

La démarche Cart'Com Eco

NON'STOP MEDIA - CART'COM
01 43 79 83 95
info@nonstopmedia.fr

www.nonstopmedia.fr



Sommaire

ÉDITO

PAGE 3

I - CART'COM, CULTURE ET GRANDES CAUSES

Introduction à la Démarche Éco

PAGE 4

PAGE 5

II - L'EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

Fabrication engagée

PAGE 6

PAGE 7

Soyons tous impliqués, nous sommes tous concernés !

PAGE 8

III - LA DÉMARCHE ÉCO

Des arbres et de la couleur en plus

PAGE 9

PAGE 10

Cart'Com, entreprise citoyenne

PAGE 11

Mobilisation interne

PAGE 12

Sensibilisation externe

PAGE 13

International Freecard Alliance

PAGE 14

Dessine un arbre et participe au Défi pour la Terre

PAGE 15

Un réseau publicitaire responsable

PAGE 16

IV - DÉFIS FUTURS

PAGE 17

V - PRESSE

PAGE 18

VI - PARTENAIRES

PAGE 21

Edito

Le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) travaille depuis 1999 avec le secteur publicitaire pour agir sur les modes de consommation en favorisant le développement de messages efficaces sur le développement durable.

Dans ce cadre, le PNUE soutient la politique de Cart'Com en matière environnementale.

Consciente de l'impact de son activité, Cart'Com a décidé dès 2005 de produire ses cartes publicitaires exclusivement sur du papier recyclé.

Par ailleurs, Cart'Com a mis gracieusement cet outil de communication au service de messages en faveur d'une publicité responsable et de comportements éco-citoyens.

Cette année, le PNUE s'associe au groupe Non'Stop Media et à son media historique Cart'Com pour célébrer la Journée Mondiale de l'Environnement et soutenir les initiatives en faveur de l'environnement à travers le monde.

Solange Montillaud-Joyel
Chargée de Communication

Programme des Nations Unies pour l'environnement
Division de la Technologie, de l'Industrie et de l'Economie

Cart'Com, culture et grandes causes

En 1987, Philippe Casen créait Cart'Com et lançait simultanément le concept de cartes postales publicitaires gratuites et créatives à travers le monde.



Outil générationnel en totale affinité avec l'évolution des mentalités, Cart'Com depuis 20 ans, cultive des liens qui ont participé à l'affirmation de son identité.



Découvrir, sensibiliser, partager... autant de valeurs auxquelles sont attachés Cart'Com et son créateur et qui lui ont permis de se distinguer dans l'univers de la Publicité, de la Communication et des Médias, comme **un acteur à part entière et incontournable!**

C'est notamment à travers une forte sensibilité aux grandes causes que Cart'Com s'est impliqué au fur et à mesure des années, en accompagnant et en soutenant des initiatives solidaires menées par des acteurs clés tels que Les Petits Frères des Pauvres, Amnesty International, Médecins du Monde, Aides, WWF, Reporters Sans Frontières...ou des manifestations comme La Journée Mondiale contre le Sida...



Introduction à la démarche Eco

Dès 2004, face à la prise de conscience grandissante des enjeux et défis environnementaux, il a paru naturel à l'entreprise de réfléchir à des solutions pionnières concernant sa responsabilité et son empreinte écologique.

Cart'Com a ainsi mis en place dès janvier 2005 une démarche responsable d'envergure labellisée Cart'Com Éco, révolutionnant l'ensemble de ses activités.

La société Cart'Com, et l'ensemble de son offre commerciale Non'Stop Media, a depuis acquis la maturité nécessaire pour présenter un premier bilan de ses actions.

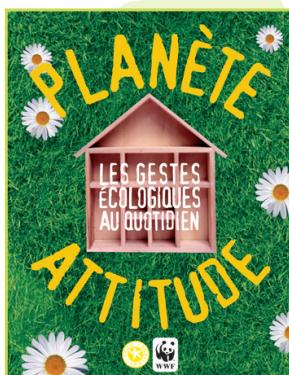


Parce que s'impliquer et s'engager suppose aussi de rendre des comptes, tout en visant des objectifs toujours plus élevés, Cart'Com s'est appliquée à élaborer une **DÉMARCHE CART'COM ECO**, à destination de toutes les parties prenantes qui lui font confiance : publics, institutions, clients, partenaires, et salariés...

