

## L'ACTUALITÉ DES PME

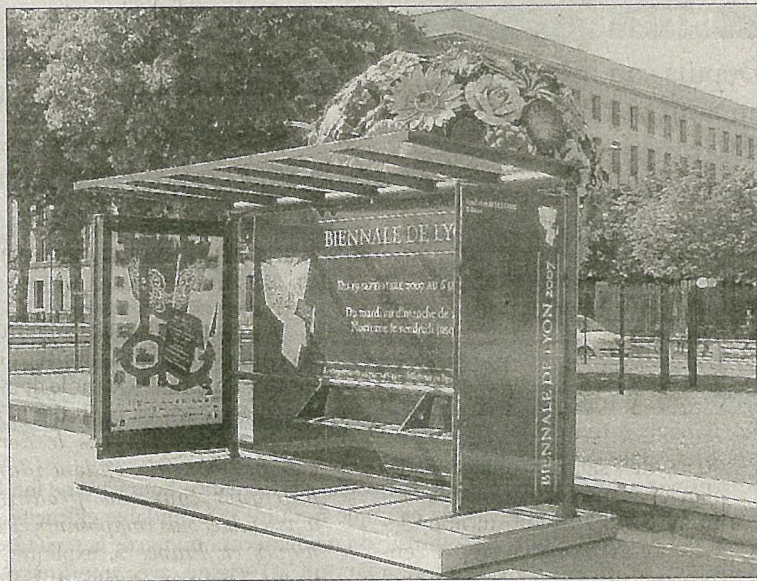
# ATC Groupe adopte l'éco-attitude pour ses « habillages »

### RHÔNE-ALPES

Basé à Villeurbanne, cet imprimeur numérique de grands formats choisit des supports biodégradables avec des encres végétales et imagine une deuxième vie pour ses productions.

Ses réalisations ne risquent pas de passer inaperçues... ATC Groupe vient en effet de signer un contrat avec Darty pour le *covering* de 400 voitures. La société implantée à Villeurbanne, à côté de Lyon, s'est d'abord fait une place sur le marché de la signalétique avec ses bâches de grandes dimensions (comme celles qui « enveloppent » le Stade de France). Au fil des évolutions technologiques et de ses investissements, elle a développé une autre spécialité : l'habillage des véhicules. Ainsi, c'est elle qui transforme 80 % de la caravane du Tour de France et a mis aux couleurs de la Coupe du monde de rugby quelque 80 Toyota... sans compter les autocollants qu'elle réalise régulièrement pour Carlogo, spécialiste de la pub sur auto.

Mais c'est sur une innovation en matière de protection de l'environnement que le groupe veut aujourd'hui attirer l'attention. « Nous nous estimons gros pollueurs : nous imprimons des bâches en PVC avec des encres à solvants ; nous générons des déchets — à cause des surplus de sur-



Les habillages écolo de la PME se retrouvent à la Biennale d'art contemporain de Lyon : décoration d'Abribus, habillage d'ascenseurs de métro... DR

face, des ratés ; et nos banderoles ont une durée de vie assez courte. Or l'innovation, les paris sur l'avenir, les choix audacieux nous ont plutôt réussi jusqu'à présent : c'est pourquoi nous nous engageons dans une démarche en lien avec l'avenir de la planète. »

### FÉDÉRER CLIENTS ET FOURNISSEURS

Depuis bientôt un an, ATC a donc adopté l'« éco-attitude », « bien au-delà », assurent Christophe Aussenac et Robert Combes, ses dirigeants, de la simple stratégie marketing ». Le groupe s'est donc mis en quête, auprès de ses fournisseurs, de solutions techniques afin d'élaborer un catalogue de produits (bâches, pan-

neaux d'exposition rigides, vinyles adhésifs) « 100 % écolo » : à ce titre, il devient un site pilote pour Efi Vutek en étant le premier en Europe à utiliser sa nouvelle machine à encre végétale. Par ailleurs, il a trouvé des sup-

ports biodégradables ou recyclables, des adhésifs sans PVC, etc. Parallèlement, les collaborateurs s'impliquent pour économiser les matières et gérer les déchets. Sur ce dernier point, la société avait déjà posé quelques jalons et renforce des partenariats bien engagés. En tête de file, l'éco-designer expert en solutions durables Frédéric Cadet accompagne les équipes pour « une démarche globale ».

La PME a aussi noué des liens privilégiés avec Reversible, société qui crée des sacs avec les chutes de bâches imprimées, Triple E, qui a conçu un pouf fabriqué avec des toiles publicitaires de récupération, ou encore l'association Art Gens, qui revalorise et recycle des déchets en imaginant des objets artistiques. Et le groupe entend bien faire du prosélytisme. « Notre ambition est de fédérer autour de cette éco-attitude nos clients et nos fournisseurs », insistent les codirigeants. On voit leurs nouveaux produits sur la Biennale d'art contemporain : PLV (publicité sur le lieu de vente) sur le site principal, décoration d'Abribus, habillage d'ascenseurs de métro...

ANNE JOLY, À LYON ■

## SEIZE ANS DE CROISSANCE NON STOP

Christophe Aussenac et Robert Combes créent ATC Caractères en 1991. Ils commencent en découpant des adhésifs, avant de voir plus grand. Dix ans plus tard, ils impriment les bâches du Stade de France, s'attaquent au marquage des véhicules, rachètent un atelier de

sérigraphie et ouvrent un bureau à Paris, juste avant celui d'Annecy. Aujourd'hui, la société emploie 75 personnes, table sur 11,8 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année et poursuit sa politique d'investissements (500.000 euros pour l'éco-attitude).

A. J.