

# Acteurs

2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2019

de la filière graphique N°126

**DOSSIER LIVRE**  
**SURPRODUCTION,**  
**ÉCORESPONSABILITÉ,**  
**CIRCUITS COURTS**

**QUEL AVENIR POUR**  
**LE PAPIER RECYCLÉ ?**

**DES GESTES DE TRI**  
**AUX MODES DE COLLECTES**

**TRANSFORMATION**  
**NUMÉRIQUE**  
**UN AVANT-GOÛT DE GRAPHITEC**



**SOPORSET™**  
SUPERIOR PERFORMANCE

## **INNOVATION ET PERFORMANCE INEGALEES**

**Un Papier d'excellence va au-delà des attentes.**

Soporset offre de superbes résultats d'impression, associés à des caractéristiques techniques inégalées, qui le distinguent de toute concurrence.

Grâce au parfait alliage de performance et d'innovation, la marque Soporset bénéficie de la plus haute notoriété et de la meilleure qualité perçue. Elle est la marque préférée des imprimeurs européens.



**SOPORSET PREMIUM OFFSET**  
**SOPORSET PREMIUM PRE-PRINT**  
**SOPORSET PREMIUM DIGITAL**

**[WWW.SOPORSET-PAPER.COM](http://WWW.SOPORSET-PAPER.COM)**



PRODUCED  
IN PORTUGAL BY  
**THE NAVIGATOR  
COMPANY**





René Anélot

Président de la Commission Paritaire Nationale

## EMPLOIS/COMPÉTENCES : UNE ÉQUATION GAGNANTE QUI IMPLIQUE DES MOYENS SPÉCIFIQUES DÉDIÉS AU SECTEUR

La loi *avenir professionnel* du 5 septembre 2018 a modifié, vous le savez, le paysage de la formation professionnelle (FPC et apprentissage). Nombre d'entreprises du secteur s'interrogent sur les *points clefs* de cette réforme, son impact sur la formation continue et sur l'apprentissage pour le secteur graphique. Si un édito n'a pas vocation à décrire la liste des dispositifs nouveaux engendrés par un texte, il peut contribuer à vous éclairer sur quelques constats traduits en conséquences concrètes pour vos entreprises et vos salariés, qui ont besoin d'être informés et accompagnés.

En premier lieu j'aimerais rappeler à chacun d'entre vous l'une des grandes nouveautés de cette réforme : la gouvernance. Les principes issus de la loi s'adosent en effet à plusieurs déclinaisons :

Une agence – *France compétences* – sera en charge de réguler la qualité de la formation et de répartir les fonds de la formation. L'Opca (EGD Agefos CGM) devenant l'Opco aura vocation à aider les entreprises et la branche à anticiper les mutations technologiques.

La branche de l'imprimerie et des industries graphiques relève quant à elle de l'*Opco des entreprises* de proximité, choix paritairement arrêté pour offrir aux entreprises du secteur le service le plus efficient, proche de la réalité du terrain. Si les branches sont au cœur des nouveaux dispositifs, la *responsabilisation de l'individu* dans la formation se voit aussi renforcée : en effet, la réforme du CPF, le conseil en évolution professionnelle, l'assouplissement des règles de l'alternance, la création d'un CPF de transition professionnelle pour changer de métier, contribuent à renforcer cette prise en compte dans un paysage mouvant qui implique *une agilité et une adaptation constantes*.

Cette approche, adossée à un diagnostic pertinent ne saurait cependant faire oublier que sans outils dédiés, sans contribution conventionnelle, sans priorités reconnues, *nous n'aurons que les ambitions de nos moyens*, désormais pré-emptés par le légal et ses publics cibles. En outre, sans la voix de l'UNIIC pour défendre nos spécificités dans un ensemble composite, nous ne serions qu'une variable d'ajustement, alors que le secteur est exemplaire sur le terrain de la politique formation.

C'est pourquoi, à l'heure où nous construisons notre nouvelle gouvernance et notre nouvel accord formation au service de tous, à l'heure où le pari de l'entreprise « apprenante » est au cœur de notre stratégie, je souhaitais vous rappeler aujourd'hui, plus que jamais, que vous pouvez compter sur vos représentants patronaux pour traduire en actes les remontées du terrain dont vos interlocuteurs de proximité savent nous alimenter et nous conduire ainsi à doter la branche des « *moyens de ses ambitions* ».

Bonne lecture

### 4 DOSSIER ■ livre

7 Livre Paris 2019 : débats croisés.

11 Livre & développement durable : quels vrais enjeux ?

14 Éditions Apeiron : la proximité au service d'un idéal artistique.

### 17 ENTREPRISE ■ stratégie

La transformation numérique en avant-goût pour Graphitec.

### 21 ENVIRONNEMENT ■ tri

Geste de tri : peut mieux faire ?

### 24 MARCHÉ ■ imprimerie

Marchés Européens : l'ATEP fait le point.

### 26 INDUSTRIES CRÉATIVES ■ Imprimé fonctionnel

AFIP 2019 : Le monde de Nano.

### 29 PAPIER ■ débats

Quel avenir pour le papier recyclé ?



N°126 / 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2019

Magazine des professionnels

de la communication imprimée édité par :

l'Union Nationale des Industries de l'Impression  
et de la Communication /

UNIIC

68, bd. Saint-Marcel

75005 Paris

Tél. : 01 44 08 64 46

Fax : 01 43 36 09 51

yoan.riviere@uniic.org

Directeur de la publication :

René Anélot

Rédacteur en chef :

Yoan Rivière

Conception graphique :

www.icidesigncreationgraphique.fr

Photos : Adobe Stock.com :

couverture © Kalyakan, © tech\_

studio p4-5, © Philippe Graille p11,

© Monica Wisniewska p 13 ©

Archimag/MRE p17 © Artem p21

/ © Olivier Dion p.12, © Collectif

Emmanuel Nguyen Ngoc p.4, 7, 8 et

9 ; © David Marmier p24, 25, 29

Papier :

Galaxi Keramik blanc, 135 g/m<sup>2</sup>

www.inapa.fr

Impression : Magazine imprimé

gracieusement par

l'imprimerie Chirat

42540 Saint-Just-la-Pendue

Le numéro : 10 €

Abonnement : 70 €

(10 numéros)

ISSN 1764-3112

Dépôt légal : 04/2012



La reproduction des articles contenus dans ce magazine est interdite sauf accord.

**DOSSIER**

■ **livre**

# LE LIVRE EN PHASE DE TRANSITION ?

New Chapter



*Dans ce que l'organisation du salon qualifie de « contexte et actualité sociale tendus », Livre Paris 2019 enregistre une légère baisse de sa fréquentation (- 2 %) avec 160 000 visiteurs enregistrés. Après deux années consécutives de baisses globales - mais relativement contenues - des ventes de livres en France, l'événement reste cependant un lieu de débat privilégié, et ce probablement d'autant plus que les difficultés identifiées appellent justement à échanger. Des échanges qui, en vérité, ont largement dépassé le cadre de cette seule manifestation, au point de justifier à nos yeux cet épais dossier thématique.*

*Au gré de quelques interrogations persistantes (publie-t-on trop de livres en France ? Comment répondre à l'appétit sans fin d'Amazon ? Faut-il repenser les équilibres historiques de l'intersecteur du livre ?), en passant par une vaste réflexion sur ce qui doit définir le « Livre durable », les discussions croisées observées ces derniers mois auront ainsi confiné à une quasi-remise à plat...*

# Stardream ... Impressive Papers



Choisir le juste papier pour un projet n'est pas une décision simple c'est un choix qui naît du besoin de communiquer quelque chose de plus, quelque chose laissant un signe distinctif bien précis. La créativité étant sans limite, le papier ne peut être un obstacle mais bien une ressource dans laquelle puiser quotidiennement. STARDREAM, un large éventail de couleurs aux effets insolites nacrés, métallisés ou iridescents se veut toujours plus proche des exigences des créateurs. C'est pour cela que STARDREAM, papier certifié FSC®, répond parfaitement aux besoins d'un message créatif tout en conservant la sauvegarde de l'environnement.

Stardream ... une exclusivité Inapa

**inapa**



Tous nos papiers au détail sur [www.alafeuille.com](http://www.alafeuille.com)



[www.gruppocordenons.com](http://www.gruppocordenons.com)

# LIVRE PARIS 2019

## DÉBATS CROISÉS

*C'est l'Europe qui était à l'honneur de cette édition 2019 : un sujet à la fois complexe et source de désaccords nombreux, dès lors en tout cas que le volet politique du débat, au-delà même des strictes orientations culturelles de l'Union, était abordé par ses critiques ou partisans convaincus. À l'image des débats contradictoires qui ont donc rythmé la question européenne, ceux attachés au livre et à ses modèles (économiques, éditoriaux, écoresponsables etc.) ont témoigné là aussi d'un besoin pressant d'avancer...*



*A quelques semaines des élections européennes invitant les citoyens des 28 pays membres de l'Union Européenne à se prononcer, Livre Paris souhaitait célébrer à sa manière la richesse et la diversité du patrimoine littéraire européen... Jusqu'à en soulever des visions contradictoires.*

« La production éditoriale a augmenté de 113 % en 20 ans. Or, les ventes ont augmenté quatre fois moins que la production. »

Marie Sellier (auteure et Présidente de la SGDL)



On a d'abord fait tomber les barrières s'opposant à la libre circulation des biens et des marchandises, puis des Hommes. Il reste à faire tomber celles qui s'opposent à la circulation des idées » choisit de résumer – assez étonnamment – Xavier North (Inspecteur général des Affaires culturelles au Ministère de la Culture et de la Communication), sur l'épineuse question du rôle que jouent les éditeurs, traducteurs et organisateurs de manifestations culturelles dans la circulation des œuvres et des savoirs, à l'échelle européenne. Un objectif qui surligne, en creux, le manque de liant culturel dont souffre toujours une Europe hétérogène, dominée par ce que Régis Debray (écrivain, philosophe et haut fonctionnaire français.) dit être « la seule logique du business ». Mais en développant les crédits de traduction et en instituant des Prix/Manifestations culturelles transnationales, il ne fait en soi aucun doute que ladite « circulation des savoirs » donnera à s'étendre, essentiellement pour le meilleur... « Essentiellement » seulement ?





