

**Entreprise :**

INOXIA

**Renouvellement de l'engagement :**

Directeur Général d'INOXIA, je renouvelle par la présente l'engagement de notre agence à soutenir les dix principes du Pacte Mondial des Nations Unies concernant les droits de l'homme, les droits du travail et la protection de l'environnement. Ma détermination à faire progresser ces principes dans notre domaine d'influence est intacte et je m'engage à les intégrer dans la stratégie de notre agence, sa culture commerciale, et ses modes opératoires.

Philippe BARRE  
Directeur Général

**Illustration du principe du Global Compact : n°8 :**

*« Les entreprises sont invitées à entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement. »*

## Action

### Innover pour une communication plus responsable

---

#### Une légitimité et une expérience issues de l'expérimentation concrète de la « Performance Globale »

Agence de communication membre du Centre des Jeunes Dirigeants d'entreprise, INOXIA expérimente depuis plusieurs années une stratégie de responsabilité sociale et environnementale fondée sur les principes de la Performance Globale (voir site du CJD : <http://www.jeunesdirigeants.fr/Default.aspx?tabid=92> ).

Démarche de progrès en faveur d'un développement durable, cette stratégie promeut une autre vision de la performance, plus respectueuse de toutes les parties prenantes et moins axée sur la maximisation des profits à court terme.

Au-delà des discours bien-pensants, INOXIA a développé au sein de son organisation des initiatives pionnières et des plans d'actions pérennes et régulièrement évalués qui déclinent leurs valeurs de responsabilité aux plans économique, environnemental et social.

Titulaire de la licence Bilan Carbone™, INOXIA a initié les premiers bilan carbone dans son secteur d'activité. Elle mesure et pilote chaque année des programmes de réduction de ses impacts environnementaux : sensibilisation aux éco-gestes, prévention et tri des déchets, économies d'énergies, achats responsables, plans de déplacement... La compensation financière de ses émissions de gaz à effet de serre résiduels et incompressibles permet le soutien à des causes environnementales locales et internationales.

Sur le plan social, INOXIA vise un objectif de développement des compétences, d'équité des rémunérations, de partage de la richesse, d'amélioration des conditions de travail, de promotion de la diversité et d'attention à un meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle. INOXIA a mis en place une grille de salaire ramassée, anticipé les 35 heures, encouragé le temps choisi et promu la diversité dans son organisation. Des partenariats avec des structures d'insertion par l'activité économique et le déploiement du mécénat de compétences complètent un dispositif social en quête de progrès permanent.

INOXIA se soumettra en 2010 à une démarche d'évaluation de ses pratiques de développement durable par un organisme certificateur, au travers de l'audit d'évaluation **AFAQ 26000** mené par **AFNOR Certification**. Cet audit est cohérent avec les principaux référentiels en matière de développement durable (SD 21000, GRI, Global Compact, future norme ISO 26000) et apprécie le degré d'intégration des principes du développement durable au sein des organisations.

Ancrée et active sur son territoire respectif INOXIA a diversifié son activité vers l'architecture et l'urbanisme responsable. INOXIA reconvertit une friche militaire en cœur de ville à Bordeaux pour faire naître un éco-quartier emblématique du développement durable où elle installera ses activités en 2012 : le projet DARWIN.([www.projetdarwin.eu](http://www.projetdarwin.eu))

INOXIA est convaincue que l'équilibre entre efficacité économique, responsabilité sociale et respect de l'environnement est un gage de compétitivité, de valorisation et de pérennité. Elle affiche publiquement cette conviction au travers de plusieurs programmes internationaux sur le développement durable qui l'engage : Pacte Mondial et Carbon Neutral Network des Nations Unies.

### **La mise en œuvre d'une expertise unique en matière de communication responsable**

Entreprise particulièrement concernée par les questions du dérèglement climatique, de la crise énergétique à venir et de la cohésion sociale, INOXIA n'en demeurent pas moins des professionnels de la communication évoluant au cœur des défis sectoriels de leur profession.

A ce titre, INOXIA est consciente que sa capacité d'influence réside moins dans l'exemplarité de son action que dans sa capacité à traduire de façon concrète et opérationnelle ses convictions dans ses pratiques-métier.

Fort de la légitimité acquise au travers de la mise en place de la Performance Globale au sein de son organisation, INOXIA a ainsi développé en direction de leurs clients une offre de communication responsable complète, **de la copie stratégie responsable à la mesure de l'impact environnemental des campagnes**, en passant **par l'éco-conception de ses productions**.

