraient pas ce qu'elles sont et nous ne pourrions pas aller nous y balader le week-end.

A l'époque, démarraient la certification PEFC que vous connaissez et FSC également. Il était compliqué de trouver des papetiers pour nous assurer un papier certifié en la matière. Il nous a fallu pas mal de temps.

Dès 2003, lorsque nous avons passé un marché pour nos périodiques, nous l'avons inscrit en option dans le marché. Plusieurs imprimeurs ont répondu, mais, comme c'était en option, personne ne nous a fait de propositions là-dessus.

Avec l'imprimeur retenu, nous l'avons sollicité, il ne savait pas ce que c'était, cela ne l'intéressait pas spécialement. Au bout d'un an, il est revenu me voir et m'a dit : « *Je vous ai trouvé un fournisseur autrichien.* » Il m'a envoyé un fax : « *30 % des fibres sont issues de forêts gérées durablement FSC.* »

J'étais très content. Je suis allé à PEFC France en leur demandant si je pouvais mettre leur logo dans l'Ours de mon journal. La personne m'a dit : « *Ce n'est pas possible. 30 %, ce n'est rien. Il faut que vous atteigniez les 70 %. Vous ne m'apportez aucune garantie.* » Je suis donc retourné voir l'imprimeur.

En tant que donneur d'ordre, vous n'avez pas le temps de vous investir là-dessus, ce n'est pas votre métier.

Je voulais remercier l'imprimeur avec lequel nous travaillons depuis 2004, car rien n'aurait été possible sans l'implication personnelle du chef d'entreprise, en l'occurrence Marie LAPORTE, de la société Caractère à Aurillac.

Nous sommes dans une situation un peu parallèle à celle d'IME, à savoir qu'il s'agit d'une petite et moyenne entreprise en milieu rural. C'est à la portée de ce genre d'entreprise. Sans l'implication personnelle du chef d'entreprise, de son équipe, nous n'y serions jamais arrivés. Le premier fax est arrivé en 2004. Il nous a fallu 2 ans pour y arriver. On a

imprimé sur des papiers PEFC en pouvant utiliser le logo en juin 2006. Depuis juin 2006, nous imprimons sur ce type de papier.

Entre temps, avec mon directeur artistique, je me bats pour qu'il essaie de faire passer les autres supports imprimés du ministère sur du papier géré durablement sans restrictif. Dans le code des marchés publics, on n'a pas à donner de référentiel particulier.

Il y a déjà un besoin de convaincre en interne et d'expliquer ce qu'il en est. Il m'a sorti un papier FCS, il a apposé un logo et je me suis aperçu qu'il n'y avait aucune garantie derrière.

C'est très bien de simplifier les référentiels, de donner accès à tous les imprimeurs à ce type de démarche, mais attention à ne pas galvauder la démarche. Sur vous, comme sur le bois d'œuvre repose la crédibilité de toute une filière. Le travail commence dans les parcelles forestières. Si l'utilisateur final commence à utiliser à tort et à travers des logos, on risque de perdre la crédibilité qui est construite patiemment à chaque maillon de la chaîne. On connaît aussi dans mon ministère avec l'alimentation et les fleuraisons de labels. Ensuite, on a un risque de confusion auprès du consommateur final.

Enfin, j'ai une question pour M. DELABRE sur l'éco-conception.

Nous sommes donneurs d'ordre. Nous sommes venus avec une demande précise. Souvent, on vient vous voir en ayant un projet bien défini et on a besoin qu'il soit fait rapidement. Je ne comprends pas comment vous pouvez changer la manière de travailler de vos donneurs d'ordre avec cette idée des conceptions. Pouvez-vous nous donner un témoignage ?

**M. DELABRE.-** J'aimerais d'abord vous répondre sur les premiers aspects.

Chez Point 44, nous avons sollicité le CTBA qui est l'un des organismes qui délivre les certifications FSC et PEFC en août 2006. A l'époque, il m'avait été répondu une fin de non recevoir : « *Rappelez-moi dans un an.* » Je les ai rappelés en juillet 2007. Nous avons travaillé sur le sujet. Nous avons eu un audit de contrôle au mois d'octobre et nous sommes désormais certifiés PEFC et FSC depuis une dizaine de jours. Il s'agit d'une démarche récente.

S'agissant des contrôles, en termes de formation et sur les audits, de nombreux contrôles visent à ce que l'utilisation du logo et le numéro d'agrément associé soient respectés. Vous avez dû signer un papier avec votre imprimeur Caractère en vous engageant à n'utiliser le logo que pour l'usage pour lequel il vous a été confié.