En se décollant d'une image strictement dédiée aux enfants, le livre audio affiche des taux de croissance saisissants : près de 2 français sur 10 ont écouté un livre audio en 2018, soit deux fois plus qu'en 2017.

## Marché unique & droit d'auteur

Car ouvrir les vannes de l'édition Européenne ne saurait être pensé sans mise en perspective avec d'autres problématiques de longue haleine, la Directive d'extension du Droit d'auteur récemment adoptée, après deux années de tractations tendues, ayant notamment illustré combien il est complexe de structurer des marchés dits « libres » et largement ouverts, sans se heurter à diverses contestations et résistances. Si l'essentiel du débat s'est concentré sur les questions de production de l'information, engageant par conséquent davantage les éditeurs de Presse pour l'obtention d'un droit voisin (c'est-à-dire la garantie pour les médias producteurs de contenus que les différents intermédiaires, telles que les plateformes numériques, devront s'acquitter à leur endroit d'une simili-redevance en cas de réutilisation desdits contenus), il serait précipité de penser que le livre est exclu des débats. Le Syndicat National de l'Édition (SNE) n'a d'ailleurs jamais cessé de dénoncer les risques de voir les exceptions au droit d'auteur – à ce jour encadrées autour des catégories suivantes : exception pédagogique, exception handicap et exception bibliothèque – échapper à tout contrôle pour tendre à confondre « accessibilité numérique » et « gratuité banalisée ». Or c'était bien là l'argumentation centrale des GAFAM : ne pas entraver la « liberté du Net », faciliter la « circulation des savoirs » et construire ce « marché unique numérique » qui s'accommode encore mal des initiatives de régulation réclamés par les ayants-droit. A leur décharge, il ne fait aucun doute que nombre d'écueils poseront effectivement concrètement problème, certain(e)s Youtubeurs/euses ayant déjà relevé des cas de blocage ou démonétisation de leurs vidéos confinant à l'absurde, les outils d'identification automatique de contenus soumis à des droits d'auteur traitant par exemple de manière souvent indifférenciée des violations manifestes (comme des rediffusions pures et simples d'œuvres protégées) et des extraits illustrant des contenus parodiques en théorie parfaitement légaux. Voilà qui rappelle combien la régulation des contenus numériques et connec-

*« Si nous ne sommes qu'aux prémices d'une quasi-réinvention de la façon dont il faut penser puis structurer la circulation des œuvres de l'esprit dans un écosystème numérique, le livre profite encore de la prééminence de son itération physique et imprimée, ce qui en protège d'autant mieux les contenus. »*

tés relève en soi de la gageure : à l'image des débats sur le fameux article 13 visant à responsabiliser les « fournisseurs de service de partage », difficile de gérer en amont de toute publication un tel amas de flux vidéo, sans être exagérément bloquant pour éviter tout risque de mise en ligne malheureuse. Ou, à l'inverse, être insuffisamment prudent, autorisant la lente déliquescence de ce que doit continuer de représenter le droit d'auteur... Si nous ne sommes encore là qu'aux prémices d'une quasi-réinvention de la façon dont il faut penser puis structurer la circulation des œuvres de l'esprit dans un écosystème numérique, le livre profite pour sa part encore de la prééminence de son itération physique et imprimée, ce qui en protège d'autant mieux les contenus. A tel point que si la question d'une meilleure propagation d'une « offre littéraire européenne » évoquait donc à la marge quelques pistes d'ouverture, cela n'a pas éludé une problématique beaucoup plus terre à terre et paradoxalement liée à une inflation éditoriale chaque année plus criante...

## Une production éditoriale à juguler ?

Publie-t-on trop de livres en France ? Si la question est régulièrement posée, c'est bien parce qu'avec 68 199 nouveautés publiées en 2017 en France selon les données Livres Hebdo/Electre.com, la réalité d'un encombrement continu des linéaires tient aujourd'hui de l'évidence. « La production éditoriale a augmenté de 113 % en 20 ans. Or, les ventes ont augmenté quatre fois moins que la production » détaille Marie Sellier (auteure et Présidente de la SGDL). Si chacun se réjouit de la diversité créative à la source d'une offre pléthorique, la plupart observe que trop de titres ne se vendent pas ou trop peu, voire qu'un phénomène d'imitation conduit les succès-locomotives à produire nombre de répliques plus ou moins pertinentes, sans forcément parvenir à surfer sur les modes. De fait et paradoxalement, ces afflux continus de nouveaux titres ont pu mettre en évidence l'invisibilité de genres sous-traités, au profit de best-sellers faisant alors office de valeurs refuges... Exhortant les libraires à affirmer leur identité en « choisissant » les nouveautés qu'ils tiennent à mettre en avant – dans l'hypothèse toutefois où ces der-



niers le pourraient sans être contraints d'ignorer purement et simplement une large part de la production – Bruno Caillet (Madrigall) tient à rappeler que « le fond, c'est encore la moitié de ce qui se vend. Il ne faut pas que l'afflux de nouveautés freine notre capacité à vendre le fond ». Mais dans ce que certains considèrent comme une logique économique vaine en forme de fuite en avant – produire sciemment deux à trois livres pour en vendre un – les bons équilibres de la diversité restent à inventer. Pire encore : avec la progression continue de l'offre autoéditée, certainement faut-il aussi considérer à sa juste mesure un marché encore émergent, quoique déjà substantiel...

## Autoédition : le déni ?

Décriée par celles et ceux qui y voient – pour partie à juste titre – la dépréciation d'un métier nécessitant de faire des choix, l'autoédition n'en progresse pas moins pour autant, au point d'intéresser jusqu'aux fournisseurs de matériels... « L'autoédition a le potentiel pour transformer durablement le secteur de l'impression » estime notamment Mark Angst (Responsable contenus éditoriaux pour Müller Martini), qui souligne que « 95 % des autoéditeurs font le choix d'une publication imprimée », dans un contexte qui voit le taux de croissance de ces ouvrages atteindre 11 % entre 2015 et 2016 aux Etats-Unis. Plus proche de nous : 17 % des livres déposés à la BnF en 2017 étaient issus de l'autoédition, contre 10 % en 2010. S'agissant là d'un marché encore globalement sous-exploité par les acteurs dits « historiques » du livre, c'est malheureusement Amazon qui est en train de se l'arroger, faute de solutions concurrentes. De quoi se demander s'il ne faudrait pas s'emparer du sujet, plutôt que d'en ignorer les effets, déjà éminemment concrets... C'est en tout cas là un des arguments avancé par Hubert Pédurand sur le stand Gutenberg & Co, lequel accueillait un robot capable d'imprimer/façonner du livre à l'unité et en quelques minutes seulement. « L'autoédition est un sujet qui fâche en France, mais ce n'est pas forcément le cas à nos frontières où c'est un marché, appréhendé comme tel. Le leader français en la matière s'appelle Books On Demand et il est basé en Allemagne » regrette-t-il, lui qui s'inquiète plus globalement d'un paradoxe reposant effectivement d'une part sur les difficultés éprouvées par les libraires pour absorber une production qui approche maintenant les 70 000 nouveautés par an, et sur ce qu'il estime être d'autre part « un manque de diversité éditoriale de plus en plus apparent au sein des grands réseaux de distribution ». D'où cette hypothèse : et s'il suffisait d'imprimer sur place et « à la demande » ce qu'il n'est pas (ou peu) pertinent de stocker ?

## La fabrication à l'honneur ?

« Avec Gutenberg One, nous tenons une réponse supplémentaire pour les éditeurs, les libraires ou les bibliothèques, dans ce qui constitue l'enjeu de notre temps : répondre le plus vite possible aux exigences du lecteur » enchaîne-t-il. C'est même encore peu dire, tant Gutenberg One incarne une solution concrète visant à rendre le livre imprimé le plus disponible possible. Sa présence très remarquée – en avant-première mondiale – dans les travées du salon aura en tout cas eu de nombreux mérites, dont celui de restituer face à un public fasciné la magie de la fabrication du livre. Au-devant

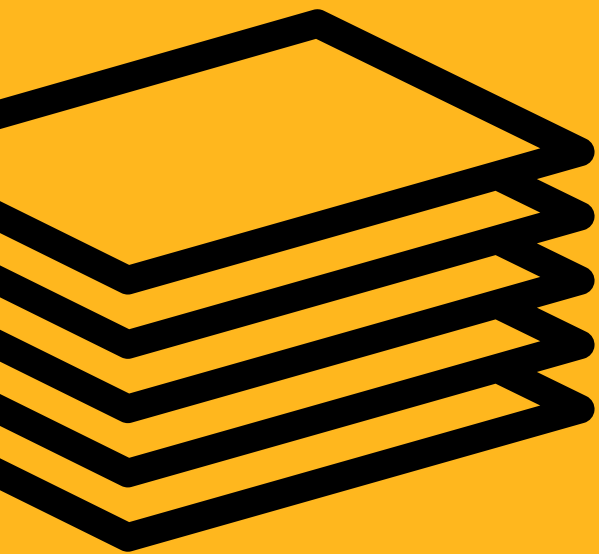


*Le robot Gutenberg One, sorte de box d'impression/façonnage de livre 100 % intégrée, a rappelé le pouvoir d'attraction liée à la fabrication de l'objet, au sein d'un salon qui n'a que très exceptionnellement exposé ce type de technologies.*