Cette offre inédite et exclusive au plan national (voire au-delà) constitue une réponse innovante à la problématique du Greenwashing (usage abusif d'arguments écologiques à des fins commerciales dans la publicité) qui, au-delà du risque majeur de réputation qu'elle constitue pour les Marques, génère la défiance de l'opinion à l'égard des communicants.

Pour répondre à ce risque de décrédibilisation de la profession publicitaire, INOXIA a contribué à co-fonder le réseau Publicitaires Eco-Socio-Innovants (<http://publicitairesvsecoblanchiment.ning.com> ). Ce collectif de publicitaires engagés participe activement par ses propositions critiques et constructives au renouvellement des pratiques professionnelles afin d'intégrer les enjeux du développement durable dans le monde de la communication.

**L'antériorité de l'engagement institutionnel et de l'expertise métier d'INOXIA en faveur d'un développement durable fonde aujourd'hui sa légitimité incontestée en matière de communication responsable.**

L'expertise en communication responsable d'INOXIA se décline sur plusieurs volets :

## **1. Éco-socio-conception des campagnes**

---

*“ Ce qui n'est pas mesuré et évalué n'est vraisemblablement pas déployé et géré. ”*

**William Edwards Deming -1950**

**INOXIA propose à ses clients annonceurs de réduire à la source les impacts négatifs de leurs campagnes par une démarche d'éco-socio-conception systématique.**

**L'éco-conception** définit par l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise et l'Energie) est une méthode qui **vis** à **intégrer l'environnement** dès la phase de conception des produits, qu'il s'agisse de biens, de services ou de procédés. Cette intégration repose sur une approche globale et multicritère de l'environnement et est fondée sur la prise en compte de toutes les étapes du cycle de vie des produits.

Cette démarche respecte les principes et règles des référentiels de la série ISO 14040 (ACV), ISO TR 14062 et de la série ISO 14020.

L'objectif est d'améliorer l'empreinte écologique des produits/services c'est-à-dire réduire leurs impacts sur l'environnement tout au long de leur cycle de vie tout en conservant leur qualité d'usage (unité fonctionnelle).

**L'éco-socio-conception** consiste en la recherche d'une éco-socio-efficience. Cette méthode vise à fournir des biens et services satisfaisant les besoins des personnes et contribuant à la qualité de vie tout en réduisant progressivement les nuisances environnementales et les impacts négatifs sociaux tout au long du cycle de vie du produit (conception, développement, extraction des matières premières, fabrication, production et sous-traitance, distribution, consommation, fin de vie, valorisation/recyclage).

## 2. Copie stratégie responsable

---

**INOXIA accompagne ses clients dès la conception de leur campagne ou action de communication afin d'intégrer les enjeux du développement durable le plus en amont possible de la création des messages et visuels et prévenir ainsi le risque de Greenwashing.**

Au sein du collectif « Publicitaires eco-socio-innovants », INOXIA a contribué à élaborer un outil essentiel à la communication responsable qu'ils utilisent aujourd'hui au sein de leurs agences : la copie stratégie responsable.

La copie stratégie est l'outil de base de la communication pour élaborer des campagnes. Selon la manière dont elle est conçue, elle peut notablement influencer sur le fond comme sur la forme de ce qui va être communiqué au public. C'est pourquoi, au-delà des recommandations de bonnes pratiques, chartes et réglementations développées par les instances de la profession (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité), elle est le véritable moyen structurant de changer la logique des campagnes et de combattre les pratiques de détournement éthique dans les publicités.

La copie stratégie responsable vise à concilier l'intérêt de l'annonceur et celui de son environnement au sens large. Elle repose sur 3 notions essentielles :

**1. L'imaginaire vrai**

La communication doit s'appuyer sur les spécificités réelles du produit, du service ou de l'entreprise.

**2. L'empreinte immatérielle positive**

Encourager la marque ou l'entreprise à mettre en scène des idées, des valeurs, des territoires qui font évoluer positivement les mentalités et les pratiques liées à l'environnement, la diversité, la santé, les droits humains, le bien être animal, ....

**3.L'homme  
multidimensionnel**

La communication responsable s'adresse à l'homme dans toutes ses dimensions : l'individu, le citoyen, le consommateur, l'actionnaire, le salarié... Cela implique de veiller à ménager les victimes collatérales potentielles de la communication (minorités stigmatisées, travailleurs exploités, sensibilités bafouées...) en impliquant par exemple les ONG et les intéresser dans l'élaboration des campagnes.