Soyons tous impliqués, nous sommes tous concernés !

Cart'Com officialisait le 7 décembre 2004 au Musée de la Pub son label Cart'Com Éco, clef de voûte d'une véritable démarche transversale d'engagement en faveur de l'environnement.

Etaient présents M. Thierry Thouvenot, chargé de mission auprès de la Direction Générale du WWF-France, co-auteur du livre Planète Attitude, ainsi que Hervé de Clerck, initiateur d'ACT (Advertising Community Together) et fondateur d'AdForum à intervenir lors de la conférence de presse.



L'éco-conception du support carte postale ainsi que la création du label Cart'Com Éco étaient accompagnées d'une nouvelle signature, reflet de l'engagement Cart'Com et de son potentiel de rayonnement :

**« Soyons tous impliqués,
nous sommes tous concernés ! »**

L'année 2005 a été marquée par une campagne de communication corporate autour de cette démarche.

L'empreinte écologique

En prenant en considération l'impact environnemental de son activité dès 2004, Cart'Com apparaissait comme une entreprise pionnière en terme de responsabilité écologique dans le monde des Médias, de la Communication et de la Publicité.

Ainsi, à travers l'intégration progressive des critères environnementaux dans les processus de fabrication mais aussi dans les stratégies et les prises de décisions, Cart'Com a voulu dès janvier 2005 se positionner comme une entreprise responsable.

Cart'Com fabrique en effet chaque année plus de 70 millions de cartes postales, représentant 350 tonnes de carton. À notre niveau nous avons décidé par une démarche volontaire d'agir vis-à-vis de l'environnement et de basculer la totalité de nos productions sur un carton recyclé, permettant notamment de sauvegarder plus de trois hectares de forêt par an.





* 2003 Greenpeace / Gabon / M. Mauthe
1995 Greenpeace / Congo-Brazzaville / K. Ammann

* 1999 Greenpeace / Cameroun / S. Morgan

Fabrication engagée

Notre papier est constitué à 95% de fibre recyclée et produit conformément aux exigences légales et réglementaires de consommations et rejets (CO₂). Il émane notamment d'énergies recyclées (gaz et eau). Il n'est pas blanchi au chlore mais aux pigments naturels.

La qualité de sa surface est assurée grâce à la superposition de 3 couches qui lui confèrent une imprimabilité aussi bonne qu'une pâte mécanique. Le maintien et la rigidité (savant mélange entre fibres courtes et longues) moins importante en recyclé nous ayant contraint à passer de 260 à 300 gs pour conserver une tenue (« main ») équivalente.

Une seconde étape a consisté à passer aux encres et vernis UV biodégradables

Parallèlement, une prise de conscience interne a vu le jour et des mesures ont été prises pour sensibiliser le personnel aux préoccupations environnementales, telles que la réutilisation des brouillons, la mise en place d'un compteur d'impressions papier, l'optimisation de nos verrières, l'utilisation d'ampoules à faible consommation d'énergie...

La démarche Eco

Outre cet engagement précurseur, Cart'Com a souhaité sensibiliser ses partenaires, clients et le grand public à sa « **Démarche Eco** » qui se veut évolutive et influente pour participer à la divulgation du message.

Le lancement d'une démarche de responsabilité sociale et environnementale nécessite pour une entreprise d'intégrer sur le long terme de nouveaux critères au cœur de sa stratégie et de ses prises de décisions.
Cart'Com a associé à cette démarche des processus viables et pérennes en termes de **rentabilité, de légitimité et de reconnaissance**.