**« 17 % des livres déposés à la BnF en 2017 étaient issus de l'autoédition, contre 10 % en 2010. »**

de gens curieux, souvent enthousiastes, les questions relatives aux différentes étapes de fabrication ont fusé : impression, encollage, façonnage, massicotage... Nul doute que la gestuelle théâtrale du robot a participé à

rendre ces quelques minutes hypnotiques, avant d'amener à des considérations plus stratégiques : à quoi – et surtout à qui – tel robot peut-il servir ? Destiné à imprimer et façonner du livre unitaire en quelques minutes, Gutenberg One se veut être le tout dernier rempart imprimé avant l'écran. Car il ne s'agit nullement de « courtes séries » ou même « d'impression à la demande » stricto sensu (ces missions appartenant toujours à l'imprimeur/producteur), mais bien de fabrication unitaire quasi-instantanée, avec une ambition claire : aller plus vite qu'Amazon. Pertinent sur la myriade de références dites de « longue traîne » ne se vendant qu'exceptionnellement et trahissant donc souvent une absence de stock disponible, des éditions spéciales hyper-personnalisées, les ouvrages libres de droit ou encore – à terme – l'offre autoéditée, moyennant bien sûr une connexion à des bases de données nourries par les éditeurs et ayants-droits (ou par la BnF, dans le cas d'ouvrages tombés dans le domaine public), Gutenberg One veut apporter sa contribution marginale à ce qui consiste en une vaste opération de resynchronisation de l'objet physique avec le monde numérique. Ce n'est évidemment pas la seule initiative viable et certainement convient-il de l'agrèger à nombre d'autres ajustements, à l'image de ce qu'a mis en place Edis via la solution Copernics (soit un outil de gestion/production automatique des tirages adossés au centre de distribution de l'éditeur, pour les plus petits volumes), mais il ne fait aucun doute que les énergies convergent vers des modèles profondément chamboulés... ■



# La plaque que vous attendiez

Imprimez tout, ou presque, avec la nouvelle plaque sans traitement SONORA X. Longueur de tirage, vitesse de gravure, manipulation : la plaque SONORA n'a rien à envier à ses rivales traditionnelles.

À vous les économies avec une plaque encore plus respectueuse de l'environnement.

Avec la gamme SONORA X, 80% des imprimeurs offset pourraient passer dès maintenant aux plaques sans traitement. Que vous soyez spécialisé dans l'emballage offset, l'impression heatset ou coldset, le procédé UV traditionnel ou Low Energy UV, les tirages feuilles haute qualité ou les applications journaux en gros volume, optimisez vos performances et vos revenus avec SONORA X.

Pour découvrir tout le potentiel de la gamme, rendez-vous sur [kodak.com/go/sonora](http://kodak.com/go/sonora)

**Ensemble, donnons une nouvelle dimension à l'impression.**

**SONORA!**  
**CAN PRINT THAT.**



# LIVRE & DÉVELOPPEMENT DURABLE QUELS VRAIS ENJEUX ?

*Après deux journées de rencontres et d'échanges dédiées au « Livre durable », tout d'abord à la Bibliothèque Nationale de France le 4 décembre dernier, et plus récemment au Centre National du Livre ce 28 mars, c'est peu dire que le Livre interroge actuellement ses axes de progrès à l'aune des exigences éco-responsables qui fondent l'époque. Si la première journée était dédiée à faire le point sur les initiatives de filière, la seconde s'attachait à définir le rôle (grandissant ?) de la puissance publique, non sans mettre en lumière de nombreux objectifs communs...*



Alors que les différents marchés du livre cumulent maintenant près de 70 000 nouveautés chaque année, faire baisser le taux de retour – qui est de 18,8 % en librairies selon Guillaume Husson, Délégué général du Syndicat de la Librairie Française (SLF) – tout en assurant une diversité éditoriale visible, fait figure d'enjeu majeur.



Il s'agit à la fois d'éco-concevoir, de bien choisir son papier, de bien choisir son imprimeur et son procédé d'impression, de faire les bons choix de réimpression, d'être attentif à la gestion des stocks, d'intégrer le transport dans sa problématique de production et de faire les bons choix liés au travail de promotion » énumère Pascal Lenoir, Président de la Commission Environnement et Fabrication du Syndicat national de l'Édition (SNE), qui énonce là les sept recommandations prioritaires établies par le SNE, dans l'optique de faire rimer, autant que faire se peut, Livre et éco-responsabilité. Un travail qui nécessite en parallèle un échange constant avec l'ensemble des acteurs de la filière, pour déterminer au mieux et au plus juste des bonnes pratiques qui, heureusement, ne sont pas figées dans le temps.



Vincent Monadé, Président du CNL, regrettait, en ouverture des débats de la seconde journée, « que nous continuions trop souvent à imprimer dans des pays où le développement durable est loin d'être une priorité ».

**« 70 % du bilan carbone d'un livre imprimé est lié au papier, ce qu'il faut évidemment dissocier des procès en déforestation qui lui sont encore injustement faits, la réalité étant qu'il faut en attribuer la faute à de tout autres causes qu'à l'activité papetière (c'est-à-dire à la conversion permanente et définitive des sols pour l'agriculture, l'élevage, la plantation de palmiers à huile, le développement de l'activité minière etc.) »**

## Repenser le livre à l'ère de l'hyper réactivité

Rappelant que, selon les statistiques de la Banque de France, « 179 entreprises déclarées fabriquent du livre en France », Pascal Bovéro, Délégué général de l'UNIIC, ajoute que « l'essentiel du chiffre d'affaires du livre dans l'hexagone (environ 300 millions d'euros, ndlr) est assuré par une quarantaine d'opérateurs industriels ». Une relative concentration encore largement issue d'une massification structurante, mais que doit venir contrarier une volonté de raccourcissement des circuits de production et de diffusion, là encore caractéristique de l'époque... « L'hyper réactivité doit bénéficier à toute la chaîne : il nous faut passer d'une logique de stock à une logique de flux » fait entendre Pascal Bovéro, soulignant à ce titre que « la logistique et le transport doivent faire partie de notre offre commune ». Sur le plan strictement envi-

ronnemental – lequel concentre encore une large part des débats – « On est passé de l'ère de la correction – respecter la loi – à une ère d'amélioration, consistant à progresser et s'adapter aux nouvelles technologies » résume Matthieu Prévost, Responsable environnement pour l'UNIIC et animateur national de la marque Imprim'vert. Ainsi les différents labels et autres certifications ont-ils permis l'édification d'une dynamique complémentaire entre l'approche dite « site » (Imprim'vert, normes ISO...), l'approche « produit » (PEFC, FSC, Papier recyclé, Ecolabel...) et le développement relativement récent des bilans carbone (ClimateCalc). Au risque d'empiler les mentions difficile à décrypter, le secteur s'est donc emparé d'une forme d'auto-responsabilisation, en anticipant souvent les exigences attachées au support imprimé.

## La dématérialisation du livre déjà hors-sujet ?

Au chapitre des fausses pistes, toutefois, il faut probablement noter un emballement vis-à-vis du papier recyclé, trop souvent désigné comme une solution miracle alors qu'il ne saurait s'intercaler partout et sans limite. Les raisons en sont simples : la boucle de recyclage nécessite un apport constant de fibres vierges, et nombre de produits imprimés ne sont pas (ou peu) éligibles au papier recyclé, pour des raisons souvent techniques. S'agissant toutefois d'un segment appelé à se développer, l'urgence consiste à maintenir sur le territoire des unités de production, dans un contexte que l'on sait pourtant difficile (voir notre article « Quel avenir pour le papier recyclé ? » dans ce numéro). Rappelons que 70 % du bilan carbone d'un livre imprimé est lié au papier, ce qu'il faut évidemment dissocier des procès en déforestation qui lui sont encore injustement faits, la réalité étant qu'il faut en attribuer la faute à de tout autres causes qu'à l'activité papetière (c'est-à-dire à la conversion permanente et définitive des sols pour l'agriculture, l'élevage, la plantation de palmiers à huile, le développement de l'activité minière etc.). Mais, signe que ces attaques ont malgré tout largement perdu en crédit, Monique Barbaroux (Administratrice générale au ministère de la Culture, Haute fonctionnaire au développement durable) n'hésite pas à trancher en faveur de l'imprimé : « au Ministère, nous sommes avant tout attachés au livre papier. Nous savons ce que coûte le numérique » assure-t-elle, comme pour mieux garantir à l'auditoire que les arguments de la « dématérialisation verte » ne les duperont pas. La part des ventes numériques dans le chiffre d'affaires total des éditeurs ne s'établissant toutefois encore en France qu'à 7,6 % (il s'est stabilisé autour de 20 % dans les pays les plus enclins à « plébisciter » l'ebook), il semblerait que le livre a de toute façon déjà prouvé qu'il ne saurait, à terme, être confondu avec son itération digitale... Et ce n'est pas un mal selon Françoise Berthoud (CNRS) qui rappelle que « les impacts environnementaux de la fabrication d'une liseuse sont tellement importants qu'il faudrait lire en moyenne 25 livres pour commencer à envisager un gain environnemental par rapport à l'achat d'un seul livre papier. Ce chiffre grimpe à 60 si en face, un livre papier est lu par deux personnes ». Et il ne s'agit encore là qu'un des aspects à considérer, les consommations énergétiques concentrées par le numériques ne cessant de grimper en flèche – « près de 10 % de la consommation électrique mondiale à ce jour », rappelle-t-

« Les solutions de relocalisation/réindustrialisation en format « circuit court » bénéficieront d'une oreille de plus en plus bienveillante et attentive. »



« Les impacts environnementaux de la fabrication d'une liseuse sont tellement importants qu'il faudrait lire en moyenne 25 livres pour commencer à envisager un gain environnemental par rapport à l'achat d'un seul livre papier. Ce chiffre grimpe à 60 si en face, un livre papier est lu par deux personnes » estime Françoise Berthoud (CNRS).

elle – et les conséquences à la fois environnementales et sociétales des extractions de métaux rares nécessaires à la fabrication des terminaux de lecture confinant même au tragique... « Des conflits armés en République du Congo pour le contrôle des ressources, aux phénomènes de pollution sévère dans des zones géographiques asséchées ou même devenues irrespirables, les dégâts délocalisés causés par les technologies numériques sont alarmants » déplore-t-elle.

