



Communiqué – Nantes le 27 février 2009

« Terra eco » réalise le premier lancement en kiosques « écoconçu » de l'histoire de la presse française

Nantes, Paris – Tandis que la presse française broie du noir, Terra eco passe au vert. Le 1er mensuel entièrement consacré au développement durable sort en kiosques ce lundi 2 mars partout en France - ainsi que dans l'espace francophone -, avec un premier tirage de 70.000 exemplaires dans 14.000 points de vente, et une campagne promotionnelle soutenue. Terra eco, qui existe depuis 5 ans, était jusqu'alors diffusé uniquement par abonnements papier ou électronique (1).

Cette sortie en kiosques est une « première » en France, à trois titres. En premier lieu, « Terra eco répond à une demande croissante des lecteurs pour l'information sur le développement durable et pour les 3 ingrédients qui le composent : l'écologie, les enjeux de société et l'économie, souligne David Solon, cofondateur et directeur de la rédaction. La crise économique semble avoir renforcé l'aspiration d'une partie des lecteurs à « voir le monde différemment ». Le développement durable répond à cette attente car il ouvre des voies nouvelles. Ce sont ces voies que Terra eco explore chaque mois ».

En second lieu, la sortie en kiosques de Terra eco est un aboutissement pour cette aventure éditoriale rare dans la presse française. Le magazine était jusqu'alors diffusé uniquement sur abonnement. Il est né sur le Web il y a 5 ans. Les fondateurs de Terra eco avaient alors 1.500 euros en poche, une intuition éditoriale forte et un collectif de journalistes prêts à faire vivre ce projet. Cinq ans plus tard, Terra eco compte 10.000 abonnés, emploie 10 personnes et fait travailler un réseau de 70 journalistes sur les 5 continents.

Enfin, Terra eco est un magazine dont la sortie en kiosques a été entièrement pensée pour minimiser l'impact environnemental. Cette démarche, baptisée « Projet Terra responsable », en cours dans l'entreprise depuis deux ans, donne aujourd'hui ses premiers résultats. « Il s'agit pour nous d'être cohérents, explique Walter Bouvais, cofondateur et directeur de la publication. On ne peut pas, d'un côté, expliquer le développement durable à longueur de journal et, de l'autre, contempler sans rien faire la planète qui se dégrade ou les Français qui multiplient les efforts environnementaux dans leur quotidien et au travail. D'autant qu'un jour, ces Français, qui sont nos lecteurs, nous demanderont : « Et vous, que faites-vous pour l'environnement ? ». »

Sur cette question, Terra eco s'interdit de donner des leçons. « Nous avons cherché à être les meilleurs partout où cela était possible, poursuit Walter Bouvais. Mais tout n'est pas possible. Par exemple, nous utilisons des encres minérales (dérivées du pétrole) car à l'heure actuelle les machines rotatives ne peuvent pas fonctionner avec des encres végétales ».

Devenir un éditeur « responsable » est un cheminement. Il s'agit de mettre en place des outils d'amélioration continue. Et surtout, à terme, de déboucher sur des innovations de rupture et des modifications des modes de production et de consommation. Il s'agit aussi d'inciter notre équipe à se poser chaque jour la question de ses impacts sociaux et environnementaux.

Voilà pourquoi, parallèlement aux actions déjà engagées, Terra eco a démarré avec ses partenaires (l'imprimeur IMAYE, le papetier Arjowiggins, l'Ademe – Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie – et les NMPP, notamment) une démarche inédite, destinée à évaluer le plus objectivement possible l'impact écologique de toutes ses actions, et l'efficacité (ou non) des solutions adoptées. Par exemple : plutôt que de compenser les émissions de CO2 de nos journalistes qui prennent l'avion pour partir en reportage, nous privilégions l'utilisation du train pour les déplacements nationaux ou le recours à des correspondants internationaux – qui vivent sur place – pour les reportages réalisés à l'étranger. Nous publierons les bilans comparés des deux options dans nos pages.

Autre exemple : un éditeur doit-il récupérer les journaux invendus pour les rediffuser (foires, salons, etc.) ou les confier à un recycleur ? Au départ, la récupération des invendus nous semblait plus respectueuse de l'environnement. Malheureusement, elle génère des transports et donc des émissions de gaz à effet de serre supplémentaires, ce que fait aussi le recyclage. Cette question est donc aujourd'hui à l'étude chez nous. « Nous voulons dépasser les effets d'annonce et les a priori pour faire des choix sur la foi de faits objectifs et mesurés », précise Walter Bouvais.