Cela va au-delà de cela. Nous sommes en train de faire signer auprès des façonniers qui vont être amenés à utiliser notre marchandise. Ils sont censés avoir reçu une formation et signent un papier prouvant qu'ils ont été sensibilisés à la démarche FSC, PEFC et s'engagent à respecter la chaîne de contrôle.

Ces contrôles nous permettent de dire que l'on entre dans une démarche sérieuse et qualifiante où tout va bien.

Sur la notion d'éco-conception, c'est un travail au quotidien pour changer vos habitudes. Trop souvent vous définissez tout seul dans votre coin votre cahier des charges avec votre agence sans avoir pris la peine de consulter votre imprimeur.

Force est de constater que, dans les agences, avec les restrictions budgétaires, on a de moins en moins de fabricants, on confie la fabrication à des stagiaires malheureusement peu expérimentés. Tous autour de la table ici, nous allons vous confirmer que nous passons notre temps à former les stagiaires des agences. Ce n'est pas toujours le cas, je fais un trait grossier, mais c'est une réalité.

Aujourd'hui, nous prenons notre bâton de pellerin. Nous sommes un peu les Don Quichotte. Cela fait 7 ans que nous organisons les jeudis chez Point 44, le jeudi de l'été et le jeudi de l'automne. Nous diffusons de l'information sur des petits-déjeuners liée à votre formation au développement durable.

Les Jeudis 22 et 29 novembre, nous organisons une nouvelle conférence sur les règles du jeu pour imprimer plus propre. Je vous invite à nous rejoindre à l'imprimerie à partir de 8 h 30.

Aujourd'hui, nous multiplions ces petites opérations pour que, pierre après pierre, nous puissions vous faire prendre conscience que travailler en solo ou avec votre agence n'est plus suffisant. Donnez-nous la possibilité de vous donner des informations que vous pourrez utiliser pour acheter moins cher et travailler plus vite.

Nous sommes trop souvent amenés à refaire ou à mettre des pansements, car les dossiers ont mal été préparés ou mal définis au départ. Or, il est si simple de faire bien du premier coût et plus vite dès lors que l'on a bien défini les choses au départ.

**M. LABAT.**- J'ai reçu un devis lundi, j'ai répondu mardi. Il s'agit d'un livre de 24X38,5 et j'ai proposé un 24X38. Dans le premier cas, on met 32 pages, dans le deuxième 40 pages. Le gain pour le client est de 6 000 €

**M. GOUVERNEUR.**- J'avais rappelé hier les grandes masses que connaissent les publicitaires, à savoir 32 Md€ pour le marché français dont 64 % pour l'imprimé et 9 Md€ pour l'ensemble de la chaîne graphique.

On ne peut pas réviser tout d'un bloc, car nous avons tous nos limites de temps et d'énergie. Néanmoins, j'ai rappelé qu'il y a également 36 % sur le marketing direct.

Lors de la table ronde précédente, il a été indiqué que 0,5 ou 1 % de réponse sur l'ensemble de ces secteurs qui représentent 36 % était un point sur lequel il fallait réfléchir pour essayer de progresser. Je n'en dirai pas plus.

J'ai entre les mains un petit catalogue qui n'est pas à moi, mais que j'espère recevoir rapidement. Il est adressé à M. BAUDIN. Dans ce mini guide qui lui est personnel, il y a six publicités. Ce catalogue a été imprimé à 500 000 exemplaires. Il aurait pu l'être à 5 millions. Toutes les publicités lui sont personnelles, à savoir le taux de financement, qui n'est pas très variable de l'un à l'autre, l'adresse de la pharmacie qui est tout près de chez lui, le nom de son conseiller. Ce sont 500 000 contacts directs avec des adresses. Une société d'assurance lui donne le plan et l'adresse du conseiller qu'il doit aller voir. C'est tout à fait personnel.

Quelqu'un a parlé de la résistance au numérique. Il y a eu des technologies, elles sont complémentaires. Quels sont les imprimeurs en France qui sont capables de conjuguer toutes les données techniques, à savoir l'informatique, le contrôle des images, du texte ? L'offset ne sait pas le faire.

Plutôt que d'opposer les genres, quels sont les imprimeurs, dans le cadre de la réduction des déchets, de l'optimisation du marketing, capables d'embrasser ce type de mouvement sans rejeter le traditionnel qui a toutes ses qualités ? Je ne suis pas sûr qu'il y en ait beaucoup.

**M. ADES.-** Qui répond à cela ?

**M. COMELLI.-** Pour notre part, sur 33 M€ de chiffre d'affaires, nous faisons plus de la moitié dans les services. Nous intégrons ce genre de réflexion et de problématique. Toutefois, je pense qu'aucun industriel à lui seul ne peut répondre à ce genre de problématique. Peut-être que cela justifie les démarches d'alliance et de regroupement qui sont prônées notamment par les organismes professionnels.