### Impliquer l'ensemble de la chaîne pour raccourcir les circuits

Mais l'originalité de cette double journée consistait en la mise en avant quasi-intégrale de la chaîne du livre, sur une thématique habituellement plutôt « confisquée » par un cercle restreint d'experts, certains admettant d'ailleurs ne pas être habitués à prendre la parole... « Quand on nous demande ce qu'est un auteur écoresponsable, on est un peu décontenancé » explique Hélène Rajcak, auteure et illustratrice, passée notamment par l'école Estienne. « On a l'impression que ces questions appartiennent surtout en amont aux fabricants, ce qui peut d'ailleurs être une frustration, parce qu'on a le sentiment de ne pas vraiment pouvoir agir là-dessus » regrette-t-elle. Or, sur les éternelles questions de surpublication – plus de 68 000 nouveautés parues, selon les données Electre/Livre Hebdo, en 2017 – ou même sur des problématiques plus techniques, certainement faut-il convoquer un maximum d'expertises, dans ce que Pascal Lenoir définit de la sorte : « Réduire le delta entre ce qui est fabriqué et ce qui est vendu », lui qui n'en démord pas : « Un livre écoresponsable est avant tout un livre qui trouve son lecteur. On

peut ensuite travailler la provenance des matières, évoquer les problématiques de transports ou autres, mais le meilleur livre éco-conçu sera celui qu'on a vendu ». Selon Guillaume Husson, Délégué général du Syndicat de la Librairie Française (SLF), nous ne sommes encore qu'à mi-chemin d'un rapport exposition/vente acceptable : « avec un taux de retour moyen de 18,8 %, nous sommes loin de ce qu'affiche la grande distribution par exemple. Mais c'est encore trop » concède-t-il. L'occasion également pour lui de déborder – déjà – sur le possible concours de l'action publique, qu'il juge en l'état partiellement contre-productive... « Les circuits courts sont interdits pour des raisons de loi de la concurrence. C'est une aberration économique, dans la mesure où les commandes locales devraient prioritairement bénéficier aux entreprises locales ». De même qu'à ses yeux, la vente en ligne génère « des commandes éclatées dans des camions vides, avec des cartons qui ne sont, la plupart du temps, pas recyclés ». L'objectif est toutefois clairement identifié, avec ses écueils, puisque Patrick Volpilhac (Directeur de cabinet du Président de Région Nouvelle-Aquitaine) dit avoir mis en place, en marge d'un contrat de filière régionale, « une logique d'accompagnement économique visant à soutenir le tissu industriel local, face notamment à l'Espagne sur la fabrication du livre » en réaction à un autre constat, implacable celui-là, d'une « hausse des recours à des imprimeurs de l'Europe de l'Est : République Tchèque, Pologne etc. » Ainsi pourra-t-on toujours s'assurer que les problématiques observées sont les bonnes, de sorte à ce que les solutions de relocalisation/réindustrialisation en format « circuit court », comme imminemment testées en région Hauts-de-France, bénéficieront d'une oreille particulièrement bienveillante et attentive... ■



# ÉDITIONS APEIRON

## LA PROXIMITÉ AU SERVICE D'UN IDÉAL ARTISTIQUE



Maison d'édition atypique privilégiant la poésie des images – vous n'y trouverez qu'exceptionnellement des textes – les éditions Apeiron parlent volontiers « d'art poétique » pour qualifier leurs ouvrages.

*En faisant coïncider la primauté de la démarche artistique et une forme de droiture éthique intangible en une seule et même logique, les éditions Apeiron incarnent un exemple réjouissant de réussite à la fois créative et militante.*

*Avec des livres esthétiquement éblouissants fabriqués localement, Yves Chagnaud raconte combien*

*les cheminements esthétiques les plus muris se pensent aussi à l'aune des critères de production auxquels on choisit de les attacher...*

« J'ai tenu à faire fabriquer mes livres à moins de 100 kilomètres autour de la maison d'édition. »

Yves Chagnaud (Editions Apeiron)



Yves Chagnaud, fondateur des éditions Apeiron.

**Y**ves Chagnaud l'évoque presque comme s'il était revenu de l'enfer, lui qui admet « avoir travaillé pour Disney pendant quinze ans », sans même d'ailleurs nous donner plus de détails. Il n'en fait cependant pas mystère : il se sentait alors « aspiré vers quelque chose d'hostile », comme souvent lorsque la dissonance entre ses aspirations personnelles et la réalité de ses activités nous plonge dans un état d'inconfort profond. Cet état auquel on décide alors de se rendre en lâchant prise, ou au contraire de sortir coûte que coûte...

### En quête de sens

Vrai que la chose est assez difficile à entendre : passer de l'archétype de la multinationale ultra-dominante du divertissement de masse, aux éditions Apeiron, petite structure (par la taille) mais projet ô combien ambitieux visant à « faire » du livre sans compromission – jamais ! – voilà qui n'est pas le moindre des grands écarts. On sous-estime d'ailleurs certainement à quel point la chose est difficile : ne dévier en aucun cas d'un idéal qui mêle vision esthétique jusqu'au-boutiste et principes éthiques clairement marqués, lui qui revendique notamment un fonctionnement en « filière directe ». Car la démarche ne peut effectivement s'entendre qu'au gré d'efforts continus, teintés d'un militantisme non feint. Et ce n'est pas un hasard si nous retrouvons donc Yves Chagnaud pendant Livre Paris 2019, aux côtés de Culture Papier, pour

« Plus les exigences de forme sont singulières et hors des formats habituels de l'édition, plus il faut pouvoir échanger avec des interlocuteurs à même de retraduire ces exigences dans la fabrication du livre. »

nous parler du livre dit *écoresponsable*. « J'ai tenu à faire fabriquer mes livres à moins de 100 kilomètres autour de la maison d'édition » énonce-t-il d'abord, illustrant son propos avec l'ouvrage *Histoire de l'oiseau qui avait perdu sa chanson*, récompensé par un prix décerné lors de la bien-nommée « Nuit du Livre » en 2015. Il précise notamment avoir fait appel à Maugein Imprimeurs en Corrèze, élaboré une couverture en carton recyclé fabriquée en Creuse grâce à la cartonnerie Jean, façonné ses couvertures chez Rambault à Confolens en Charente et veillé à n'imprimer les exemplaires (mille, en tout) « qu'à la demande, sans prendre le risque de générer un surplus de stock ». Obstiné par la seule idée de « servir la démarche des artistes », Yves Chagnaud ne conçoit de fait pas ce choix d'opérer en circuit court comme autre chose qu'un pas en ce sens.

## Un premier pas vers une logique de relocalisation ?

Car, dit-il, l'important consiste à « s'emparer du livre jusqu'à sa fabrication », faute de quoi on abandonne sûrement un pan de la création à des intermédiaires, qui ne doivent pas seulement être des « industriels », mais bien des partenaires créatifs. Ou, à tout le moins, des oreilles bienveillantes. Or, quoi de plus fructueux et constructif que l'idée de proximité, lorsqu'il s'agit de prolonger le cheminement artistique au travers des choix de matières, d'impression, de façonnage etc. ? Plus prosaïquement, il faudrait également souligner qu'on ne peut pas fabriquer ces « livres accordéon » (voir photo) sans un travail de main très spécifique, incarné par des structures à taille humaine et porté par des artisans capables d'entrer en dialogue avec des auteurs aux demandes possiblement incongrues. Dit très simplement : plus les exigences de forme sont singulières et hors des formats habituels de l'édition, plus il faut pouvoir échanger avec des interlocuteurs à même de retraduire ces exigences dans la fabrication du livre. D'autant qu'Yves Chagnaud l'assure : chaque choix a été pesé et soupesé, pour donner du sens à l'œuvre. « Le format accordéon m'a plu parce qu'il permettait d'instaurer un double sens de lecture, avec une impression recto/verso. Il y a d'un côté l'œuvre en tant que telle, et de l'autre côté ce qui l'a inspirée » explique-t-il. Cette volonté de jouer avec les formes du livre tout en respectant la sacralité de l'objet constitue chez les éditions Apeiron une sorte de fil conducteur, aujourd'hui indéniablement reconnu par la profession et les amateurs de beaux livres en général (soulignons d'ailleurs une nouvelle récompense cette année avec « Effraie Ma Nuit », livre



L'impression des ouvrages de l'éditeur est assurée par Maugein Imprimeurs à Tulle (Corrèze), les cartons utilisés pour les couvertures viennent de la Cartonnerie Jean située à Bonnat (Creuse) et leur façonnage est assuré par la SARL Rambault à Confolens (Charente). La grande majorité des livres est ensuite assemblée « à la maison et à la main » à Brigueuil dans les bureaux/atelier/boutique/espace poétique de Saint-Junien (Haute-Vienne).