Ces 3 notions s'accompagnent de 3 principes transversaux :

1. **La cohérence**, entre d'une part le message de la campagne, le produit, et d'autre part les pratiques sociales et environnementales de l'entreprise, de l'agence.

2. **La conscience** : le publicitaire est le "directeur de conscience" de la marque. Il a le devoir de questionner celle-ci lorsqu'il a des doutes sur le vrai de l'imaginaire qu'elle recherche. Il est co-responsable des conséquences éventuelles de l'inexactitude des preuves avancées par la marque. L'annonceur donne le droit à l'agence de l'interpeler. Au sein de l'agence, chacun, quels que soient sa fonction et son niveau, a le droit d'interroger le stratégie.

3. **Le bon sens** : face à l'importance des enjeux et à la complexité des bonnes pratiques à mettre en œuvre, il faut rester pragmatique et réaliste. Il faut être capable de savoir arbitrer entre publicité verte-éthique, maturité de l'annonceur ou du marché et recherche d'impact et de créativité.

La copie stratégie responsable est complétée par différents outils dérivés de ses 4 piliers et 3 principes (brief créatif, mix-média, demande d'achat d'art, TV-prod, brief rp, cahier des charges production, ...).

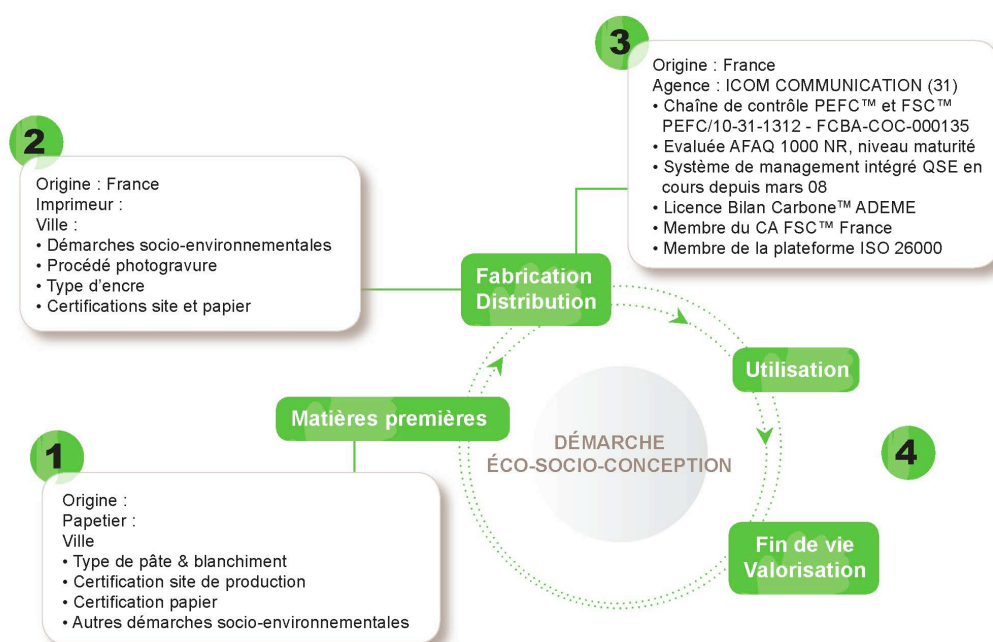
### 3. Mesure d'impact environnemental

INOXIA est titulaire d'une licence Bilan Carbone™ de l'ADEME qui les autorise à réaliser des diagnostics effet de serre. Elles complètent cette expertise par le recours à un réseau de partenaires dans l'ingénierie environnementale.

L'évaluation environnementale porte sur les impacts majeurs d'un support de communication, qui sont en même temps les plus visibles, c'est-à-dire :

- les émissions de Gaz à effet de serre (GES) liés à la matière première et aux modes de production (pâte à papier, feuilles/bobines, impression, agence conseil, transports) ;
- les déchets de fabrication (feuilles de passe, découpe de façonnage...)

