



ÉKO BURO 2016 UNE 7^{ÈME} ÉDITION PLACÉE SOUS LE SIGNE DE L'INTELLIGENCE COLLECTIVE ...

Comme en 2015, Konica Minolta avait choisi le Carrousel du Louvre à Paris pour la 7^{ème} édition de ÉKOBURO, qui s'est tenue les 16 et 17 février 2016. Village Expo, Village Innovation, Village Responsable, Conférences...
Beaucoup de choses à voir et à entendre...

Pour cette 7^{ème} édition, premier constat : toujours plus de participation, avec quatre-vingt-neuf partenaires présents (plus du double qu'en 2015) et deux mille visiteurs, tous rassemblés autour du thème de l'innovation et du collaboratif. En ouverture, Jean-Claude Cornillet, Président de Konica Minolta signe la Charte Relations Fournisseur Responsable en présence du Médiateur National des relations interentreprises Pierre Pelouzet. Première conférence : l'économie circulaire. La réflexion est lancée, avec sur le plateau : Sophie-Noëlle Nemo, Directrice RECY'GO et Développement Durable à La Poste, Rémy Lemoigne, auteur de « L'économie circulaire », paru chez Dunod, Grégory Giavarina, Délégué Général de l'Institut de l'Économie Circulaire et Daniel Mathieu, Directeur Marketing & Communication et Développement Durable de Konica Minolta.

Le constat : La terre est 'finie' ... tout comme le modèle du 19^{ème} siècle auquel il serait vain de vouloir s'accrocher. A savoir, un modèle basé sur un produit consommé devenant systématiquement un déchet. Ensuite, la progression démographique fait que nous atteindrons les trois milliards d'individus en 2050 et les onze milliards en 2100 ! Et que tous ces individus devraient bénéficier d'un pouvoir d'achat croissant. Enfin, les ressources sont épuisées. Pas demain, aujourd'hui... Evoluer vers une économie circulaire basée sur une réduction drastique des déchets est donc bien LE défi auquel nous sommes confrontés. Dans ce contexte, que peuvent continuer à produire les entreprises ? Comment et sur quel business model ?

UNE VÉRITABLE CHAÎNE DE VALEURS

Une chose est certaine, elles ne doivent pas être seulement LE problème, mais doivent réaliser qu'elles sont aussi une partie de LA solution, en utilisant, notamment les ressources secondaires des uns pour en faire les ressources premières des autres. Illustration avec La Poste qui mène depuis dix ans une politique RSE sur tout le territoire. Pour cela, les facteurs assurent la collecte des papiers graphiques au sein les entreprises. Ces papiers, comme les cartons et les cartouches, sont ensuite recyclés au niveau de l'hexagone. Ils deviennent alors des ressources. Une telle démarche repose sur la responsabilité et la solidarité, notamment dans le cas de La Poste, en redonnant une activité à des personnes éloignées du monde du travail.

Chez Konica Minolta, la préoccupation environnementale remonte au tout début des années soixante-dix. Aujourd'hui, la société a réduit de 80 % ses émissions de CO2 et elle recycle des bouteilles de lait en bouteilles de toner dédiées à ses systèmes d'impression. Une expérience menée à l'usine d'Eloyes dans les Vosges. Pour cela, Konica Minolta a développé une technologie de lavage qui élimine l'odeur du lait et les minuscules particules qui dégraderaient la qualité. Deux unités de production ont été créées, l'une au Mexique et l'autre en Malaisie. Pourquoi des bouteilles de lait ? « Parce qu'elles sont blanches et faites de matière PEHD pure. Elles n'ont pas été en contact avec des produits chimiques et, de plus, existent en suffisamment grande quantité pour constituer un gisement stable et pérenne », explique Ricardo Barba, Responsable de la

Production de l'usine d'Eloyes. Cette démarche va permettre à Konica Minolta d'éviter la sous-traitance, d'acquérir une meilleure maîtrise de la qualité de ses produits, de produire en temps réel et de réduire son stock de bouteilles vides. Un bel exemple d'économie circulaire...

Regard sur les activités de bureau. Celles-ci produisent chaque année 2,4 millions de tonnes de déchets dont une grande partie peut être collectée, triée, recyclée, valorisée et même réemployée. Le papier représente environ 75 % du poids de ces déchets. Selon l'ADEME, un salarié consommé entre soixante-dix et soixante-quinze kg de papier par an et le coût économique pour une entreprise d'une centaine de salariés est estimé entre dix et vingt-cinq mille euros par an (uniquement en termes de consommation interne de papier et d'entretien du matériel). Si l'adoption d'éco-gestes en matière d'impression et la collecte du papier réduisent l'impact environnemental de la consommation de papier, le tout passant par le choix de son fournisseur de papier.