Près de 8 livres sur 10 édités chez Apeiron se distinguent par ce format « accordéon » où les impressions recto/verso permettent d'inclure une lecture à double sens. Yves Chagnaud parle même de « double livres ».

accordéon signé Bertille Falissard, toujours à l'occasion de « La Nuit du Livre », tout en s'inscrivant dans une thématique à la fois éminemment moderne et sensible, qui est celle de la réhabilitation des circuits courts, à la fois pour des raisons environnementales évidentes, et pour la préservation de compétences et d'emplois non-délocalisables sur le territoire... Yves Chagnaud ne sera toutefois pas surpris d'entendre notamment Pascal Lenoir (Directeur de production chez Gallimard) souligner qu'avec plus de 60 000 nouveautés par an, un phénomène de péréquation économique voit les gros tirages, difficilement solubles dans des logiques 100 % locales, permettre l'existence de ces initiatives dites « de niche ». De cette réalité industrielle concrètement observable n'en demeure pas moins vraie cette implacable évidence : sans la volonté farouche de défricheurs passionnés, de telles initiatives, exemplaires à plus d'un titre, existeraient encore moins. Et certainement faut-il incliner nos modèles économiques vers ces bonnes volontés, pour les rendre – et ce serait presque un comble – moins « exceptionnelles » ou, dit autrement : moins difficiles à mettre en œuvre. D'une certaine façon, il ne s'agirait jamais que d'écouter ce que les livres ont à nous dire et nous apprendre, pour en tirer quelque chose de beau et nous élever un petit peu... ■



# ROBOTS MasterPrint

PROFESSIONAL

## Générateurs de profits !

ROBOT DEVISEUR  
ROBOT FABRICANT  
ROBOT WORKFLOW  
ROBOT MANAGER  
ROBOT iTRACKER

MasterPrint version **8** *iocis*

Plus de **10 000** acteurs de votre profession  
utilisent quotidiennement MasterPrint  
en France et à l'étranger.



**ECOFFI**  
SOFTWARE

ERP POUR L'IMPRIMERIE  
ET LES INDUSTRIES GRAPHIQUES

15, allée Louis Bréguet  
Z.A. Les Merisiers  
93421 Villepinte Cedex  
**01 49 63 92 50**  
[www.ecoffi.com](http://www.ecoffi.com)



Une génération soft d'avance



# LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE EN AVANT-GOÛT POUR GRAPHITEC

*La conférence pré-Graphitec intitulée « Dématérialisation et productivité dans les industries graphiques » se tenait sur le salon Documation 2019 et osait un quasi-paradoxe : parler de « dématérialisation » pour évoquer l'avenir de l'imprimerie...*



*C'est fin mars dernier, lors de Documation 2019 (qui se définit comme «le salon du management de l'information et des processus documentaires») qu'un avant-goût de Grapihtec a été proposé...*

**C**omme pour balayer tout malentendu, Philippe Teyssier (Directeur général de Key Graphic) souligne dans un sourire qu'il sera ici question de « bonne dématérialisation ». C'est-à-dire celle qui permet de mieux collaborer, tant dans la sphère interne de l'entreprise que dans sa sphère externe, autour d'outils logiciels et applicatifs aux noms barbares : gestionnaires de workflow, bases de données dynamiques, automatisation des EDI (Échange de Données Informatisé), Web to print etc.

## Se reconnecter aux standards des autres métiers

L'enjeu est résumé de la sorte par Philippe Vanheste (Directeur marketing du Groupe Prenant) : « Il est urgent d'adopter les bons standards en EDI. Il faut nous connecter plus vite aux standards des autres métiers, plutôt que de rester isolés », ajoutant qu'il est « moins difficile de dématérialiser la partie

**« Il faut en finir avec les Wettransfer que chacun stocke sur son poste. Bénéficier d'un historique complet avec une traçabilité soignée permet de gagner énormément de temps. On sait qui a fait quoi, avec les outils de workflow et de contrôle pertinents. »**

Philippe Teyssier (Directeur général de Key Graphic)

**GLN**  
**médias**

« 92 % des spécialistes du marketing déclarent que les retards de validation sont les premières causes de non-respect des délais. »

Isabelle Billerey-Rayel (Business Development Director, Dalim Software)



De gauche à droite : Philippe Vanheste (Directeur du marketing - Groupe Prenant), Isabelle Billerey-Rayel (Business Development Director - Dalim Software), Christophe Lecoeur (Responsable des Opérations Chaîne Graphique - Françoise Saget), Philippe Teyssier (Directeur Général - Key Graphic) et Patricia Guillamot (Direction de la Communication et du Marketing - RATP).

administrative de l'entreprise que la partie jobs/production », la seconde nécessitant en effet d'adosser les processus de gestion des flux à un environnement hardware – les machines d'impression – plus spécifique aux Industries Graphiques. C'est d'ailleurs là un paradoxe que certains n'ont pas manqué de souligner : les imprimeurs investissent énormément dans des machines, moins (pas assez ?) dans les ERP (Enterprise Resource Planning), lesquels permettraient pourtant justement de les piloter et de gérer l'ensemble des processus de l'entreprise. « Les petites structures se sont dématérialisées plus vite que les grosses » note par ailleurs Philippe Vanheste, sous-entendant là encore combien le poids de l'investissement matériel pèse sur l'agilité des entreprises, souvent historiquement construites – notamment stratégiquement – autour de leur parc machines. Or, certainement faut-il aujourd'hui davantage réfléchir aux tuyaux numériques véhiculant les flux administratifs, documentaires, informationnels ou productifs, qui font la vie d'une entreprise...

### L'absolue priorité : gagner du temps

« 92 % des spécialistes du marketing déclarent que les retards de validation sont les premières causes de non-respect des délais » souligne Isabelle Billerey-Rayel (Business Development Director, Dalim Software), ajoutant logiquement que « sans une bonne organisation, ces validations se perdent et/ou sont plus complexes ». Pire, « Nous manquons de bases d'analyse fluides et traçables, dès lors par exemple que nous voulons établir un lien entre la réception d'une campagne adressée en VPC, et les retours clients en termes de commandes » estime Philippe Teyssier. Autrement dit : les Industries Graphiques manquent de data exploitable, non pas tant pour des raisons éthiques que par défaut d'organisation optimale en amont. « Il faut en finir avec les Wetransfer que chacun stocke sur son poste » insiste-t-il... « Bénéficier d'un historique complet avec une traçabilité soignée permet de gagner énormément de temps. On sait qui a fait quoi, avec les outils de workflow et de contrôle pertinents ». Car « gagner du temps » fait plus que jamais figure de condition de survie, dans un contexte où les mouvements de flux se révèlent de plus en plus morcelés, dans le sillage d'une production volumique tendanciellement en baisse, pour un nombre de dossiers traités en hausse... Une réalité ô combien sensible dans l'univers de l'imprimé, mais qui s'avère traverser le

monde de l'entreprise dans sa quasi-globalité. D'où le fait que la thématique de la « transformation numérique » affecte peu ou prou tout le monde, au risque de dériver en des injonctions à la dématérialisation maladroitement amalgamées au défi du « zéro papier ».

### Les Industries Graphiques « en retard » ?

Patricia Guillamot (Direction de la Communication et du Marketing de la RATP) évoque notamment la mise en place d'une plateforme collaborative destinée aux 400 salariés attachés au Comité d'Entreprise de la RATP, visant à fluidifier les flux croisés entre de nombreux services, communiquant eux-mêmes sur de nombreux supports : « Nous avons clairement des difficultés à gérer à la fois nos magazines, catalogues, sites Web, réseaux sociaux, etc. qui étaient animés par des process lourds et difficiles à appliquer. Nous étions également pénalisés par une absence concrète de solution d'archivage, qui occasionnait beaucoup de pertes » décrit-elle, avant d'amener Créacom – intitulé de la plateforme concernée, mise en place avec l'appui de Dalim Software – à simplifier l'ensemble des processus de communication. « Aujourd'hui nous gérons plus facilement 1300 réalisations graphiques par an, sur tout support » s'enorgueillit-elle, ajoutant « une montée en compétences des équipes, un meilleur niveau d'information pour tous, une meilleure direction de la communication, un meilleur accompagnement des demandes clients et un gain net de 100 000 euros annuels environ, sur un budget de 1 million ». Alors comment expliquer cet étrange « retard » des Industries Graphiques face au défi de la transformation numérique ? Il fut pourtant l'un des premiers secteurs industriels à informatiser ses process, incluant même le numérique dès ses prémices à ses logiques de traitement, jadis analogiques. Il n'empêche, si la réalité d'un tel « retard » pourra être contestée à la marge, reste à minima une réelle hétérogénéité dans la façon dont les imprimeurs – au sens large – se sont emparés de cette question. Dit plus simplement : tout le monde n'est pas prêt. Et c'est ce rappel salutaire que voulait souligner cette conférence pré-Graphitec, à quelques encablures de la tenue du salon. De là à y voir un indice sur une volonté de se décentrer du tout-machine, pour mieux mettre en lumière l'optimisation organisationnelle essentielle qu'il convient aujourd'hui d'élaborer autour des Presses, il n'y a qu'un pas... ■



# MGI DIGITAL TECHNOLOGY

## INVENTEUR DE L'ENNOBLISSEMENT NUMÉRIQUE

Vernis - Gaufrage - Dorure à chaud - Hologramme Digital



**JETVARNISH 3D Evo**  
Digital varnish & iFOIL

75x120 cm



de 100 mm  
à 400 mm

**JETVARNISH 3D Web**

Digital varnish & iFOIL

& **COLOR+**



**JETVARNISH 3D**  
Digital varnish & iFOIL

52x105 cm  
64x120 cm



**MGI**  
Digital Technology

+ DE 35 ANS D'INNOVATION

**MGI DIGITAL TECHNOLOGY**

4, rue de la Méridienne

94260 Fresnes - FRANCE

Tel : +33 (0)1 45 21 06 60

info@mgi-fr.com - www.mgi-fr.com

# GESTES DU TRI

## PEUT MIEUX FAIRE ?

*Alors que les acteurs du recyclage des papiers/cartons pointent les imperfections d'une collecte dont la qualité se serait dégradée ces douze dernières années (voir notre article page 29), l'Observatoire du Geste de Tri des Papiers, créé pour l'occasion par Citeo, s'est enquis des habitudes de tri des Français, auprès d'un panel représentatif de 5500 personnes.*

### Décryptage.

À la première vague de l'Observatoire réalisé pour Citeo par Ipsos met ainsi en exergue six enseignements fondamentaux, que nous nous permettons de commenter ci-dessous...