**M. ADES.-** Nous allons nous arrêter là. Ce qui compte, c'est qu'il y ait des questions et que nous ayons tous compris que nous n'étions pas défaitistes ni agressifs, et qu'il fallait travailler ensemble, s'écouter et essayer d'avancer.

Je n'ai pas la conviction que vous soyez morts. Le métier change, la technique a changé. Il y a des contraintes nouvelles. Au bout du compte, on peut le regretter, car ce n'est pas très pratique, mais personne ne les regrette sur le fond, car elles sont essentielles. Elles nous permettent à nous et à nos petits-enfants de continuer à regarder cet environnement qui n'est pas si moche que cela.

Nous sommes 6 milliards, nous serons 9 milliards d'ici une quarantaine d'années. Il va donc falloir essayer de mieux gérer, de moins gaspiller ou de moins jeter. Profitons-en.

« *Il n'y a rien de constant si ce n'est le changement.* » Cette citation est signée par bouddha. Tels sont les premiers mots de M. BARKI lorsque je l'ai eu au téléphone. Je me suis dit qu'il devait être ailleurs. Or, il semble avoir les pieds sur terre et cela s'applique fort bien. Cela change autour de nous, nous devons nous adapter et anticiper.

## Conclusion du colloque par luc rousseau

**M. ADES.**- J'accueille le directeur général des entreprises, Luc ROUSSEAU qui vient mettre, non pas un point final, mais des points de suspension à ces 36 heures de réflexion.

**M. ROUSSEAU.**- Mesdames et messieurs, bonjour.

Je vais clôturer vos travaux qui portaient au cours de cette journée et demie sur le devenir de l'imprimé avec un premier volet hier sur les enjeux stratégiques de la filière graphique et un ce matin sur les enjeux environnementaux. Je sais que vos travaux organisés principalement autour de tables rondes ont donné lieu à des échanges francs mais, je suis certain, fructueux.

Au cours de cette journée et demie, plusieurs messages sont sortis, que vous connaissez bien, mais que je voudrais juste reformuler :

1. le papier bien utilisé n'est pas destructeur d'environnement, bien au contraire, simplement, c'est à nous de le faire savoir ;

2. la technologie numérique qui représente actuellement moins de 1 % de l'activité graphique en France doit connaître un essor important à terme, c'est-à-dire, dans les 3 années à venir, sur les marchés de proximité qui nous concernent au premier chef, les entreprises de moins de 50 personnes ;

3. les imprimeurs fournissent une prestation technique de très haute qualité, mais aujourd'hui, au-delà de cette prestation technique, il est indispensable de développer une prestation de services. De plus en plus le client attend de l'imprimeur un service complet et j'irai jusqu'à dire personnalisé qui inclut la prépresse, l'impression bien sûr, mais aussi le façonnage et le routage.

Le service global devient le vecteur de différenciation compétitive du marché.

Je ne reviens pas sur les différents défis auxquels sont confrontés aujourd'hui les industriels de cette filière graphique. Il en a été largement question au cours de ces deux journées.

J'aimerais orienter plus spécifiquement mon propos sur les décisions proposées par les services et négociées avec les 3 organisations professionnelles de l'imprimerie pour contribuer à dynamiser la filière graphique. Ce plan d'action qui avait été discuté comportait 3 points :

✍ Ce colloque d'abord auquel, mesdames et messieurs, je vous remercie d'avoir assisté. De mémoire, il paraît que c'est la première manifestation d'une telle ampleur organisée



en faveur de la filière graphique puisqu'elle a réuni, malgré des conditions difficiles, et je tiens à ce point particulier à vous faire part de ma satisfaction, plus de 280 personnes dont de très nombreux industriels que je veux sincèrement remercier pour leur présence parmi nous aujourd'hui. Votre présence, mesdames et messieurs, démontre l'intérêt que vous avez porté à cette initiative.

Je crois que vos travaux ont permis de rappeler les défis que rencontre la filière aux différents acteurs, publicitaires, annonceurs, industriels français, mais aussi étrangers, d'exprimer leur point de vue sur les défis qui ont fait l'objet de larges débats.

Ce colloque n'est pas une fin en soi. Il a vocation dans sa totalité ou en partie à être décliné en régions et le support des directions régionales de l'industrie de la recherche et de l'environnement sera très précieux pour cette déclinaison.