UN GESTE ET HOP, LE DÉCHET REDEVIENT UN PRODUIT !

Autre gros volume de déchets : les cartouches d'impression. Sur les sept mille tonnes de cartouches laser et toners qui circulent sur le marché français chaque année (principalement en entreprise), 70 % sont collectées par des entreprises spécialisées, telles le CONIBI qui regroupe aujourd'hui une quinzaine de fabricants d'imprimantes et de consommables et valorise plus de deux mille tonnes de consommables d'impression usagés, toutes marques confondues. Un



autre type de déchets, auquel on ne songe pas toujours : les gobelets plastique. Qu'ils proviennent de distributeurs de boissons payantes ou de fontaines à eau, les Français utilisent quatre milliards de gobelets par an, produisant ainsi trente deux mille tonnes de déchets plastique. Ces déchets finissent généralement dans un incinérateur ou dans une décharge car trop petits pour être triés dans les centres de recyclage.

Pourtant, il existe bel et bien des solutions pour recycler... comme la borne connectée de Canibal : un terminal digital made in France qui sait reconnaître, compacter et trier les bouteilles, gobelets et canettes, tout en impliquant les collaborateurs de façon interactive et ludique. La totalité des emballages récupérés est ainsi recyclée. Les gobelets en carton sont transformés en emballages alimentaires, les canettes en bobines de métal et les gobelets plastique en éco-matériau « maison » : le Caniplac qui permet la réalisation de revêtements de sol ou de cloisons ainsi que du mobilier et des accessoires de bureau. Une démarche qui réconcilie consommation et développement durable et valorise les politiques RSE des entreprises.

Certains déchets ne sont pas recyclables et ne peuvent pas davantage être réemployés. Que faire alors ? Pour ceux-là, La Réserve des Arts a créé une plateforme de collecte de rebuts d'entreprises à destination des professionnels du secteur culturel. Belle idée que de faire appel aux compétences des créateurs et surtout à leur imagination ! En

2015, La Réserve des Arts a collecté soixante quinze tonnes de déchets dont cinquante non recyclables. L'association soutient près de trois mille adhérents issus de soixante métiers différents. Elle permet ainsi une traçabilité des déchets d'entreprises, assure un engagement de réemploi local et encourage les professionnels de la culture.

INNOVATIONS ET MARCHÉS PORTEURS

Mais revenons à Konica Minolta et plus précisément aux projets développés par ces Business Innovation Centers (BIC). Tous reposent sur la co-innovation qui associe clients, start-ups et partenaires à la création de produits et de solutions. En 2014, Konica Minolta a décidé d'investir, sur les trois années suivantes, dix millions d'euros dans le financement de start-up. La collaboration de Konica Minolta avec la start-up autrichienne Wikitude, par exemple, a permis d'aboutir à la conception d'une solution de réalité augmentée mobile, pour smartphones, tablettes et technologies d'affichage portable.

Les marchés promus à un bel avenir ? Le cross média, la communication client omnicanal et l'ennoblissement du document. Sur le premier, d'après l'observatoire du ROPO (Research Online Purchase Offline) qui a interrogé cent clients sur leurs habitudes d'achats, le monocanal perd du terrain puisque vingt-neuf clients ne fréquentent que le magasin, vingt-quatre exclusivement le site internet et quarante-sept passent li-



brement de l'un à l'autre. Une transformation qui a donc des répercussions sur la manière dont l'entreprise gère et doit gérer sa communication. Enfin, d'après les études InfoTrends, les tendances sur 2013-2018 en matière de production marquent la prédominance des volumes d'impression couleur pour les applications en forte croissance (documents promotionnels, livres et magazines, packaging).

Tour d'horizon bien rapide et très axé sur l'environnement, aurez-vous peut-être tendance à penser. Certes, mais directement comme indirectement, il n'a été question que de cela... De production intelligente, avec toutefois une tendance transversale : s'associer rend plus fort. ■ C. C.

Des sites à visiter :
www.konicminolta.fr
www.green-alternative.fr
www.conibi.fr
www.canibal.fr
www.lareservedesarts.org