1) Ce que Terra eco a mis en place au cours à l'occasion de cette sortie en kiosques, et depuis les 2 dernières années :

- les transports de l'équipe : Terra eco a signé il y a 2 ans un plan de déplacement qui engage ses salariés à privilégier au quotidien les transports doux,
- pour les reportages à l'étranger, Terra eco a constitué un réseau de correspondants locaux, plutôt que d'envoyer au coup par

- coup (et par avion) les journalistes depuis la France,
- les consommations d'énergie de l'équipe sont évaluées et optimisées (elles font l'objet d'un rapport mensuel),
- le format du journal : celui-ci a été pensé en septembre 2007 pour minimiser les chutes de papier,
- le choix du papier : depuis 2007, Terra eco utilisait des papiers labellisés (FSC et PEFC). Aujourd'hui, Terra eco va plus loin et opte pour une pâte à papier constituée à 60% de fibres issues du recyclage de papiers de bureau (essentiellement) d'entreprises de la région parisienne, et à 40% de fibres issues de forêts gérées durablement (ces fibres sont tracées depuis la forêt jusqu'à l'imprimeur et portent le label FSC, Forest Stewardship Council),
- le choix de notre imprimeur : pour minimiser le transport et les émissions de gaz à effet de serre, notre journal n'est pas imprimé à l'étranger – comme c'est souvent le cas pour la presse magazine – mais en France, à Laval,
- notre imprimeur (IMAYE Graphic, depuis février 2009) a été sélectionné pour sa démarche environnementale avancée : il est un des très rares imprimeurs rotativistes français estampillé à la fois « Imprim'vert » et « iso 14001 ». Notre précédent imprimeur (Goubault Imprimeur, depuis septembre 2007) était lui aussi estampillé « Imprim'vert » et « iso 14001 »
- nos annonceurs respectent une charte publicitaire éthique : celle-ci favorise les annonceurs engagés dans une démarche de développement durable,
- au quotidien, nos équipes utilisent exclusivement des fournitures écoconçues ou issues de filières de recyclage (règles, papier, crayons, agrafeuses sans agrafe !, etc.),
- etc.

2) Ce que Terra eco ne maîtrise pas directement mais s'engage à améliorer (en partenariat avec l'ADEME, l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) :

- 60% de notre pâte à papier est constituée de fibres recyclées. C'est très supérieur à la moyenne de ce que font les éditeurs (aux États-Unis, par exemple, les ONG appellent à ce que les éditeurs utilisent un minimum de 10% de fibres recyclées), mais c'est insuffisant. Terra s'engage à accroître cette proportion dans le cadre des contraintes graphiques du journal (éclat des couleurs notamment),
- Terra utilise des encres végétales pour l'impression de la couverture du journal (ces encres réduisent les émissions de composés organiques volatiles, nuisibles à la santé des personnes qui les manipulent). Malheureusement, ces encres sont pour le moment inutilisables sur des machines rotatives (celles qui impriment l'intérieur du journal),
- etc.

Quelques chiffres : 22,4 tonnes de papier, 140.000 agrafes et 600 litres d'encres ont été nécessaires à l'impression de ce premier numéro en « version kiosques ». L'originalité de notre démarche est de dévoiler – cela n'a jamais été fait – ces chiffres et nos démarches de réduction d'impacts à nos lecteurs dans chaque numéro, pour leur faire prendre conscience de notre propre impact, et pour les inviter à nous suivre dans notre effort visant à faire de Terra eco un média en accord avec ses valeurs, capable de montrer que le développement durable n'est pas un frein à la réussite d'une entreprise de presse.

(1) sous le nom « Terra economica ».

--

A propos de Terra eco :

Fondé en 2004, Terra eco est devenu un magazine bi-média (web et papier) de référence du développement durable. Constitué d'une jeune équipe de 10 salariés et 70 correspondants sur les 5 continents, Terra eco compte déjà près de 10.000 abonnés. Son siège est installé à Nantes. Terra eco dispose également d'une antenne à Paris.

- A l'occasion de la sortie en kiosques, notre magazine, connu sous le nom de Terra economica, change de nom et devient « Terra eco ». « eco » comme écologie et économie, à l'image des 3 piliers du développement durable : l'écologie, l'homme et l'économie.
- Contacts presse : Véronique Frappreau ou Elodie Nicou au 02.40.47.42.66 ou contact@terraeco.net
- **Illustrations sur demande** : visuel en haute définition de la couverture de notre numéro de mars 2009 ; photos en haute définition des fondateurs : Walter Bouvais, David Solon, Gregory Fabre, Karen Bastien.
- Pour les équipes de télévision, prises de vues possibles sur demande dans les usines de fabrication de notre papier et/ou sur les lignes rotatives de notre imprimeur. Nous contacter pour les calages sons/images.

Terra eco
 42 rue La Tour d'Auvergne
 44200 Nantes – France
 02 40 47 42 66
 Site internet : www.terraeco.net