Chaque étape de la démarche d'éco-conception du support de communication est expertisée :



## **a - Matière première**

La connaissance de l'origine du papier (pays, ville) permet d'appréhender les GES liés à l'acheminement. Les papiers sont ainsi qualifiés en fonction de :

- la distance d'approvisionnement (usine de fabrication et distributeur) ;
- les certifications et déclaration environnementale des sites de production (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS). Les certificats en cours de validité sont vérifiés une fois par an ;
- les certifications des papiers et écolabels : PEFC™, FSC™, écolabel européen La Fleur, Ange bleu, Cygne Nordique. Les certificats en cours de validité sont vérifiés une fois par an ;
- les déclaration environnementale, "paper profile" et empreinte carbone : les relations régulières avec les papetiers nous permettent de disposer d'informations qualitatives et quantitatives sur l'efficacité environnementale des produits (énergie, eau, CO<sub>2</sub>, produit de blanchiment, déchets, valorisation... ). Ces informations sont mises à jour une fois par an.

## **b - Impression**

Des imprimeurs (rotative & feuille) sont référencés sur le territoire national afin d'apporter une réponse pertinente en fonction de la situation géographique du client et de l'excellence environnementale du site de fabrication :

- transport-livraison des produits imprimés, dont sous-traitants (route, rail) ;
- démarches environnementales : adhérent imprim'vert®, ISO 14001, EMAS ;
- procédés de photogravure (CtP, CtF) ;
- nature des encres, taux de couverture et produits utilisés (encre à base végétale ou minérale, taux d'alcool isopropylique ou additif dans la solution de mouillage, produit de nettoyage avec solvant ou agents de nettoyage végétaux... ;
- volume de déchets généré (feuilles de calage presse, découpe de façonnage, documents non conformes) pendant la production (optimisation format des papiers, gestion du calage des couleurs) ;
- chaîne de contrôle PEFC™ et/ou chaîne de contrôle FSC™ (certification par un tiers) ;
- comptabilisation des GES liés à l'activité (méthodologie ADEME ou autre)

Chaque devis de fabrication précise le format et le nombre de feuilles utilisées permettant de calculer le volume brut (exprimé en tonne) de papier consommé.

Le volume net est renseigné par le volume livré chez le client. La différence correspond au volume de déchet généré pour chacune des productions (entre 15 et 40% en fonction du tirage effectué).



### **c – Impacts de l'agence de communication**

Le traitement annuel du bilan carbone de l'agence et le suivi journalier du temps passé par les équipes sur chaque production permet de comptabiliser les GES générés (périmètre service) par support de communication ou campagne.

En effet, titulaire d'une licence bilan carbone™ ADEME, INOXIA évalue depuis 2007 les gaz à effet de serre liés à son activité selon le périmètre suivant :

- mode de déplacement professionnel des collaborateurs ;
- mode de déplacement domicile-travail des collaborateurs ;
- mode de déplacement des visiteurs ;
- bâtiment;
- produits et matériel entrant dont papier graphique (supports de communication produits) ;
- amortissement des équipements informatiques ;
- services de conseil et assistance
- nature et volume de l'énergie consommée;
- nature des déchets évacués (DAOM, papier, carton... ) et filière de valorisation utilisée ;

Les résultats sont consolidés et validés chaque année par une organisation indépendante.

### **d - Utilisation et fin de vie**

La prise en compte du développement durable et de la gestion des ressources naturelles a conduit à considérer le recyclage comme la voie préférentielle pour la gestion des déchets. Cela évite un nouveau prélèvement de ressources naturelles dans la nature pour la fabrication de produits utiles à la société,

Dans le même temps, le développement du recyclage a donné naissance à une véritable industrie, créatrice d'emplois dans de nombreuses régions.

En France, actuellement, près de 100 usines recyclent des papiers et cartons de récupération, la plupart d'entre elles n'utilisant que des produits usagés récupérés, devenus, de ce fait, une ressource<sup>1</sup>. Ainsi, 60 % des fibres utilisées pour la fabrication proviennent de cette source de matière première ; le taux de récupération en 2008 est de 55 %.

Le mode de distribution des imprimés est pris en compte (NMPP, routage, distribution boîtes à lettre, transporteur... ) pour l'évaluation des impacts environnementaux liés à l'acheminement des supports.

