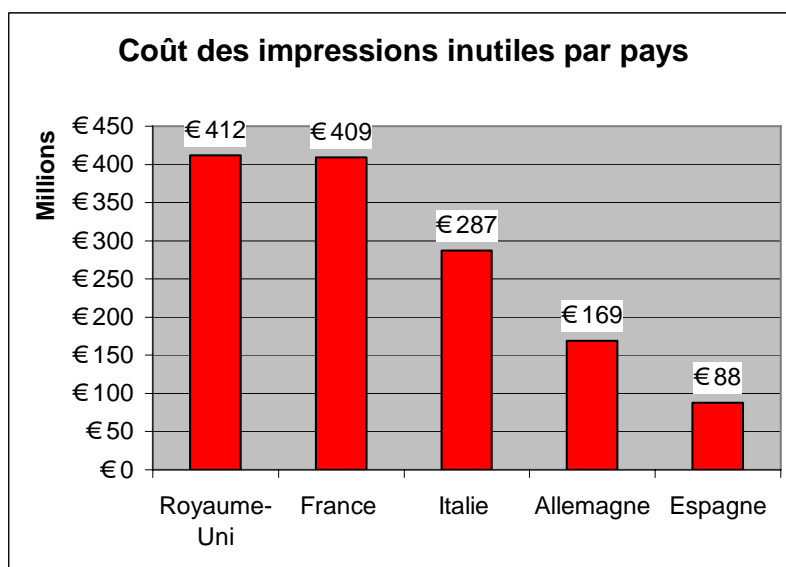


Les entreprises françaises dépensent 400 millions d'euros par an en impressions inutiles

La France possède l'un des taux d'impressions inutiles les plus élevés en Europe et les entreprises françaises dépensent plusieurs dizaines de milliers d'euros chaque année en impressions inutiles, selon une étude européenne publiée ce jour par le fabricant d'imprimantes Lexmark et menée par Ipsos Global. Les entreprises allemandes sont les plus sensibilisées, car 6% seulement du papier imprimé demeure inexploité, contre 12% en Espagne.

Un impact économique et écologique considérable...

Cette étude, conduite par Ipsos Global en Avril 2005 auprès de 1 000 entreprises (PME-PMI et grandes entreprises) en France, Angleterre, Italie, Allemagne et Espagne, révèle qu'en moyenne, une page sur six (16%) imprimée sur le lieu de travail n'est jamais utilisée — si elle n'est pas oubliée sur l'imprimante ou la photocopieuse, elle est jetée directement à la poubelle.



Le coût total supporté par les entreprises françaises est estimé à 400 millions d'euros**, ce qui correspond, d'un point de vue écologique, à l'équivalent de près de 1,2 million d'arbres***.

... mal évalué par les entreprises

Même si près de la moitié (43%) des employés français impriment jusqu'à 50 pages par jour, et si 174 milliards de pages sont imprimées annuellement*, rares sont les entreprises qui mesurent l'impact économique et écologique de ce comportement. Si un cinquième (20%) des employés français avouent imprimer la totalité des documents qu'ils reçoivent, plus d'un tiers (38%) admettent imprimer leurs e-mails dans l'unique but de les lire.

« Les coûts de production documentaire représentent entre 1 et 3% du chiffre d'affaires d'une entreprise », précise Olivier Philippe, Directeur Marketing Support et Service de Lexmark France. « Le fait qu'une proportion aussi conséquente d'impressions ne soit jamais utilisée devrait alerter nombre de services financiers. Pourtant, aussi incroyable que cela paraisse, rares sont les entreprises qui connaissent réellement le montant de leurs dépenses documentaires et encore moins de leurs impressions inutiles ».

Vers la définition d'une vraie stratégie documentaire dans l'entreprise

Reconnue pour son expertise et son savoir-faire dans son approche métier relative à la gestion documentaire, Lexmark reste fidèle à son engagement auprès de ses clients pour gagner la bataille de la maîtrise des coûts et la protection de l'environnement.

La société propose aux entreprises plusieurs solutions pour contribuer à imprimer moins. En effet, sa stratégie « Print Less » repose sur un ensemble d'outils, des imprimantes multifonctions à la pointe de la technologie au conseil en passant par des prestations d'audit et d'intégration.

Visitez le site www.lexmark.fr pour obtenir de plus amples informations.

* Source : Cap V

** Sur la base de 0,01 euro, soit le coût moyen d'une page monochrome

*** Données extrapolées d'une étude menée par l'Agence américaine pour la protection de l'environnement.

Concernant la méthodologie

- Nombre total d'entreprises interrogées (PME-PMI et grandes entreprises) : 1 000
 - Royaume-Uni : 200
 - France: 200
 - Italie : 200
 - Allemagne : 200
 - Espagne : 200
- Méthode : entretiens téléphoniques
- Enquête effectuée par : Ipsos Global
- Enquête commandée par : Lexmark
- Période de l'enquête : avril 2005

Lexmark et le logo Lexmark avec losange sont des marques de Lexmark International, Inc., déposées aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.

A propos de Lexmark

LEXMARK conçoit, fabrique et commercialise dans 150 pays, des solutions et des produits d'impression - imprimantes, multifonctions laser ou jet d'encre ainsi que leurs consommables et services associés - destinés aux entreprises et aux particuliers. Fondée en 1991, LEXMARK International Inc, a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 5,13 milliards de dollars en 2004. Pour toute information complémentaire, consulter le site <http://www.lexmark.fr> Lexmark et le logo Lexmark sont des marques commerciales appartenant à Lexmark International, Inc., et déposées aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées appartiennent à leurs propriétaires respectifs. Les prix exprimés sont des prix publics moyens et peuvent différer des prix réels.

Contacts presse

Fleishman Hillard

Isabelle Odesser

Tél : +33 1 47 42 19 62

odesseri@fleishmaneuropa.com

<http://www.fleishman.com>

LEXMARK International SAS

Aurélien LAMY-GIRARD

+33 1 46 67 40 86

aurelie.lamygirard@lexmark.fr

<http://www.lexmark.fr>