

www.lenouveleconomiste.fr

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 1/5

[Visualiser l'article](#)

L'impression écoresponsable

Du recyclage au conseil en passant par la compensation de l'empreinte carbone, les fabricants repeignent en vert leurs produits et services



© Freepik

Le choix de l'impression écoresponsable dans une entreprise est un engagement qui demande d'adapter ses process et ses habitudes d'achats. Les fabricants transforment leurs produits pour mieux s'adapter à la demande et tentent de faire de l'engagement vert un argument de différenciation sur le marché.

Réduire sa consommation de papier, d'encre ou de toner, rationaliser sa production de documents... s'inscrire dans une démarche d'impression écoresponsable peut paraître complexe alors qu'elle est aussi synonyme d'économie pour l'entreprise. Mais faire les bons choix parmi toutes les offres vertes du marché n'est pas aisé. Le choix de la technique d'impression est un élément clé dans la réduction de l'empreinte écologique, chez soi comme dans l'entreprise. Pour commencer, c'est un fait : les fabricants s'accordent pour dire que les imprimantes laser sont plus consommatrices en énergie que les machines jet d'encre. "C'est aujourd'hui la technologie de référence dans le grand public par manque de connaissance et habitude d'achat", regrette Thierry Bagnaschino, directeur marketing d'Epson France. Énergivores, ces machines renvoient également plus d'ozone et de microparticules dans l'air dont on ne connaît pas encore réellement l'incidence sur la santé. "Nous nous efforçons de promouvoir la technologie du jet d'encre qui représente aujourd'hui le plus faible coût à la tâche et nécessite peu d'intervention de maintenance des machines", poursuit-il.



[Visualiser l'article](#)

Depuis 2008, Epson "évangélise" en ce sens. Pour l'entreprise, le choix d'un système d'impression adéquat peut permettre de réelles économies. "C'est bluffant. Pour les grands comptes, il peut y avoir des milliers d'euros d'économie entre l'utilisation d'impression jet d'encre et laser, mais l'achat responsable reste compliqué puisque la personne responsable du développement durable d'une entreprise est rarement celle en charge de l'achat des périphériques." Pour favoriser le changement, Epson a lancé une page web "Faites la transition" proposant aux entreprises d'enregistrer leurs habitudes d'impression pour trouver la meilleure solution... et réduire leur consommation électrique et leur empreinte carbone.

"Pour favoriser le changement, Epson a lancé une page web "Faites la transition" proposant aux entreprises d'enregistrer leurs habitudes d'impression pour trouver la meilleure solution... et réduire leur consommation électrique et leur empreinte carbone"

Chez Konica Minolta, la réduction de l'empreinte carbone semble également au cœur des préoccupations, selon Florian Cassin, chargé de mission développement durable de l'entreprise : "En 2016, nous sommes arrivés à une réduction de 40% des émissions de CO2 par rapport à 2005 sur la production". Le fabricant s'est fixé l'objectif de réduire les émissions de CO2 de 80% sur toutes les étapes du cycle de vie de ses produits d'ici 2050 sur base des émissions de 2005. "Le gros du travail de réduction a déjà été fait. Nous sommes donc très optimistes pour 2050." Le fabricant Hewlett-Packard (HP) s'est quant à lui engagé à une réduction de 25% de son empreinte globale. "Pour 100 dollars de produits vendus, nous baissons de 25% l'intensité énergétique de nos produits", explique Catherine Martial, responsable Europe des problématiques sociales et environnementales chez HP.

Compensations déculpabilisantes

Les clients finaux exigent de plus en plus de respecter la durabilité et l'écoresponsabilité dans leurs appels d'offres, qu'il s'agisse de périphériques d'impression comme de matériels informatiques ou bureautiques. En réponse, au-delà de la réduction des émissions de gaz à effet de serre lors de la production des produits, les fabricants mettent en avant la possibilité de compenser son empreinte carbone en acquérant des "packs" (quelques euros supplémentaires seront facturés) destinés par exemple à financer des parcs éoliens ou la plantation d'arbres visant à préserver les forêts. "Certains clients sont sensibles à cela quand d'autres y voient une opportunité d'améliorer leur image de marque sur leur marché", poursuit Florian Cassin de Konica Minolta, qui a choisi Climate Partner comme partenaire "compensation carbone" pour le suivi de projets "offsets" (de compensation, en anglais), tels que la conversion sur l'île antillaise d'Aruba d'une centrale thermique en centrale éolienne, offrant à leurs clients des solutions clé en main pour s'investir dans le développement durable.