---

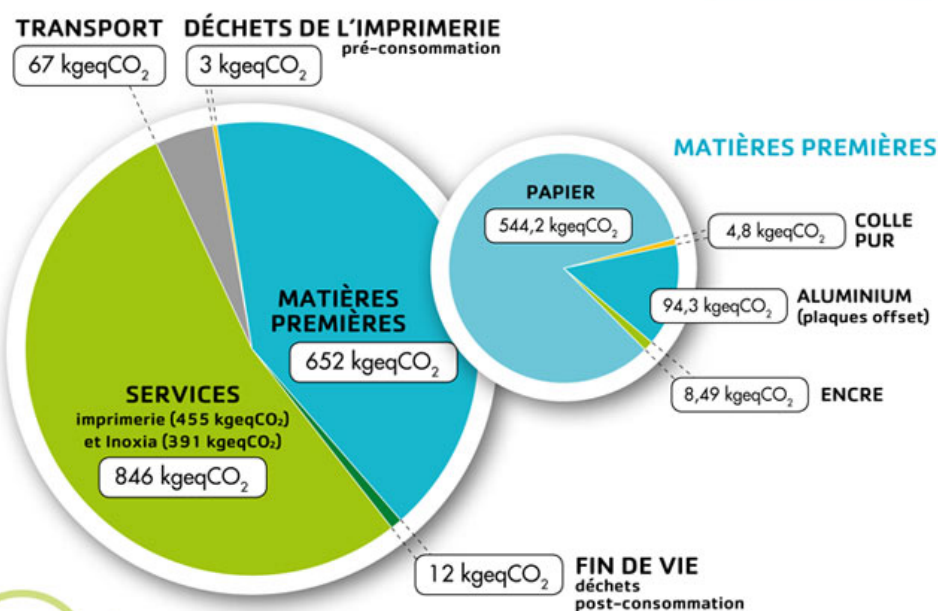
<sup>1</sup> source REVIPAP

Exemple d'affichage de la mesure d'impact environnemental d'un support de communication

Rapport d'activité et de développement durable  
Gironde 2009

# LE BILAN CARBONE

Ce rapport d'activité et de Développement Durable s'inscrit dans une démarche d'éco-conception depuis le choix des matières premières jusqu'à la gestion de la fin de vie du document. Son empreinte carbone totale est de **1,6 teqCO<sub>2</sub>**



## ÉCONOMIE

Plusieurs facteurs de vigilance nous ont permis de réduire son impact environnemental de près de 20% par rapport à une solution classique, parmi lesquels :

- L'optimisation de format qui a permis une économie de 50 kg de papier, soit **20 KgeqCO<sub>2</sub>**
- L'approvisionnement local du papier (par ailleurs certifié PEFC™) qui a généré 600 km de transport en moins soit une économie de **125 KgeqCO<sub>2</sub>**
- L'absence de pelliculage du document qui permet une économie de **137 KgeqCO<sub>2</sub>**
- L'optimisation du nombre d'impressions
- Le choix de prestataires attentifs à leur propre empreinte carbone

Ce rapport d'activité et de développement durable a fait l'objet d'une évaluation, réduction et compensation de ses émissions de gaz à effet de serre auprès de Pur Projet et porte ainsi la garantie «Objectif Zéro Carbone»



# Conception-réalisation : Inoxia - www.inoxia.com # Accompagnement de la démarche de développement durable de Lyonnaise des Eaux et rédaction du rapport : Presqu'île - Conseil en écologie et développement durable - www.presquiledurable.fr # Document imprimé par une entreprise Imprim'Vert® Rochelaise Nouvelle R, procédé CRP, encres à base végétale # Papier : Condat «Sil» 250 g et 150 g certifié PEFC™ # Crédits photos : Astoria Studio / APPA / Gettyimages / Lyonnaise des eaux / Pascal Bastien / Marc de Tienda / François Lefebvre / Images non contractuelles # Ne pas jeter sur la voie publique.



Réduire l'utilisation de matière première reste le principal enjeu pour réduire les impacts environnementaux d'un produit. En effet, le papier représente près de 50 % de la facture écologique totale d'un support de communication.

Il faut donc inciter les imprimeurs à réduire le format des feuilles offset utilisées sans pour autant modifier le format du document final. Ainsi, en choisissant un papier en format brut 63 x 88 cm au lieu d'un format brut 65 x 92 cm, voire 70 x 102 cm l'économie est au minimum de 8% (22% pour le format 70 x 102 cm).

Le choix du format est également lié au volume de déchet généré pendant le processus de fabrication. Pour un document A4 de 16 pages, l'utilisation d'un papier en format brut 63 x 88 mm permettra la réduction d'environ 30 % des déchets de découpe de façonnage.