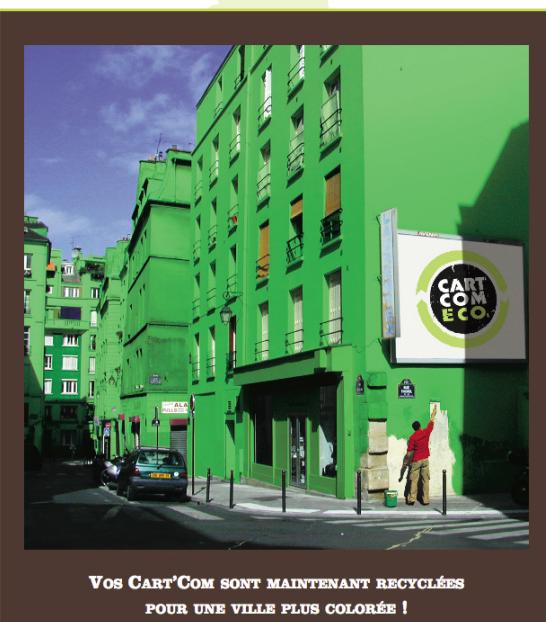


L'engagement écologique précoce de Cart'Com lui aura ainsi permis de **se démarquer sensiblement sur le marché des médias** qui seulement depuis 2007 commence à prendre conscience de sa responsabilité.

Des arbres et de la couleur en plus !

Les économies réalisées sur le prix de la matière recyclée ont permis d'offrir gracieusement de la couleur quadri au verso des Cart'Com, donnant au support un dynamisme créatif supplémentaire.

Appuyé par Le Club des Directeurs Artistiques (DA), l'institution incontournable de la créativité, Cart'Com lance « **Des arbres et de la couleur en plus** » pour optimiser l'utilisation créative du média et par conséquent la réussite des campagnes.



Dès fin 2008, l'intégralité de nos supports publicitaires sera imprimée sur carton recyclé.

Aujourd'hui, trois autres de nos supports publicitaires, les sous-verres On'Zinc, le magazine Balcony et le support In'Door d'affichage lumineux passent aussi au recyclé.



Cart'Com, entreprise citoyenne

Aujourd'hui, les Français jugent la publicité :
Envahissante (79%), Banale (65%), agressive (58%), moins utile (57%),
moins distrayante (52%) et moins convaincante (51%)
(Source : Etude Publicité et Société 2007)

Cart'Com est un média PULL respectant le libre-arbitre. C'est le consommateur qui prend volontairement. Le support est donc considéré comme non intrusif, graphique et respectueux de l'environnement visuel.

Reconnu en 2005 « Entreprise Citoyenne » par le Ministère de l'Énergie et du Développement et de l'Aménagement Durables, Cart'Com s'est engagé aux côtés d'évènements forts en faveur du Développement Durable.

Cart'Com s'est aussi rapidement associé à des organisations telles que ACT Responsible, l'ADEME (l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise d'Énergie), l'UNEP (Le

Programme des Nations Unies pour l'Environnement) ou la Fondation Nicolas Hulot dans des opérations de soutien et de promotion de démarches responsables.

Cart'Com,
partenaire officiel
depuis 2005
de La Semaine
Européenne
de la Mobilité
et depuis 2006 de
La Semaine du
Développement
Durable.



Mobilisation interne



Cart'Com s'attache à développer une véritable culture d'entreprise autour de trois axes stratégiques complémentaires : **l'Écologie, la Créativité, l'International**, qui lui permettent de déployer une dynamique d'incitation interne et externe... des collaborateurs jusqu'aux acteurs du monde de la Communication, de la Publicité et des Médias, en passant par le grand public, par le biais de nombreuses actions fédératrices.

Être reconnue comme entreprise citoyenne implique une **conduite responsable, globale et transversale**. C'est en amont à l'interne qu'il a semblé prioritaire à Cart'Com de s'investir pour consolider ses engagements.

À l'élaboration de la démarche Cart'Com Éco s'est donc associée l'intégration rapide **de gestes éco-responsables au sein de l'entreprise**, concernant la réduction quotidienne des impacts environnementaux (limitation des impressions papier, réutilisation des brouillons, utilisation d'ampoules à faible consommation d'énergie...)

En prenant le parti volontaire d'adopter une conduite responsable, Cart'Com s'est aussi porté garant d'une **politique de développement des Ressources Humaines progressiste**.

La rémunération des stagiaires, le recrutement d'apprentis, l'emploi des jeunes, le respect de la diversité et de la parité... font de Cart'Com depuis plusieurs années **une entreprise respectueuse de l'égalité des chances**.

