

Guide

CONSOMMATION

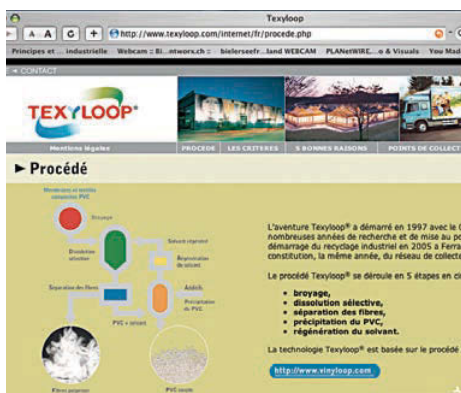
Sac réversible et retournable

Une bâche publicitaire reste suspendue quelques jours alors que la matière première dont elle se compose a une durée de vie illimitée. A cause des œilletons, difficiles à enlever, ces bâches partent à l'incinération ou à la décharge alors qu'elles pourraient être recyclées.

Ces deux paradoxes ont fait germer l'idée de Réversible dans l'esprit de Jean-Marc et Marie Angèle Imberton. Dans leur atelier à Lyon, créé voici une année, ils déroulent les bâches, enlèvent les encombrants œilletons, découpent les visuels intéressants et font confectionner les sacs dans des ateliers de maroquinerie à Vaulx-en-Velin. Le reste de la toile, libre d'œilletons, part au recyclage. Les sacs sont vendus de 60 à 80 euros dans des boutiques branchées et par internet.

Par rapport aux bâches de camion, les bâches publicitaires sont beaucoup plus souples et ont des visuels plus attirants. Deux caractéristiques qui font toute la différence entre la marque lyonnaise et les besaces Freitag. Les sacs Réversible sont plus design, plus colorés et leur finition est plus travaillée. Réversible se distingue aussi par sa démarche plus engagée. Les sacs sont livrés avec une enveloppe confectionnée elle aussi en bâche, qui permet de renvoyer l'article chez le fabricant quand il arrive en fin de vie. Le sac Réversible est donc aussi retournable.

www.reversible.fr



Bâches recyclables

A partir de 2008, les textiles enduits de plastique PVC, les bâches donc, seront recyclées à Ferrara en Italie. Ferrari Textiles, entreprise familiale basée à la Tour-du-Pin, près de Grenoble, s'est associée au chimiste Solvay pour développer Taxyloop. Ce procédé permet de séparer le PVC des fibres polyester qui peuvent dès lors réintégrer leurs filières respectives. Le coût net du traitement, après déduction des recettes de la vente des matières recyclées, revient à 150 euros la tonne. Il est assumé par la personne ou l'entreprise qui cherche à se débarrasser de la bâche.

Ferrari Textiles a investi près de 6 millions d'euros pour mettre au point ce procédé et construire l'usine, d'une capacité de

2000 tonnes de bâches par an. La collecte est déjà en place dans plusieurs pays européens : quinze points de collecte sont répartis sur le territoire français, deux en Suisse, trois en Allemagne, quatre en Autriche, un en Espagne et un en Italie.

L'usine de recyclage est le troisième et dernier pilier de la stratégie d'écologie industrielle de Ferrari. Le premier est la légèreté : fabriquer les textiles les plus légers possibles pour économiser les ressources. Le deuxième est la durabilité : un tissu d'extérieur peut tenir jusqu'à vingt ans. C'est le cas, par exemple, des bâches qui couvrent les stades. Mais les bâtiments textiles sont souvent éphémères. D'une halle de fêtes à une tente de jardin, d'un hangar à un toit provisoire, Ferrari réutilise les mêmes bâches. Pour leur donner une deuxième vie, la société encourage leur détournement sous forme de sacs Freitag ou Réversible.

www.taxyloop.com

COLLOQUE

Pour élus et techniciens des administrations

Pour la quatrième fois, le réseau Idéal organise les Ateliers du développement durable les 17 et 18 octobre. Deux jours durant, presque un millier d'élus, techniciens et entrepreneurs ont rendez-vous à Bordeaux pour partager leurs expériences, idées et projets en lien avec l'écologie. Thème de cette année : le changement climatique. La réflexion portera principalement sur l'articulation possible des diverses échelles territoriales et les leviers envisageables.

Le réseau Idéal, qui regroupe plus de cent collectivités locales, a pour vocation d'animer l'échange de savoir-faire entre collectivités. Son but est de relayer les meilleures pratiques existantes et les tendances émergentes dans tous leurs domaines de compétences, dont celui de la durabilité.

www.reseau-ideal.asso.fr/add4/

ASSOCIATIONS

FRANCE

Orée a quinze ans

Orée réunit des entreprises de toutes tailles, collectivités publiques, associations et organisations professionnelles pour construire une réflexion commune sur la prise en compte de l'environnement à l'intérieur de chaque entreprise et sur un territoire. Le point fort d'Orée, qui fête ses quinze ans cette année, est la richesse des outils qu'elle propose pour favoriser la communication et l'échange entre ses membres et avec d'autres institutions et publics. L'écologie industrielle est l'un des chantiers d'Orée qu'elle aborde en rapport avec la gestion des zones d'activités.

www.oree.org

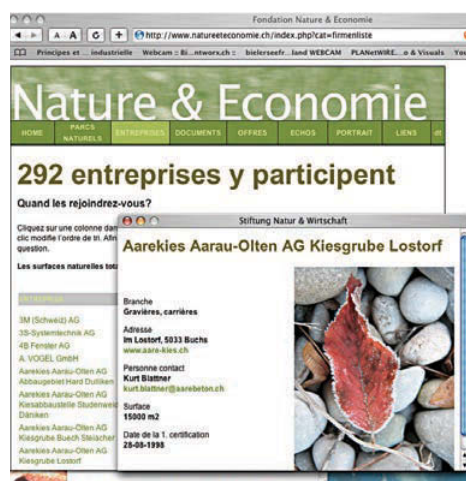
SUISSE

La nature aux portes de l'entreprise

L'aménagement d'un parc naturel autour d'une entreprise améliore la qualité de la vie des employés, des clients et des passants. Avec l'aide de la Fondation nature et économie, presque 300 entreprises suisses ont découvert les joies des jardins sans engrais, des herbes

folles, des toits et façades végétalisés, des haies naturelles, des chemins à gravier et des étangs d'eau de pluie. Ce qui équivaut à une surface de 1600 hectares, où la nature peut à nouveau s'épanouir au milieu du tissu industriel. Les entreprises les plus méritantes obtiennent le label « Parc naturel ». Cette proximité avec la nature aidera-t-elle toutes ces entreprises à s'en inspirer pour boucler leurs cycles et diminuer leurs impacts ?

www.natureeteconomie.ch



LIVRE

Comprendre et agir

Environnement et entreprises place l'écologie industrielle dans le contexte des différentes stratégies pour faire rimer économie et environnement.

Les entreprises se trouvent en effet prises en étau entre trois paramètres : les instruments économiques et législatifs que les gouvernements mettent en œuvre pour les inciter à moins nuire ; la pression sociale qui se manifeste notamment à travers la notation sociale et environnementale des entreprises ; leur intérêt individuel à économiser des ressources pour faire des gains dès aujourd'hui et, surtout, éviter d'énormes coûts à l'avenir. Ce sont là les trois grands axes de ce document éclairant pour toute entreprise qui cherche à progresser en ces temps d'incertitude écologique.

DOMINIQUE BOURG, ALAIN GRANDJEAN, THIERRY LIBAERT. *Environnement et entreprises. En finir avec les discours*. Paris. Village mondial, 2006.

