



CHRISTINE KERDELLANT
DIRECTRICE DE LA RÉDACTION

LA FRENCH PRINT, ENTRE FRENCH TECH ET FRENCH TOUCH

Ce n'est pas François Hollande après sa visite à Dammartin-en-Goële, mais la Banque de France qui le dit: les imprimeurs vont mieux. Osons paraphraser Nietzsche: ceux qui n'ont pas été tués ont été fortifiés. Ils ont recommencé à investir en 2015. Le Cice et le suramortissement leur ont redonné des marches de manœuvre, leurs charges financières et leur endettement ont reculé et les marges se sont reconstituées. Les banques, si elles n'avaient pas un temps de retard, auraient déjà sorti ce secteur de la case «à risque»... Ce redressement n'est pas propre à l'Hexagone. En juin, à Düsseldorf, en Allemagne, l'optimisme était palpable à la Drupa, le salon mondial des solutions d'impression et du cross-media. Ce rendez-vous quadriennal est une grand-messe. Les pros du secteur ne donnent pas leur âge en années, mais en nombre de Drupa visitées! Partenariats et achats de machines, on y a signé cette année des contrats à gogo.

L'imprimerie française a entamé sa longue marche. Si elle poursuit sa quête de l'agilité, de la flexibilité et de l'expertise, elle pourra bénéficier de relocalisations de production - la Chine, dans ce domaine comme ailleurs,

est en perte de vitesse -, mais surtout de l'ouverture de nouveaux marchés, au-delà des journaux, livres, catalogues et imprimés qui constituent son cœur de métier. La diversification des produits, mais aussi des services - jusqu'à l'exploitation des big data pour les clients! -, est son avenir. Le

secteur graphique est en mutation technologique depuis plusieurs années, mais en réalité son avenir dépend moins des technologies que des produits qu'elles permettent de fabriquer - par exemple, l'électronique imprimée pour l'emballage et l'étiquetage - et des prestations proposées en amont ou en aval de l'impression. «Alors que l'on pouvait penser que les entreprises qui tireraient leur épingle du jeu

seraient les plus spécialisées, c'est plutôt le contraire qui se produit, explique le Canadien André Dion, l'un des papes du secteur. Tout le monde a besoin de faire de tout.» Les équipementiers s'adaptent. Au-delà du partage traditionnel - offset pour les gros tirages, numérique pour les petits -, certains proposent même aujourd'hui des presses hybrides offset et numérique!

«Le secteur doit trouver de nouveaux business models permettant de vendre davantage d'immatériel que de tours machine», martèle Pascal Bovero, le délégué général de l'Union nationale des industries de l'impression et de la communication, qui milite pour la «chasse en meute» et la montée en gamme. Un exemple? La France a cessé de fabriquer des livres jeunesse semi-complexes, ces objets à mi-chemin entre le livre et le jouet, où des animaux se dressent lorsqu'on tourne les épaisses pages cartonnées et où des personnages surgissent peu à peu grâce à des pochoirs astucieusement découpés. Or ces livres se vendent à bon prix à une clientèle aisée, en demande croissante et sensible à la «french touch». De plus, ils s'exportent. Lorsqu'un éditeur en vend à l'étranger, il ne cède pas seulement les droits d'auteur en vue d'une traduction. Il vend l'objet et l'imprimeur décroche le marché avec lui. Pourquoi ne pas créer un cluster, un petit groupement d'entreprises qui mettraient en commun les moyens de produire ces livres à haute valeur ajoutée?

L'imprimé est un média du futur. Reste à définir les futurs possibles... et à accepter les révolutions managériales qu'ils impliquent. ■

La santé financière des imprimeurs s'est redressée. Diversification et numérique changent la donne.

VOS COMMENTAIRES SONT LES BIENVENUS
ckerdellant@usinenouvelle.com


@ckerdellant