L'investissement dans de nombreuses formations professionnelles, pour l'amélioration des compétences de collaborateurs et la promotion interne, démontre une attention particulière à l'épanouissement des personnels, ainsi valorisés et impliqués à la stratégie de l'entreprise.



Sensibilisation externe

Par son activité même, Non'Stop media, dispose, via ses supports de proximité d'un potentiel d'incitation et de prescription puissant. Publics comme clients (annonceurs, agences ou centrales) sont séduits par ces supports affinitaires.

Il est ainsi d'autant plus clair qu'un **rôle de sensibilisation** puisse être joué par une entreprise comme la nôtre.

tomatte



Opération Cart'Blanche

En 2005, Cart'Com lance l'opération **Cart'Blanche**, pour donner aux créatifs un espace de liberté et d'expression sur des problématiques sociales et environnementales.

Le concept est simple... **Chaque mois, une agence est invitée à s'exprimer librement sur un thème de société.**

100 000 exemplaires de Cart'Blanche sont largement diffusés sur tout le réseau national

Les messages impactants sur les problématiques **sociales** (Difficulté d'accès au logement, Violences scolaires...), **sanitaires** (Alerte à l'obésité, à l'anorexie, au tabac...), **politiques** (Lutte contre le racisme, pour la liberté de la presse...), et **environnementales** (Lutte contre le réchauffement climatique, préservation de la Nature...) sensibilisent et mobilisent un large public

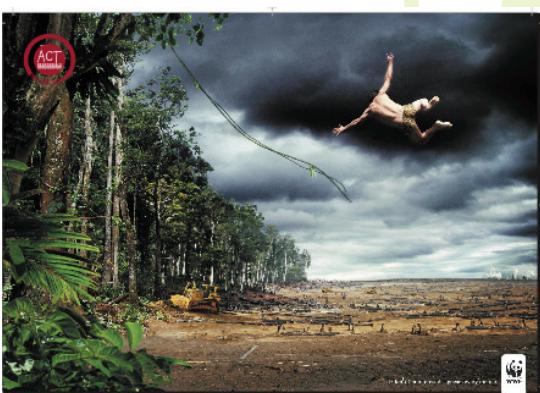


International Freecard Alliance

Membre fondateur de l'International Freecard Alliance, qui regroupe les leaders du media « carte » de plus de 25 pays dans le monde, Non'Stop Media a déjà inspiré et conduit nombreux de ses partenaires internationaux à basculer leur production sur du carton recyclé.

Les entreprises Edgar Medien AG en Allemagne, Promocard en Italie, ou encore Postal Free en Espagne et Publicards au Portugal ont déjà fait le choix de l'éco-conception et ce n'est qu'un début.

Sous l'impulsion de Non'Stop Media, une dizaine de membres de l'IFA se sont mis en relation avec le collectif Act Responsible, de fédération, de promotion et d'inspiration de communications responsables tournées vers le Développement durable, équitable et la responsabilité sociale.



Mai 2008 - carte diffusée dans plus de 10 pays pour faire rayonner l'enjeu écologique.
Agence Uncle Grey / Danemark pour WWF

À l'occasion de la **Journée Mondiale de l'environnement le 5 juin 2008**, Cart'Com a lancé, en partenariat avec Act Responsible et l'UNEP une opération d'envergure à échelle mondiale.

Une dizaine d'acteurs de l'IFA se sont ainsi engagés avec Cart'Com **a diffuser plus d'un million d'exemplaires** de la carte contre la déforestation à travers le monde

Dessine un arbre et participe au Défi pour la Terre

À l'occasion de son vingtième anniversaire, Cart'Com a souhaité impliquer le public dans sa démarche Éco en lançant une grande opération baptisée « **Dessine un arbre et participe au Défi pour la Terre** » en collaboration avec la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et l'Homme.

Pour le sensibiliser aux actes bénéfiques pour la planète, Cart'Com a invité le grand public, ainsi qu'une quarantaine de personnalités du monde artistique et sportif à s'engager pour le **Défi pour la Terre** en dessinant un arbre sur des Cart'Com tirées à plus de 400 000 ex.