Ceci n'est qu'un exemple des leviers d'amélioration à actionner dans le cadre d'une démarche d'éco-conception des supports de communication. Le choix d'une matière première certifiée FSC™ (sans rupture de la chaîne de contrôle de la forêt jusqu'au consommateur final) et d'un prestataire engagé dans le développement durable (management RH, stratégie globale, plan d'action RSE, indicateurs extra-financiers... ) illustreront le volet social/sociétal d'une démarche d'éco-socio-conception.

#### 4. Compensation carbone

---

**La Charte de la compensation volontaire de l'ADEME** définit la compensation comme “un mécanisme de financement par lequel une personne physique ou morale substitue partiellement ou totalement une réduction à la source de ses propres émissions en achetant auprès d'un tiers une quantité équivalente de crédits carbone”. Le principe sous-jacent à la compensation carbone est qu'une quantité donnée de gaz à effet de serre émise dans un endroit peut être “compensée” par la réduction ou la séquestration d'une quantité équivalente de gaz à effet de serre en un autre lieu.

Outre la compensation annuelle de ses propres émissions carbone liées à son activité, INOXIA propose à ses clients de les accompagner dans la compensation des émissions de gaz à effet de serre induites par leurs actions ou campagnes de communication.

Pour ce faire, INOXIA agit dans le cadre particulier du volontariat (mécénat environnemental) en ayant recours à des acteurs qui ne sont pas soumis à une contrainte réglementaire pesant sur leurs émissions de gaz à effet de serre (par exemple dans le système communautaire de l'échange de quotas d'émission), ou qui souhaitent aller au-delà de leurs obligations.

Ce marché volontaire du carbone répond plus facilement aux exigences de simplicité et de flexibilité. Ce système permet de financer des projets à fort potentiel de développement durable qui rencontraient des difficultés à être financés par le MDP. C'est notamment le cas du projet de reforestation et d'agroforesterie Alto Huayabamba concernant des petits producteurs de cacao membres de la coopérative péruvienne ACOPAGRO que suit l'organisme de compensation Pur Projet dont INOXIA est partenaire.

Projet pionnier au Pérou, l'objectif est de semer 2 000 000 d'arbres en 5 ans et de stocker environ 2 200 000 tonnes de CO<sub>2</sub>.

Chaque arbre planté dans le cadre de la compensation carbone (1 600 arbres au total sur la parcelle) est identifié et suivi par un organisme indépendant (SGS).

**INOXIA a innové en 2010 en proposant deux nouveaux systèmes de compensation carbone à ses clients :**

**a) mise en place volontaire d'une « contribution climat énergie » pour compenser les émissions liées aux transports des travaux d'impression et privilégier ainsi la proximité**

La quête du meilleur rapport qualité/prix conduit parfois à travailler avec des fournisseurs distants du point de la livraison finale. Le poids du transport pèse beaucoup dans l'impact environnemental d'une opération de communication. La raréfaction et le renchérissement des ressources fossiles appellent des solutions innovantes pour encourager les circuits courts.

*INOXIA, en partenariat avec Pur Projet, a choisi d'appliquer un système de « contribution énergie climat » pour les travaux d'impression ayant lieu à une distance excédant 150km du point de livraison.*



*Pur Projet ([www.purprojet.com](http://www.purprojet.com)) est un collectif de lutte contre la déforestation et le réchauffement climatique par l'agro-forêt tropicale. INOXIA utilise ses services pour compenser les émissions de CO<sub>2</sub> généré par le fret de travaux d'impression.*

**b) Monitoring de l'énergie consommée par l'usage des supports dématérialisés et compensation par la production d'énergie verte équivalente injectée dans le réseau**

Contrairement à ce qu'on pense souvent, la dématérialisation des supports n'est pas le remède miracle pour minorer son empreinte écologique. Le bilan carbone d'une communication électronique, souvent énergivore en raison de la multiplicité des outils qu'elle mobilise et de leur alimentation électrique, s'avère bien souvent moins bon qu'une communication papier !

*INOXIA, en partenariat avec WattValue, propose des solutions pour calculer, limiter et compenser l'impact carbone des supports électroniques.*

*Wattvalue ([www.wattvalue.fr](http://www.wattvalue.fr)) est une société de promotion de l'électricité produite à partir de sources d'énergie renouvelables. Elle a créé le service WattImpact qu'INOXIA implémente sur les outils électroniques de ses clients pour estimer en temps réel et compenser les émissions de CO<sub>2</sub> générées par l'usage du web.*



**INOXIA aura contribué à compenser plus d'une centaine de tonnes eq. CO<sub>2</sub> en 2010.**