



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le tigre de Sumatra, la déforestation et les engagements de l'AACC

Paris, le 12 mars 2010 – *Le reportage d' « Envoyé Spécial » sur France 2 d'hier est édifiant. Il met en exergue le comportement agressif d'un tigre ayant tué 11 personnes, comportement qui peut résulter de la déforestation illégale des forêts indonésiennes pour la fabrication de la pâte à papier et il met l'accent sur l'impunité de telles pratiques.*

10% des papiers utilisés en France seraient d'origines douteuses, via des importations lointaines *, ce qui n'est pas un chiffre catastrophique au regard des 90% restants qui s'en trouvent donc être, en principe, vertueux.

Pour autant il nous faut travailler sur ces 10% pour minimiser nos impacts. Si les forêts françaises ne sont pas impactées par l'activité économique de la filière papier, l'exemple de Sumatra n'est malheureusement pas unique au monde et progressivement – grâce aux travaux des journalistes et des ONG – l'information circule, il faut maintenant agir.

La **commission Développement Durable de l'AACC**, avec d'autres organismes, associations ou fédérations se mobilise pour agir concrètement sur les achats de papier liés à nos métiers. Nous voulons donc :

- Créer des outils de traçabilité sur l'origine des pâtes à papier, afin que les choix puissent être faits en amont, en toute transparence, par les professionnels de la filière, les annonceurs, les agences, les plateformes, les papetiers, les distributeurs et les imprimeurs,

et s'il le faut, créer une liste noire des entreprises qui ne respectent pas les règles d'usages pour, à la fois, les forcer à stopper ces pratiques et nous permettre, à nous professionnels responsables, de gérer nos productions dans le plus grand respect de l'environnement.

- Notre responsabilité est de minimiser le plus possible - pour in fine les proscrire définitivement - de telles pratiques douteuses qui mettent en danger la nature mais aussi les économies locales. Des labels et des certifications existent aujourd'hui tout au long de la filière mais ils vont devoir très clairement évoluer vers une approche basée sur des critères indiscutables.

** estimation WWF 2010 salon Intergraphic, de son côté – et spécifiquement sur Sumatra – la COPACEL annonce pour 2009 1,1% de pâte à papier et 0,14% de la consommation de papiers et cartons en provenance de l'Indonésie dont une partie est certifiée.*

Tous nos clients sont aujourd'hui confrontés à des pressions sur leurs achats et nous devons, bien sûr, en tenir compte dans nos offres commerciales.

Mais nous ne devons pas nous abriter derrière l'argument prix pour accepter des dérives malsaines car beaucoup de professionnels européens proposent aujourd'hui des solutions respectueuses de l'environnement, aussi bien en ce qui concerne la gestion durable des forêts, la fabrication des pâtes à papier, le recyclage, et les process d'impression et ce à des prix très compétitifs.

Il est donc fondamental que tous les acteurs de la filière s'opposent formellement à la continuation des pratiques dénoncées dans l'émission « Envoyé Spécial » en prenant des engagements d'achat très fermes et en développant des outils de traçabilité incontestables.

Notre profession a déjà fait beaucoup d'efforts depuis le Grenelle de l'environnement et ce n'est pas quelques intérêts à court terme qui nous empêcheront de poursuivre notre action.

Pierre Siquier

Groupe Ligaris

Président

Commission Développement Durable de l' AACC

Rémy Carteret

The Shop Groupe Young & Rubicam

Directeur de la Production Print

Commission Société et Délégation Production Publicitaire AACC

A propos de l'AACC - Créée en 1972, l'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC) est un syndicat professionnel régit par la loi du 21 mars 1884.

Représentant plus de 80 % de la profession, l'AACC regroupe 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 10 000 salariés. L'AACC est aussi une fédération de métiers qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : publicité, marketing services, communication interactive, communication corporate, communication santé, production publicitaire et communication événementielle.

L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.

Contact presse :

Emilie Rohmer - erohmer@aacc.fr - 01 47 42 27 26