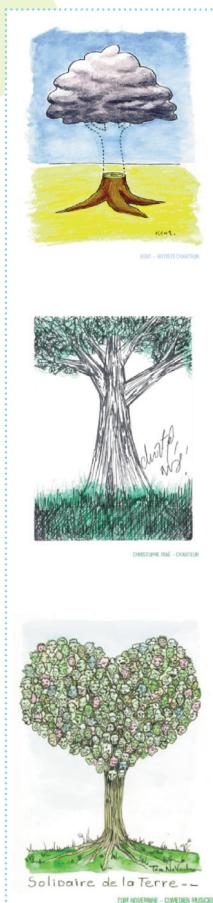
L'opération a rencontré un vif succès puisque plus de 3 000 personnes se sont engagées avec la Fondation !

La vente des dessins des personnalités a permis de receuillir 10 000 € remis à la FNH.

Fort de ce succès, l'opération a été reconduite lors de **La Semaine Publicité, Communication et Médias** au Palais de Tokyo en janvier 2008, en partenariat avec l'AACC, CB News et Act Responsible, mobilisant pour l'occasion les créatifs et publicitaires.

L'opération « Dessine un arbre » a pris un tournant international en s'exportant à Barcelone au mois d'avril 2008.

À l'occasion du Forum Alternative Channel, de sensibilisation à une communication responsable, l'opération s'adresse à présent aux **ONG**.



Un réseau publicitaire responsable

L'organisation d'opérations et le développement de partenariats à fort rayonnement tels que ceux mis en place avec des acteurs influents comme La Fondation Nicolas Hulot, l'AACC, Act Responsible ou encore CB News et Alternative Channel ont alors permis au groupe Non'Stop Media d'**instaurer des relations privilégiées avec des agences, centrales ou annonceurs** de plus en plus concernés par une implication fondée et effective en faveur du Développement Durable.

Non'Stop Media est aujourd'hui au cœur **d'un réseau émergent d'agences ou de centrales d'achat d'espace tout aussi engagées** telles que Sidièle, SuperNature, ©Super !, DDB, TBWA, G2, Ogilvy, le groupe Havas...

Nous sommes ravis de compter parmi nos clients privilégiés des entreprises qui se distinguent par leur responsabilité sociale et environnementale telles que Yves Rocher, Éco-Emballages, Surfrider, La Mairie de Paris, Nantes Métropole ou Monoprix...



Le groupe Non'Stop Media en initiant une telle aventure s'est progressivement rapproché de nombreux acteurs sensibles au Développement Durable et a centralisé les aspirations de chacun par la divulgation, la mobilisation et l'engagement volontaire.

Défis futurs

Face aux exigences de plus en plus pressantes notamment impulsées suite au Grenelle de l'Environnement, mais aussi aux défis futurs qui s'annoncent tant aux niveaux environnemental qu'économique ou social, **l'heure n'est plus à la seule sensibilisation mais à l'action !**



Fort des outils, méthodes et dynamiques déjà mis en place, Non'Stop Media se met aujourd'hui au défi d'aller plus loin dans l'incitation à des comportements responsables :

- ▼ **l'incitation et l'accompagnement interne vers des comportements quotidiens adaptés aux objectifs à court et moyen terme du Développement Durable** (Tri-sélectif, consommation de produits respectueux de l'environnement et/ou en faveur du commerce équitable, réduction des consommations d'énergie...)
- ▼ **le développement de solutions de déplacements à moindre impact environnemental** (vélo, scooters et voitures électriques...)
- ▼ **le basculement de tous ses supports print sur des matières recyclées** ▼
le maintien et l'extension de sa politique de développement et d'investissement en Ressources Humaines afin de privilégier un climat de travail favorable.

La réduction des impacts directs doit s'accompagner de celle des impacts indirects que Non'Stop Media souhaite partager avec ses clients/prestataires/partenaires. Nous portons ainsi l'ambition d'associer ces derniers à notre démarche, de les inciter à l'imiter, d'aider et conseiller ceux qui auraient l'intention d'adopter une conduite responsable.