"Les fabricants mettent en avant la possibilité de compenser son empreinte carbone en acquérant des "packs" destinés par exemple à financer des parcs éoliens ou la plantation d'arbres visant à préserver les forêts"

Cette logique est parfois perçue comme un moyen de déculpabiliser d'un mode de vie polluant. En outre, le mode de calcul du prix pour la nature de l'empreinte carbone, et donc de sa compensation, ne peuvent être fixés de manière unanime. La réduction des impressions et l'optimisation des process sont donc des solutions plus directes pour réduire son empreinte énergétique (voir encadré). Cet avis est notamment celui de Catherine Martial chez HP. "Nous voulons avant tout diminuer nos émissions plutôt que de les compenser. Nous nous appuyons sur un département R&D qui fonctionne sans cesse pour améliorer les technologies du cycle global de l'impression cartouche-papier-imprimante." À titre d'exemple, l'entreprise s'est engagée à utiliser du papier issu de forêts gérées durablement pour l'ensemble de ses emballages produits (les

www.lenouveleconomiste.fr
Pays : France
Dynamisme : 0



[Visualiser l'article](#)

certifications principales reconnaissant les forêts durablement gérées sont FSC et PEFC) d'ici à 2020. En outre, depuis 1992, ses produits ne disposent plus de revêtement peint difficilement recyclable.

À une autre échelle, des imprimeries professionnelles ont recours à l'impression par amalgame pour limiter le gaspillage de papier. Les documents ayant les mêmes spécificités techniques (qualité du papier, grammage) pour un même client sont imprimés sur une même feuille. "C'est une sorte de tétis dont le client ne se rend pas compte puisque cela se fait après sa commande chez nous", explique Cécile Assayag Zimmermann, marketing manager France Belgique d'Onlineprinter chez qui, lors de la commande, il est également possible de souscrire l'option "impression climatiquement neutre" ou une compensation carbone pour quelques centimes. "Dix pour cent de nos clients l'ajoutent lors de leur commande."

Comme de près de 2000 imprimeurs en France, Onlineprinter a été labellisé "Imprimvert". Le label contrôle la filière d'élimination des déchets dangereux, la sécurisation du stockage des liquides dangereux, la non-utilisation de produits toxiques, la sensibilisation environnementale des salariés et de la clientèle, ainsi que le suivi des consommations énergétiques du site. Il est valable un an.

Plus de produits recyclés et durables

De son côté, le fabricant HP a reçu le prix Energy Star en 2018 aux États-Unis. Ce label sur un produit informatique indique que celui-ci est économe en énergie, même en veille. Les fabricants de systèmes d'impression ont été poussés par le législateur à mettre la main à la pâte pour le tri et le recyclage de leurs matériaux. Ainsi, depuis 2001, treize entreprises mènent campagne ensemble pour la collecte et le recyclage de consommables d'impression (toners et cartouches usagées) sous le nom de consortium Conibi. L'enjeu est de taille puis qu'en 2016, 59,8 millions de cartouches d'encre ont été produites par le groupe des 13, soit 90#% du marché. Cette année-là, 4,9 millions de cartouches ont été collectées, pour la plupart (64#%) chez les clients business. Une fois traitées, ces cartouches sont soit recyclées, soit réutilisées. La multiplication des gestes verts et de communication positive sur le recyclage permet à Conibi de jouir d'une activité lucrative, avec un chiffre d'affaires en hausse.

"Depuis 2001, treize entreprises mènent campagne ensemble pour la collecte et le recyclage de consommables d'impression (toners et cartouches usagées) sous le nom de consortium Conibi"

HP a lancé en 2000 son programme "Closed loop", boucler la boucle en anglais. Il s'agit d'un bond dans l'économie circulaire avec un cycle de recyclage des cartouches jet d'encre en d'autres cartouches jet d'encre. L'entreprise permet à ses clients de renvoyer ou consigner leurs cartouches usagées. Une autre partie du plastique recyclé provient de bouteilles issues d'une décharge de plastique en Haïti. L'économie circulaire se matérialise également chez plusieurs fabricants par la réparation et la remise en vente de certains de leurs produits.

Accompagner la transition

L'accompagnement des entreprises par des techniciens de maintenance œuvre également pour une utilisation plus durable des systèmes d'impression. "Nous proposons le remplacement gratuit des tampons de nos machines pour les professionnels, et allons intégrer des méga-réservoirs d'encre à certaines machines pour une autonomie de plus de 96 000 pages d'impression en noir" explique le directeur marketing d'Epson. "Nous accompagnons nos clients dans leur démarche et préconisons des optimisations lorsque cela est nécessaire : meilleure implantation dans les locaux, règles d'impression...", explique Florian Cassin chez Konica Minolta.