### La très grande majorité des Français trie les papiers...

#### Mais pas systématiquement

S'agissant bien sûr ici de la collecte des ménages (rappelons en effet que les PME de 20 salariés ont obligation, depuis le 1er janvier 2018, de trier leurs déchets de bureau), l'essentiel du tri consenti par les Français relève pour large partie de leur niveau de sensibilisation. Et de ce point de vue, il y a mieux à faire puisque si 87 % des Français trient leurs papiers plus ou moins régulièrement, ou partiellement, seuls 41 % disent se prêter systématiquement à l'exercice. Les raisons avancées par les répondants évoquent notamment la confidentialité de certaines données qu'ils craignent de voir chapardées dans les poubelles (relevés bancaires, tickets de paiement...) ou des réutilisations domestiques, par exemple pour des feux de cheminée.

### Les Français peinent à identifier leur mode de collecte

Il est des confusions qui disent hélas beaucoup des imperfections actuelles. A ce titre, une part significative des Français



Seul un Français sur deux (54 %) identifie un système de tri des papiers sur son lieu de travail ou d'études. Il est arrivé à près des deux tiers (62 %) des Français de ne pas trier un papier au cours des trois derniers mois faute de dispositif à proximité.

« Avec seulement 33 % de trieurs systématiques chez les moins de 40 ans, c'est la cible des jeunes qui reste à sensibiliser prioritairement. »

interrogés peine à identifier le mode de collecte dont elle dépend. En l'absence – sans doute dommageable – d'harmonisation des consignes de tri, deux modèles cohabitent : une collecte dite « biflux » (papiers & emballages carton ou plastique dans un même bac, emballages en verre dans un autre) et une collecte « triflux » (papiers & emballages cartons dans un bac, emballages en métal & plastique dans un autre bac et emballages en verre dans un troisième bac). Si une majorité des ménages (68 %) est soumise au modèle biflux autorisant donc les mélanges fibreux/non fibreux, au grand dam d'ailleurs des acteurs du recyclage regrettant une baisse qualitative notable des matières récupérées, seuls 37 % des répondants estime en relever. Une confusion directement liée au manque de lisibilité des consignes de tri, à la fois ressemblantes mais diverses, d'une collectivité territoriale à une autre...



## TRÉMA SANTÉ COLLECTIVE

# RÉPONDEZ À VOS OBLIGATIONS LÉGALES ET OFFREZ UNE COUVERTURE ÉTENDUE À VOS SALARIÉS

### NOTRE SOLUTION

- **Conformité et panier de soins minimum\*.**

#### AVANTAGE ADHÉRENT

1 lit accompagnant pour les enfants de moins de 12 ans

- **Garanties optionnelles à la carte : 5 niveaux de couverture, 5 modes de tarification.**
- **Un pack employeur Lourmel pour vous faciliter la mise en place du contrat (réunions d'information, rédaction DUE\*\*).**

\* Conformité Accord National Interprofessionnel, ANI juin 2013.

\*\* Décision Unilatérale de l'Employeur.

### VOS AVANTAGES

- **Une approche modulaire et adaptable,** répondant à vos obligations légales.
- **Des exonérations sociales** et des déductions fiscales.
- **Une politique sociale d'entreprise** valorisée et attractive.

Venez nous rencontrer sur notre stand **N° D3**

**graphitec** 2019  
www.graphitec.com

### NOUS CONTACTER



**0 809 10 28 08**

Service gratuit  
+ prix appel

Du lundi au vendredi  
de 9h à 18h

**contact-entreprises@lourmel.asso.fr**

Toutes les informations directement sur  
notre site **www.lourmel.com.**

Retrouvez-nous aussi sur

GROUPE LOURMEL (Siret n° 399 111 228 00017), 108 rue de Lourmel 75718 PARIS Cedex 15 - www.lourmel.com - Tél. 01 40 60 20 00 Fax. 01 45 54 28 42. Alliance professionnelle Retraite Agirc-Arrco - Institution de retraite complémentaire régie par le code de la Sécurité sociale - Institution Agirc-Arrco n°F 201 - Siège social : 7 rue du Regard 75006 PARIS - SIREN 775 670 532 ; CARPILIG/P (Caisse du Régime de Prévoyance de l'Imprimerie et du Livre, des Industries Graphiques et des métiers de la communication), régie par le code de la Sécurité sociale dans le cadre des dispositions de l'article L.911-1 et suivant du livre IX du code de la Sécurité sociale - SIREN 533 889 960 ; MGI (Mutuelle Générale Interprofessionnelle), soumise aux dispositions du livre II du code de la Mutualité - SIREN 437 994 205. Crédit Photo : iStock.



**LOURMEL**

*Agir ensemble pour mieux vous protéger*



« Seul un Français sur deux (54 %) identifie un système de tri des papiers sur son lieu de travail ou d'études. Il est arrivé à près des deux tiers (62 %) des Français de ne pas trier un papier au cours des trois derniers mois faute de dispositif à proximité. »

### Comme pour les emballages, le geste de tri des papiers varie notablement en fonction des catégories de population

Avec seulement 33 % de trieurs systématiques chez les moins de 40 ans, c'est la cible des jeunes qui reste à sensibiliser prioritairement, alors qu'à l'autre extrémité, ce sont les retraités (en couple) qui font figure de « meilleurs élèves » (si l'on ose dire), puisqu'ils sont 53 % de trieurs systématiques. Notons également un différentiel sensible entre ceux habitant une maison individuelle (45 % de trieurs systématiques) et ceux résidant en appartement (37 %). Ajoutons enfin que la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) appliquée à la Presse, autorisant les metteurs sur le marché à contribuer « en nature », c'est-à-dire en préférant insérer au sein de leurs titres des plans médias publicitaires justement dédiés à promouvoir la recyclabilité du papier, plutôt que de régler une écocontribution « classique », participe des progrès de sensibilisation attendus ici. Concrètement, ce ne sont pas moins de 377 éditeurs de Presse qui ont opté pour cette solution en 2018, dans ce qui équivaldrait à 44 millions d'euros d'achat d'espace publicitaires à tarif brut. Selon les post-tests effectués par Citeo, 79 % des trieurs très occasionnels et 66 % des non trieurs déclarent que ces campagnes de sensibilisation, particulièrement bien perçues, leur donnent envie de trier davantage leurs papiers.

### Hormis certains papiers de type multi-matériaux, les papiers génèrent peu de doutes dans le geste de tri

Les cahiers à spirales ou les enveloppes avec une fenêtre plastique sont encore le genre de papiers qui instillent le doute chez les Français lorsqu'il s'agit de leur appliquer le « bon » geste de tri : Ils sont effectivement environ 27 % à ne pas forcément être sûr de ce qu'il faut en faire, 39 % déclarant même être mal informés sur les consignes de tri papier (au contraire des emballages)...

### En dehors de leur domicile, les Français pratiquent encore peu le tri faute de système disponible



« Si 87 % des Français trient leurs papiers plus ou moins régulièrement, ou partiellement, seuls 41 % disent se prêter systématiquement à l'exercice. »

Si les sondés sont globalement satisfaits des systèmes de ramassage des papiers (à hauteur de 79 %), ils sont en revanche beaucoup moins indulgents envers la collectivité dont ils dépendent. 53 % pensent en effet que leur municipalité « est en retard sur les autres communes en matière de tri et de recyclage des papiers » et 39 % d'entre eux que « leur commune n'a pas agi ». Plus problématique : « Seul un Français sur deux (54 %) identifie un système de tri des papiers sur son lieu de travail ou d'études. Il est arrivé à près des deux tiers (62 %) des Français de ne pas trier un papier au cours des trois derniers mois faute de dispositif à proximité, principalement dans les rues de leur commune pour 46 % d'entre eux » nous apprend Citeo.

### ... Mais le véritable objectif est d'utiliser le moins de papier possible, selon les Français

Si les sondés disent percevoir l'importance du tri des papiers et du recyclage en général (pour 89 % d'entre eux), l'enjeu prioritaire consiste selon eux en la diminution, à la source, des papiers mis en circulation. 86 % des Français pensent ainsi que recycler ne saurait suffire, 74 % ciblant même la grande distribution comme le premier responsable des volumes de papiers directement jetés. Une réalité dont il faut avoir conscience, alors que l'imprimé publicitaire dit « sans adresse » fait actuellement l'objet de remises en cause potentiellement explosives, moyennant – hélas ! – quelques raccourcis en forme de célébration des contenus numériques. Si la chose est à maints égards paradoxale, critiquable et certainement trompeuse (faut-il rappeler combien les impacts environnementaux attachés au numérique suivent actuellement une courbe de progression effrayante ?), la question de la rationalisation des volumes imprimés reste entière, et verra à n'en pas douter l'approbation de l'opinion... Non sans qu'il faille noter là encore d'autres contradictions puisque les prospectus demeurent massivement lus et font toujours figure de pourvoyeur de trafic en magasin. D'un paradoxe à l'autre, gardons cette certitude : il faudra mieux trier de toute façon, pour mieux collecter et, certainement, mieux recycler. ■

# IMPRIMERIE DE LABEUR

## UN POINT SUR LE MARCHÉ EUROPÉEN



Annie-Claude Ruescas, proviseure de l'école Estienne accueillait le débat animé par l'ATEP avec la ferme volonté de « renforcer les liens des étudiants avec la profession ».

*D'avantage destinée, selon ses organisateurs, à offrir un instantané du marché Européen de l'imprimerie de Labeur, plutôt que de tenter des hypothèses prospectives hasardeuses, la conférence proposée par l'ATEP (Association des techniciens de l'édition et de la publicité) visait avant tout à délier les langues pour faire s'exprimer la salle et installer un dialogue...*

**S**i l'époque invite, peut-être plus que jamais, les acteurs des Industries Graphiques à échanger, débattre et confronter des points de vue, c'est certainement parce que le besoin d'un juste décryptage est aujourd'hui à l'aune des enjeux de rebond et de transformation qui s'imposent désormais. Alors que le marché Labeur français pèse encore, selon Richard Pelissero (Président de l'ATEP et Directeur des ventes France Groupe De Jong), « 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 1,92 million de tonnes traitées », demeure en effet la certitude que les équilibres économiques et les volumes d'activité associés n'ont pas fini d'être perturbés...