Presse

CB NEWS, JUIN 2007

Michael Illouz, Non'Stop Media

« Nous formons désormais une vaste famille »

« Au départ de l'aventure avec Cart'Com (qui imprime chaque année 70 millions de cartes créatives en papier recyclé), je ne connaissais rien au développement durable. J'en suis rapidement devenu un adepte. De pionniers, nous sommes devenus fidélicateurs, au sein des Active partners qui forment maintenant une belle famille. Il a fallu ramer mais nous avons su créer un mouvement irréversible dans la publicité, en associant des concurrents qui, autour d'une belle idée, deviennent complémentaires, chacun avec ses talents. »

Michael Illouz, Non'Stop Media
"We're building a fine family!"

Philippe Cazen, dig et Michael Illouz, directeur communication

At the start of our adventure with Cart'Com (which prints 70 million recycled cards each year), I didn't know anything about sustainable development. Now, I have become a militant fanatic! Initially pioneers, we have become drivers, at the heart of the group of Active partners who are now running into a fine family. It has been an uphill struggle at times, but we have been able to create an irreversible momentum in advertising by bringing together competitors who, around a fantastic concept, have come complement one another, each according to their talents.

CB NEWS, 20 SEPTEMBRE 2007

Opérations spéciales

OPÉRATION CART'COM "Dessine un arbre" avec La Fondation Nicolas Hulot - 19/09/2007 au 25/10/2007

Plus de 1000 cartes postales illustrées en France par le réseau Cart'Com et leurs partenaires. Dessine vite pour ces cartes, le papier aux débuts de nombreux artistes, auteurs, dessinateurs, illustrateurs et designers français, Eric Trélat, Fabien Péloux, Nicolas Hulot, Arthur, etc... utilisera les cartes postales pour faire connaître son association à 250 000 personnes en ligne. L'objectif : donner envie au public de dessiner un arbre et de l'envoyer à la Fondation Nicolas Hulot le 25 Octobre lors de sa soirée Zéro. Cart'Com remettra les séances de l'opération à la Fondation Nicolas Hulot ainsi que le prix de l'arbre le plus joli du monde du jour.

CATEGORYNET.COM, 9 OCTOBRE 2007

Neteven s'associe à l'opération « Dessine un arbre » au profit de la Fondation Nicolas Hulot

Écrit par Céline Constantineau

Publié le 9 octobre 2007 - Dans le cadre de l'opération « Dessine un arbre » au profit de la Fondation Nicolas Hulot, Neteven réalise la prestation technique et graphique pour le site de dessins de personnalités qui se déroulera sur eBay.fr du 13 au 23 octobre 2007.

Pour sensibiliser un large public au geste bénéfique pour la planète, l'opération « Dessine un arbre » a été initiée par de nombreux partenaires (AOL, Cart'Com, NDI, Netvibes) dans le cadre du « Défi de la Terre ». La campagne de sensibilisation, autour des gestes bénéfiques de la Fondation Nicolas Hulot.

Le principe est simple : une quarantaine de personnalités du monde artistique et sportif (Franck Ernest, Fabien Péloux, Vincent Monteil, Eric Berne, Jean-Louis Delaive, Christophe Mal, Yannick Noah...) ont dessiné un arbre. Ces œuvres seront vendues sur eBay.fr et les bénéfices seront reversés à la Fondation Nicolas Hulot.

La société Neteven, partenaire du célèbre site d'achat virtuel, est le prestataire graphique et technique de cette opération. Neteven assure le design des pages de présentation de l'événement en ligne, les mises en ligne de toutes les annonces sur eBay.fr.

HORS-SÉRIE EKHO, 15 MARS 2007

bblé

Cartes postales militantes

Chaque année, nous consommons l'équivalent de 3 ha de forêt en papier ! C'est pour cela que Cart'Com a décidé d'imprimer l'intégralité de ses 70 millions de cartes annuelles sur carton recyclé. L'entreprise multiplie par ailleurs les partenariats : manifestations sur l'environnement, expositions sur la publicité responsable, elle a été reconnue Entreprise Citoyenne en 2005 par le ministère de l'Ecologie et du Développement Durables et soutient divers événements comme la Semaine Européenne de la Mobilité, ainsi que la Semaine du développement durable 2006.