Les habitudes changent rapidement et la diminution du volume constatée grâce à de meilleures pratiques a fait évoluer les métiers de l'impression. Aujourd'hui, les fabricants ne proposent plus l'achat d'un produit



[Visualiser l'article](#)

mais bien d'un coût à la page et d'un service sur mesure comprenant des solutions globales pour la gestion des flux d'information.

L'écoresponsabilité, un enjeu de tous les jours au bureau

Les associations et agences de protection de l'environnement proposent désormais des documents pédagogiques pour faire émerger la réflexion chez les employés et les directions des systèmes d'information (DSI). Ainsi, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) propose dans son 'Guide de l'écoresponsabilité' des bonnes pratiques pour limiter son empreinte carbone par des impressions raisonnées.

Les directeurs d'achats privilégieront les toners et cartouches à approvisionner plutôt qu'à jeter et les réglages avancés qui permettent l'automatisation du recto-verso par exemple. Pour l'utilisateur, la dématérialisation des factures, des fichiers administratifs et la lecture sur écran sont préconisés, ainsi que la signature électronique, l'e-learning ou les téléprocédures administratives. Le WWF a également rédigé son 'Guide pour un système d'information écoresponsable' qui propose les enjeux d'un système d'information bien pensé et des conseils pratiques à mettre en place seul ou avec l'aide de logiciels. La "check-list du DSI" conclut le document pour repenser son système d'information en intégrant les données environnementales. Il existe par ailleurs d'autres comparateurs de logiciels de gestion d'entreprise permettant de trouver les meilleurs outils visant à la dématérialisation des documents.

Gradimir Ivanov, dirigeant de Komaks France

Pourquoi s'être lancé dans les produits bureautiques reconditionnés ?

Komaks France a constaté que nombre de produits bureautiques n'étaient pas obsolètes et que l'on pouvait les reconditionner au lieu de les jeter. Nous reconditionnons et recommercialisons 91 % du matériel que l'on reçoit. Les 9 % restants sont des déchets qui partent en recyclage. Reconditionner des produits encore en bon état n'est pas seulement une question de développement durable, c'est aussi une question d'économies. Avec un produit reconditionné, on peut faire des économies.

Constatez-vous une demande croissante pour ces produits ?

Il existe effectivement une demande croissante et importante pour les produits reconditionnés : certaines personnes ont les moyens d'acheter du matériel neuf, mais sont dans une démarche écologique ; d'autres n'ont pas les moyens d'acheter des produits neufs. Une imprimante neuve peut coûter jusqu'à 10 000 euros, alors qu'un produit reconditionné se vendra 7 à 10 fois moins cher. Ce sont des produits parfaits, pour tout type de structures comme les associations, les entreprises en création, etc. Le CA de Komaks France a augmenté de 40 % en 2017.

Comment convaincre les clients des bienfaits de l'impression durable ?

Tout dépend des consommateurs. Les constructeurs sont intéressés par l'impression durable car l'utilisation de solvants est, entre autres, interdite dans l'Union européenne. On utilise de plus en plus de cire pour l'impression, ce qui évite les produits résiduels et donc les déchets. Le fait de regrouper plusieurs appareils en un seul est une autre façon de faire de l'impression durable. Changer ses habitudes aussi : imprimer des e-mails ne doit plus être systématique. Imprimer recto verso économise du papier. Il est important d'apprendre

www.lenouveleconomiste.fr

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 5/5

[Visualiser l'article](#)

aux consommateurs à bien utiliser leur matériel. Nous organisons des formations en ce sens. L'impression durable est bonne pour la planète et permet de réduire les coûts.

En 2010, Ipsos a sondé 6 600 salariés de dix pays européens et des Émirats arabes unis sur les comportements des salariés en matière d'impression.

En moyenne, on imprime 31 pages par jour et par salarié. La France était sous la moyenne européenne avec 28 pages imprimées par jour et par salarié. En outre, plus l'entreprise est grande, plus on imprime : en moyenne 34 pages dans une entreprise de 500 personnes contre 26 dans une entreprise de moins de 10 personnes.

Source : Ipsos, "Toujours plus de pages imprimées inutilement - Observatoire des comportements d'impression en entreprise", 2010