↳ Le deuxième volet de ce plan d'action est le recueil des témoignages des donneurs d'ordres. Vous avez trouvé dans l'exemplaire du dossier remis hier matin une version provisoire de ce recueil qui sera enrichi en fonction des travaux de ce colloque. Ce recueil a pu être réalisé grâce à un panel de donneurs d'ordres, des imprimeurs, qui ont accepté d'apporter leur contribution pour la réalisation de ce document, notamment lors d'une réunion dans nos locaux le 29 juin dernier.

Je tiens ici à les remercier tout particulièrement pour leurs témoignages qui ont permis d'aboutir à la création d'un document présenté par segment de marché. Son format de poche vous permettra de le conserver en permanence avec vous et de vous y référer chaque fois que vous jugerez utile d'en avoir besoin.

↳ Le troisième volet qui avait été décidé et qui sera mis en place à fin 2007 est, pour les entreprises volontaires, –et je sais qu'il y en a– une formation/action à l'exportation destinée *a priori* à 15 entreprises pour l'imprimerie. Elle aura pour finalité d'apporter à ces entreprises les outils nécessaires destinés à leur permettre de mieux aborder les marchés étrangers. Cet objectif suppose comme préalable de bien sûr définir une véritable stratégie à l'exportation, la définition la plus précise de l'offre en fonction des marchés cibles.

Mais le plan d'action en faveur de tous les acteurs de la chaîne graphique ne doit pas s'arrêter fin 2007. D'autres actions vont être mises en place dès le début 2008 dans le cadre d'un réseau que nous proposons de construire avec vous. On peut déjà, aux résultats de ce colloque, envisager des actions portant sur les thèmes suivants :

- les Grenelle de l'environnement qui se sont tenus en octobre 2007 me conduisent à citer en tout premier lieu le développement durable. Nous avons vu combien les efforts de pédagogie et d'expression au grand public sont importants dans ce dossier.

- Je veux aussi citer l'extension des échanges et des formats de données informatiques suivant le modèle TIC-PME, programme que nous avons lancé ici au ministère chargé des entreprises ;
- enfin, le développement du marketing.

Nous avons bien noté l'importance qu'avaient les marchés publics pour la filière. Une autre action sera lancée au début de 2008, la rédaction d'un guide des achats publics. L'objectif est d'aider les pouvoirs publics nationaux, régionaux, départementaux et locaux à bien faire le compromis entre la massification des achats prônée par un certain nombre de personnes et la volonté des ministres exprimée par le Président de la République de mettre en place un *small business act* à la française pour peu que tout ceci soit compatible avec les règles OMC.

Mais ce travail technique doit aider à bien paramétrer les marchés dans les appels d'offres et à les rendre mieux lisibles pour les imprimeurs. Nous espérons pouvoir rendre ce document disponible à la fin du premier semestre 2008.

Comme vous pouvez le constater, mesdames et messieurs, c'est un plan ambitieux que nous souhaitons mettre en place avec vous, avec les directions régionales et les organisations professionnelles de la filière. Je veux croire que ce plan d'action qui fera l'objet par les services d'un suivi régulier afin d'en apprécier les résultats aura pour effet de fédérer l'ensemble des acteurs de la filière graphique sur tout le territoire. La notion de solidarité nous paraît un point fondamental pour lutter contre la mondialisation ou pour en tout cas en profiter.

Avant de clôturer ce colloque, je voudrais vous remercier, mesdames et messieurs, pour votre présence et votre participation dans des conditions pas toujours faciles.

Je remercie les 3 organisations professionnelles de l'imprimerie, la FICG, le GMI, le SICOGIF, pour leur rôle actif dans la préparation de cette manifestation, mais aussi la fédération des industries peintures, encres, couleurs, colles et adhésifs, la FPECC, et la COPACEL avec qui nous entretenons de très nombreux contacts.

Merci aux intervenants. Merci aussi aux donneurs d'ordres ici présents et notamment ceux qui ont contribué à la réalisation du recueil des besoins et attentes des acheteurs d'imprimés.

Je remercie aussi les industriels qui, par leur présence au cours de ces journées, ont démontré l'intérêt qu'ils ont porté à cette manifestation. Merci également aux représentants des DRIRE sur lesquels nous comptons pour la déclinaison en région de ce colloque.

Les actes détaillés de ce colloque et le Cdrom associé seront mis en ligne d'ici fin décembre sur le site internet.gouv.fr et sur ceux des fédérations professionnelles afin de laisser trace de ce dossier.

Enfin, merci à Thierry MENERET, François PARCY et aux services de communication du ministère et à M. ADES D'avoir accepté d'animer cette manifestation durant ces deux jours et à vous tous, merci encore et bon courage.

*(Applaudissements)*

*(La séance est levée à 12 h 30.)*