Luttons contre le réchauffement de la planète

BOOP & Fils, Cart'com, France

Presse



VSD

METRO, 11 OCTOBRE 2007

femme Actuelle

Mardi 11 Décembre

Christophe Maé dessine pour Hulot

Le chanteur vedette a dessiné un arbre pour l'association Nicolas Hulot.

TF1 / ETIENNE CHIGNARD

Un chêne au milieu d'un pré

Christophe Maé a pris part à l'opération "Dessine moi un arbre" organisée par la fondation Nicolas Hulot. La nouvelle recrue des Enfants à dessin un chêne au milieu d'un pré. Son dessin sera imprimé sur des cartes postales, avec ceux des 40 artistes participants. Les cartes seront ensuite mises en vente, et les fonds récoltés reversés à l'œuvre de Nicolas Hulot.

ma planète

08 NOVEMBRE 2007

METRO, 11 OCTOBRE 2007

Créer une trame verte nationale

A découvrir

Les arbres des stars

C'est le week-end portes ouvertes au soleil, au vent, au bois et à l'eau. Votre Et si vous produisiez votre propre électricité

Grande débat sur l'environnement

6 Les prépositions passées au créole

7 Pollution au PCB : la ministre fait le point

93%

Presse



Les cartes postales recyclées font un carton



LLES SONT PARTOUT ! Bars branchés, musées, festivals... Vous avez forcément déjà vu les cartes postales publicitaires de Cart'Com. L'entreprise, qui fête ses 20 ans l'année prochaine, en distribue gratuitement 70 millions par an. Avec une particularité : quel que soit l'annonceur, Sony ou les glaces Ben & Jerry's, les cartes sont produites depuis 2005 à partir de papier recyclé. « On a pris conscience qu'il pouvait faire quelque chose pour l'environnement », explique Michael Illouz, directeur marketing et communication chez Cart'Com. Mais produire en papier recyclé pose quelques problèmes : le carton serait-il de bonne qualité ? La fabrication serait-elle rentable ? Les annonceurs approuveraient-ils la démarche ? Réponse positive aux trois questions : « En plus, le papier recyclé coûte moins cher, donc on a gagné un peu d'argent. »

Trois hectares de forêts épargnés

Argent qui a servi à imprimer des motifs en couleur sur le verso des cartes. « Au final, on conserve une image sympa et jeune, note Michael, qui ajoute : « On avait très peur de perdre des clients mais tous ont marché ! » Surtout ceux qui ont une politique de développement durable,



VOS CART'COM SONT MAINTENANT RECYCLÉES
POUR UNE VILLE PLUS COLORÉE !



1^{er} réseau national de diffusion de cartes postales publicitaires
www.cartcom.fr

La 10^e Semaine de la publicité, qui se tient jusqu'au 30 novembre au Palais de Tokyo à Paris, est l'occasion pour Cart'Com de mettre en valeur sa créativité placée sous le signe du développement durable. DR

comme le ministère de l'Ecologie. Au total, et selon les calculs de l'ONG environnementale WWF, pour produire les Cart'Com chaque année, il faillait 30 000 m² de forêt... qui sont désormais épargnés. Fort de

son succès, Cart'Com veut maintenant sensibiliser le grand public : il organise une exposition sur la publicité responsable au Palais de Tokyo à Paris, qui démarre ce lundi et jusqu'au 30 novembre. C.F.

LE PARISIEN ÉCONOMIE - LUNDI 27 NOVEMBRE 2006

Partenaires

Non'Stop Media tient à remercier tous les partenaires et collaborateurs qui ont soutenu et soutiennent depuis 4 ans sa Démarche Éco



Ministère de l'Écologie, de l'Énergie,
du Développement durable
et de l'Aménagement du territoire



adforum.



**ACT
RESPONSIBLE**
Advertising Community Together



eKWO
environnements, phénomènes & attitudes

CB NEWS
COMMUNICATION & BUSINESS NEWS



Nos remerciements aux partenaires de l'opération spéciale
« Dessine un Arbre » pour la Fondation Nicolas Hulot



STORAENSO
what paper can do

AOL



eBay



Groupe
NON STOP MEDIA