### Décroissance volumique

Difficile d'aborder tel sujet sans rappeler que sur le strict champ du Labeur (offset et héliogravure), les dix dernières années ont vu le nombre d'établissements français actifs chuter en différentes proportions selon la taille des entreprises concernées. Ainsi sommes-nous passés, entre 2008 et 2017, de 3299 entreprises de moins de 10 salariés à 2276, de 1171 entreprises de 11 à 49 salariés à 624, de 126 entreprise de 50 à 99 salariés à 93, et de 102 entreprises de 100 salariés et plus, à 51 (Source : AGEFOS PME-CGM). Soulignons toutefois que ces chiffres, attachés à un code d'activité unique et partiellement excluant, manquent sans doute de représenter l'ensemble d'un vivier d'imprimeurs – au sens le plus large qui soit – dont la production de valeur se trouve comptabilisée sous d'autres codes NAF. Sans nier la réalité d'une concentration globale des volumes, voilà probablement de quoi nuan-

cer l'ampleur du phénomène. En passant toutefois en 2017 sous la barre symbolique des 2 millions de tonnages traités par les imprimeries de Labeur, la France n'est pas un cas à part, loin s'en faut. Ainsi la consommation européenne des papiers à usage graphique diminuait-elle de près de 7 % entre 2017 et 2018, pendant qu'en France sur la même période, elle perdait 5 %, selon respectivement Euro-Graph et Copacel. Mais dans ce qui tient là du constat, émergent quelques axes de discussion particulièrement notables...

*« Les imprimeurs Labeur ont certainement encore du mal à gérer et traiter la data. En comblant cette faiblesse, il ne fait pas de doute qu'ils développeront des compétences en termes de personnalisation de l'impression, mais aussi en termes de puissance commerciale et marketing. »*

Richard Pelissero (Président de l'ATEP et Directeur des ventes France Groupe De Jong)



## Objectif relocalisation ?

En s'arrêtant sur le cas du marché des catalogues commerciaux, l'ATEP s'est attachée à illustrer une faiblesse en revanche quasi-typiquement française : « En termes de balance commerciale, on paie aussi probablement notre faible niveau d'anglais » évoque en effet Richard Pelissero, par ailleurs bien conscient de faire cette remarque en présence d'étudiants, puisque la conférence se tenait à l'école Estienne... En 2017, si nous exportions en effet 55 000 tonnes d'imprimés pour du catalogue commercial, nous en importons 240 000 tonnes, pour un delta déficitaire qui n'a certainement jamais été aussi criant. Le constat serait hélas plutôt analogue sur d'autres marchés stratégiquement sensibles, même si les difficultés à « vendre » le savoir-faire français en dehors des frontières de l'hexagone n'expliquent certainement pas tout. « La notion de patriotisme économique n'a que peu de sens pour beaucoup d'actionnaires et de maisons-mères, qui ne sont pas Français, et raisonnent avant tout en termes d'économie des coûts » affirme Hervé Rouher, qui présidait justement encore l'ATEP voilà seulement quelques semaines. « Par conséquent, les décisions des donneurs d'ordre en découlent et cela a même généré un affaiblissement de l'outil industriel français » poursuit-il. Pour autant et en dépit des distorsions concurrentielles qui peuvent produire des effets néfastes sur la compétitivité française, la volonté de garder une attitude positive incline plus volontiers les intervenants à insister sur les axes concrets de progrès, directement à la portée des industriels... « Les imprimeurs Labeur ont certainement encore du mal à gérer et traiter la data. En comblant cette faiblesse, il ne fait pas de doute qu'ils développeront des compétences en termes de personnalisation de l'impression, mais aussi en termes de puissance commerciale et marketing » estime effectivement Richard Pelissero.

« La notion de patriotisme économique n'a que peu de sens pour beaucoup d'actionnaires et de maisons-mères, qui ne sont pas Français, et raisonnent avant tout en termes d'économie des coûts (...) Par conséquent, les décisions des donneurs d'ordre en découlent et cela a même généré un affaiblissement de l'outil industriel français. »

Hervé Rouher (ATEP)

## Marchés en danger : repenser l'objet imprimé

Autre sujet qui n'a pas manqué de s'inviter notablement dans les débats : la possibilité (encore lointaine) de voir le prospectus publicitaire « attaqué » par les pouvoirs publics, à l'image de ce que certains imaginent déjà en conditionnant par exemple la distribution des prospectus non-adressés à l'apposition préalable sur les boîtes aux lettres d'un « Oui Pub » venu se substituer au « Stop Pub ». Dans telle hypothèse, nous basculerions ainsi sur un modèle d'*Opt In active*, avec ce que l'on peut présumer comme conséquences à la baisse en termes de volumes distribués. Aux Pays-Bas, une expérimentation a même consisté en l'arrêt total – via des zones tests – de la distribution d'imprimés sans adresse, preuve que l'idée n'est pas si saugrenue. Une perspective qui interroge forcément, les imprimés publicitaires pesant encore en France 33 % du tonnage traité par les imprimeurs. « Il ne faut toutefois pas oublier que ces expérimentations ont été menées dans des paysages hyper urbains. Aux Pays-Bas, la notion de super/hyper marché n'a même pas vraiment de sens. Ce n'est pas le pays du vélo pour rien » souligne Richard Pelissero, rappelant par-là combien c'est dans les zones rurales dites « périphériques », largement alimentées par la grande distribution, que le prospectus joue un rôle qui confine quasiment au maintien du lien social. En témoigne d'ailleurs la résistance du médium en France, toujours massivement consulté et objet névralgique de lutte concurrentielle entre les principaux acteurs de la grande distribution (en dépit du retrait récent de Monoprix, dont l'implantation hyper-urbaine facilitait d'autant la dématérialisation totale des prospectus). Difficile toutefois d'ignorer que de tels constats valent donc surtout pour certains modèles démographiques, économiques et commerciaux, de fait particulièrement disparates selon les pays considérés. Mais ces questions ont le mérite d'affleurer, d'alimenter le débat et d'instiller petit à petit l'idée selon laquelle l'avenir s'éloignera – de gré ou de force – des logiques de massification autour desquelles l'imprimé s'est historiquement imposé. A l'heure des circuits courts et d'une volonté de proximité, nul doute que l'imprimé a évidemment d'autres cartes à abattre, moyennant les ajustements et (r)évolutions adéquats... ■



# LE MONDE DE NANO



*programmer, gérer, optimiser, piloter son habitat...*

L'imprimé fonctionnel, un sujet « Industries créatives » ? Oui, pour de multiples raisons mais la plus importante d'entre elles est que l'imprimé fonctionnel est un sujet bien connu des sérigraphes et depuis longtemps. Tout un pan de la sérigraphie œuvre pour les grands secteurs industriels en proposant des produits ou plutôt des applications dont la ou les fonctions sont délivrées par l'imprimé : faces avant, claviers à membrane, électroluminescence, etc. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si l'AFIP (Advanced Functional & Industrial Printing) est organisé par l'ESMA (European Screenprinting Manufacturer Association). Le premier élément notable de cet événement est l'effervescence ambiante. Les fabricants de matériels et de consommables comme les imprimeurs présents ne parlent que d'innovation, de croissance et de développement. Cet optimisme est loin d'être feint ou irrationnel. Comme nous l'indiquions dans le précédent numéro d'Acteurs de la filière graphique : « Le marché mondial de l'électronique imprimée devrait dépasser les 50 milliards de dollars avant 2022 et s'établir autour de 2 milliards en France. » (Source : IDTechEx). Il y a donc de quoi être optimiste. D'où vient cette croissance attendue ? L'AFIP nous donne deux réponses – une technologique et une socio-économique – à cette question.

## De la technologie à la nanotechnologie

L'imprimé fonctionnel consiste à imprimer du métal, de l'isolant, du carbone sur des supports plastiques le plus souvent en sérigraphie pour sa répétabilité, sa capacité à imprimer des encres visqueuses (ce qui est une nécessité en matière d'électronique imprimée), la garantie d'une forte conductivité et d'une résistance importante et la possibilité d'imprimer une grande variété de supports. L'évolution vient de la composition des encres. Les principaux fabricants étaient d'ailleurs présents à l'AFIP : VFP, DUBUIT, MARABU, KIAN, etc. Les

*L'UNIIC s'est rendu les 27 et 28 mars derniers à Düsseldorf pour assister à l'AFIP. Cet événement organisé par l'ESMA était dédié à l'imprimé fonctionnel.*



*molding et électronique imprimée c'est possible. La connectique épouse la forme du support.*

éléments conducteurs contenus dans les encres sont dorénavant de l'ordre des nanoparticules. Une donnée qui change tout. A commencer par le coût bien évidemment puisque le volume de métal nécessaire étant réduit, le coût de l'impression diminue fortement. Mais même si c'est essentiel pour une production en volume, les nanoparticules n'ont pas seulement pour conséquence la réduction des coûts. L'impression de nanoparticules métalliques rend possible l'impression de lignes fines qui restent fortement conductrices. Nous voilà ainsi arrivés dans l'ère de l'électronique imprimée avec une facilité d'intégration accrue, de l'électronique imprimée multifonctionnelle - puisque qui dit  *finesse*  dit multiplication des couches - de l'électronique imprimée flexible qui s'adapte à des formes en trois dimensions, de l'électronique imprimée élastique qui se conforme aux propriétés mécaniques de son support, de l'électronique imprimée... transparente.



