

Chez l'imprimeur le plus durable du monde

FORWARD (7/8) Le superlatif est plus qu'un argument marketing. La PME bernoise qui y a recours a décroché il y a trois ans un certificat environnemental particulièrement exigeant. Loin de nuire à ses affaires, sa démarche lui a ouvert de nouveaux horizons

FORWARD

FORUM DE L'INNOVATION POUR LES PME

Découvrez dans «Le Temps» notre série de huit articles dans le cadre de Forward, le Forum de l'innovation pour les PME.

Date et lieu de l'événement

Mardi 3 mars 2020 à l'EPFL.

Thème

Ma PME dans cinq ans, les nouvelles dimensions de l'innovation

Informations et inscriptions

forward-sme.epfl.ch

ALINE BASSIN

@bassineline

Il faut franchir la Sarine et se rendre au cœur de l'Emmental bernois pour trouver l'entreprise estampillée «cradle to cradle» (du berceau au berceau) la plus occidentale de Suisse. Né dans les années 1990 en Californie, ce certificat très exigeant vise le «zéro déchet». Tout doit pouvoir être recyclé sans perte de qualité ou rejeté dans l'environnement sous forme de nutriments.

Nichée depuis 1912 en plein cœur de Langnau, chef-lieu de la région, l'imprimerie Vögeli n'a pas attendu la vague verte pour entreprendre sa mue écologique. «La durabilité a toujours été présente chez nous», raconte dans un excellent français Markus Vögeli, l'un des deux frères qui gèrent aujourd'hui l'entreprise fondée par leur arrière-grand-père. «Quand j'étais petit, mon père et la plupart des employés allaient au travail à vélo. Aujourd'hui, bien sûr, ce n'est plus pareil puisque nous avons des gens qui viennent de Berne ou de Thoun. Mais ces valeurs sont restées.» Le premier grand pas est entrepris en 2006 lorsqu'un nouveau bâtiment est construit. Un soin particulier est apporté au choix des installations de climatisation, cruciales pour les travaux d'impression, mais énergivores. Un système de refroidissement assuré avec de l'eau



Markus Vögeli: «Quand j'étais petit, mon père et la plupart des employés allaient au travail à vélo.» (DANIEL RIHS/L3 PHOTO POUR LE TEMPS)

puisée dans la nappe phréatique est mis en place. Il permet de ne consommer que 4% de l'énergie qu'une option traditionnelle nécessiterait. Les frères Vögeli poursuivent leurs efforts, puis constatent avec frustration qu'ils ne peuvent plus réduire leur empreinte. C'est alors que Markus lit un article évoquant une imprimerie autrichienne sur le point d'obtenir le certificat «cradle to cradle». «J'ai appelé pour savoir si nous pouvions nous inspirer de leur expérience.»

Rien ne doit se perdre

La collaboration se met rapidement en place. Le processus de certification débute en 2016. «Beaucoup de tâches administratives, témoigne Markus

Vögeli, mais nous n'avons jamais hésité.» L'exercice a aussi un coût: 300000 francs. Ce montant inclut la somme payée à l'entreprise autrichienne pour bénéficier de son savoir-faire. Si la charge est importante, une grande partie du travail est déléguée à un intermédiaire qui s'occupera de dialoguer avec les fournisseurs, voire en trouver de nouveaux pour satisfaire les exigences du certificat. «C'est un changement complet de paradigme, observe Markus Vögeli. Théoriquement, on ne devrait plus s'inquiéter des ressources puisqu'il n'y a pas de perte.» C'est avec l'organisation suisse EPEA que l'imprimerie va entamer cette métamorphose. Albin Kälin est fondateur et directeur

de cette société à responsabilité limitée, pionnier de l'économie circulaire. Mandaté par les deux entrepreneurs, il va revoir toute la palette des matériaux utilisés par l'imprimerie: encres, colles, mais aussi carton et papier. «Ça a été notre plus grande surprise, observe Markus Vögeli. On pensait que le fait de recycler suffisait. On a découvert à quel point la nature du papier et la chimie des encres peuvent être nuisibles.»

«L'effet Greta»

«Très souvent, les entreprises méconnaissent leur chaîne de valeurs, notamment celle de leurs partenaires», constate Albin Kälin. Le patron d'EPEA note toutefois avec humour un intérêt

croissant: «J'appelle cela l'effet Greta. Avant, nous avions des vents contraires. Maintenant, nous avons du vent de côté. Vive le vent dans le dos!»

Egalement active dans d'autres pays européens, sa société a déjà certifié une douzaine de sociétés suisses, toutes alémaniques. La plupart d'entre elles sont des PME, «beaucoup plus souples pour entreprendre rapidement cette démarche». Parmi les entreprises certifiées figure le fabricant de sous-vêtements Calida. Celui-ci a confié la réalisation des emballages de sa ligne «I love nature» à l'imprimerie bernoise. «Le but, c'est de créer un réseau d'entreprises qui adoptent la même démarche», souligne Albin Kälin. «Cela permet par ailleurs

de créer des emplois en Suisse, complète Markus Vögeli dont l'entreprise compte une cinquantaine de collaborateurs. Avant, Calida effectuait cette étape à l'étranger.»

Chiffre d'affaires et rentabilité en hausse

L'imprimerie Vögeli se révèle vite être un élève modèle. Dans son domaine, elle est la seule au monde à avoir obtenu le standard d'or du certificat, un certificat qu'elle décroche en 2017. Elle actionne ce puissant levier marketing avec succès. En un an, le chiffre d'affaires généré par les produits couverts par le label a doublé. Le surcoût d'environ 5% de cette voie ne dissuade pas un nombre croissant de clients. Aucun chiffre précis n'est dévoilé, mais les propriétaires de l'imprimerie signalent avoir également amélioré la rentabilité de leur entreprise. Car le processus a

«Avant, nous avions des vents contraires. Maintenant, nous avons du vent de côté»

ALBIN KÄLIN, PATRON DE L'ORGANISATION SUISSE EPEA

aussi été source d'opportunités. Un exemple: la découverte d'un papier d'excellente qualité, moins cher et écologique. De nouveaux produits ont aussi vu le jour, à l'instar d'un nouveau carton épais produit grâce aux chutes de papier que les opérations de coupe occasionnent. Les frères Vögeli ont déjà changé une trentaine de matériaux et ambitionnent d'en améliorer encore une quinzaine. Et ils ne craignent pas d'être imités par la concurrence. «C'est l'objectif que les entreprises deviennent plus durables», affirme Markus Vögeli sans la moindre hésitation. «Nous resterons toujours les premiers à avoir entrepris ce processus. Et nous continuerons à chercher à nous démarquer, comme nous l'avons toujours fait.» ■