*L'automobile, secteur de prédilection est le premier à intégrer les innovations proposées par l'électronique imprimée.*



*à l'heure où les séjours hospitaliers sont de plus en plus courts. L'électronique imprimée et en particulier les capteurs pourraient jouer un rôle intéressant dans le suivi à distance des malades.*



*Imprimer de la lumière.*

En passant des particules métalliques aux nanoparticules métalliques, la sérigraphie a pu travailler ses *défauts* et ses *blocages*, pourrait-on dire. La viscosité des encres a pu être remise en question pour empêcher les ruptures de lignes et alléger le dépôt d'encre. Un atout pour la sérigraphie mais pas uniquement : les autres procédés d'impression (flexographie, offset, héliogravure et jet d'encre) ont des caractéristiques intéressantes et complémentaires à faire valoir. Quand la viscosité de l'encre et l'épaisseur du dépôt pouvaient être un problème, en offset ce n'est plus le cas. Il faudra pour autant mettre de côté les solutions de mouillage et préférer un procédé waterless. Le jet d'encre DOD a aussi sa carte à jouer. Présent, sous les couleurs d'AGFA notamment, à l'AFIP le numérique entend bien prendre sa part du gâteau.

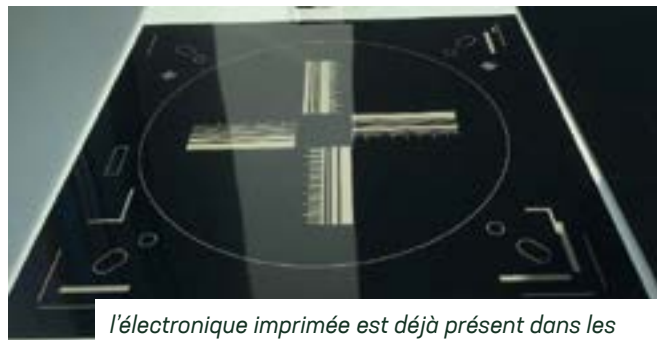
## À NOTER :



*Marquage industriel, imprimé fonctionnel, électronique imprimée, voilà des sujets en pleine ébullition. Et comment ! Il est indéniable que la société dans son ensemble se connecte et l'imprimé a largement sa carte à jouer dans ce domaine. Une opportunité qui méritait d'avoir son support et c'est chose faite. L'UNIIIC en partenariat avec PACK INFOPRESSE lancent un nouveau site d'information : [le-i.fr](http://le-i.fr).*

*i comme Impression, i comme Industrie, i comme Intelligence.*

**[www.le-i.fr](http://www.le-i.fr).**



*l'électronique imprimée est déjà présent dans les logements.*

## De la société connectée à la smart société

Objets connectés, habitat connecté, électronique embarquée... Des procédés qui sont tous présents autour de nous et font d'ailleurs régulièrement figure d'épouvantail pour le secteur de l'imprimé. Or, l'AFIP laisse entrevoir cette évolution comme une opportunité pour l'imprimé. Smartphone, smarthome, smartcar, il n'est plus question de « connecté » mais plutôt « d'intelligence » or pour embarquer cette intelligence, rien de mieux que l'impression de capteurs, de batteries, de micro-leds, de circuits... il n'est plus besoin d'ajouter une couche rigide et épaisse d'électronique puisque l'électronique peut faire partie intégrante du produit, de la forme, du support. L'électronique imprimée est prête et se prépare à prendre des marchés – voire à en créer – en téléphonie, en domotique, etc. Serait-ce la revanche du physique sur la dématérialisation ? Il reste l'essentiel à résoudre : la data. Quelles propriétés, quelles utilisations ? Si les smarthomes auront une gestion plus rationnelle de l'énergie, elles posent aussi la question de la collecte de données dans une sphère qui relève de l'intimité. Difficile à ce titre de ne pas mentionner les polémiques (déjà !) nées de l'installation massive et contrainte de compteurs Linky chez les particuliers, basées (entre autres) sur des craintes ô combien analogues : quelle data pourra en être extraite, à quelle fin et au gré de quels risques ? De quoi rappeler que le progrès technologique n'échappe que rarement – et heureusement – aux questions éthiques qu'il soulève dans son sillage... ■

Julie Chide

# LA VÉRITABLE BEAUTÉ EST INTÉRIEURE

magenta-mm.com

respecta100



Il existe une beauté qui va au-delà de l'esthétique :  
elle est intérieure et se préoccupe tout  
particulièrement du monde qui l'entoure.

**Respecta 100** en est un brillant exemple.

C'est un papier couché certifié FSC® recycled\* produit  
uniquement à base de fibres recyclées *post consumer*  
(100%). Par rapport à un papier couché standard,  
la production de chaque tonne de **Respecta 100** permet  
d'économiser l'émission de 100 kg de CO<sub>2</sub>.

Une conscience écologique peu commune pour  
un papier qui offre des qualités esthétiques  
supérieures et recommandé pour les travaux  
d'impression de prestige où se conjuguent  
passion de la beauté et respect de la nature.

\*credit system

## LA GAMME RESPECTA

respecta100

FSC® RECYCLED –  
100% DE FIBRES RECYCLÉES

respecta60

FSC® MIX –  
60% DE FIBRES RECYCLÉES

respecta

FSC® MIX



 **burgo**

[burgopapers.com/respecta](http://burgopapers.com/respecta)



The mark of  
responsible forestry



# QUEL AVENIR POUR LE PAPIER RECYCLÉ ?

*La mise en redressement judiciaire d'Arjowiggins n'a pas manqué – entre autres – de remettre au premier plan les questions liées aux usages du papier recyclé en France : quels marchés et débouchés, quels ajustements technico-structurels en termes de tri et de collecte, quels équilibres productifs, quels apports en fibres vierges ? ... En un mot : quel avenir ?*

**S**i le sujet n'est pas neuf, le ton était forcément un peu plus grave et les discours pesés. En cause : les défaillances récentes des usines du Groupe Arjowiggins, acteur papetier évidemment majeur qui fournissait notamment une pâte recyclée marchande (150 000 tonnes par an) de première qualité sur son site « Greenfield » de Château-Thierry dans l'Aisne. Si le dénouement fut plus heureux pour cette unité de production, les 75 salariés du site ayant été « sauvés » suite à son rachat par l'Allemand Wepa, spécialisé dans la production de papier hygiénique, les difficultés qui auront mené à cette situation posent forcément question. Et ce d'autant plus que les quasi-injonctions à imprimer sur papier recyclé pleuvent pourtant au sein des « Feuilles de routes éco-circulaires » et autres préconisations plus ou moins officielles, sans toutefois vraiment répondre, hélas, à cette éternelle problématique : comment dans le même temps encourager l'économie numérique – priorité politique actuelle béante –, la baisse des volumes imprimés et prôner à la marge le tout recyclé ? Armés d'éléments de contexte forcément douloureux, les intervenants conviés par Culture Papier ont tenté de raccrocher les wagons du bon sens...

## Des bonnes intentions aux raccourcis

C'est Huguette Tiegna, Députée du Lot et Présidente du groupe d'étude « Économie verte et Économie circulaire » qui rappelle en préambule les probables raisons ayant incliné ce Gouvernement (ainsi que le précédent, à minima) à insister



Situé près d'Epinal dans les Vosges, Norske Skog Golbey est le premier site de production de papier journal en Europe de l'Ouest.

« 38 % des metteurs sur le marché soumis à l'éco-contribution bénéficient du bonus Citéo visant à récompenser les produits contenant au moins 50 % de fibres recyclées. »

sur les mérites du papier recyclé : « L'enjeu de notre temps consiste à passer d'un modèle linéaire à un modèle circulaire. Par conséquent, nous luttons contre les objets à usage unique » fait-elle effectivement entendre. On comprend alors très vite quelle logique sous-tend cette sur-représentativité du papier recyclé dans les notes d'intention politiques, celui-ci devenant en effet le parfait antonyme du « support à usage unique » dont il faudrait se débarrasser d'urgence. Il ne s'agit pour autant aucunement de substituer un modèle à un autre... « Un modèle 100 % recyclé serait catastrophique. Ce serait même un non-sens, car la fibre a une durée de vie » objecte à raison Gabriel Langlois (Norske Skog). Si les estimations varient concernant cette « durée de vie », on considère toutefois qu'un papier se recycle 5 à 8 fois, non sans que ça ne suffise à définir le procédé puisque « sur les 600 000 tonnes de papier journal produites chaque année sur le site de Norske Skog Golbey, les approvisionnements sont



La réduction des importations chinoises de papiers et cartons à recycler a eu, hélas, des effets dommageables sur les approvisionnements des usines de recyclage...

constitués à 70 % de papiers récupérés et à 30 % de fibres vierges » ajoute-t-il. De quoi rappeler en effet qu'un papier dit « recyclé » ne l'est toujours qu'en partie, dans ce qui s'apparente ensuite à une affaire de proportions dépendantes de différents fac-

teurs : la qualité des matières premières, le rendu final attendu selon le produit concerné, les éventuels écueils techniques face auxquels il faut encore composer etc. Dit plus simplement : les fibres vierges et recyclées sont profondément complémentaires et ne s'envisagent pour ainsi dire jamais les unes sans les autres, dès lors en tout cas qu'il est question, justement, de recycler. « L'outil industriel nous pousse de toute façon à ne pas les opposer » précise par ailleurs Pierre-Yves Bais (UPM France), rappelant en effet que l'essentiel des machines à ce jour opérantes pour traiter les papiers récupérés sont pensées et calibrées en ce sens. Enfin faudrait-il souligner – comme s'y attache Jan Le Moux (Copacel) – que les (re)valorisations possibles de matières ne s'arrêtent pas au recyclage : « La biomasse sert à générer de l'énergie. Là encore, c'est une caractéristique forte de cette industrie : elle dispose de différents moyens pour revaloriser la matière qu'elle produit et utilise ».

## La qualité de la collecte en cause ?

Cet éternel malentendu étant levé, reste à évaluer le potentiel d'un segment de marché visiblement encore sous-exploité... « Le recyclé va se développer, mais l'important est d'abord d'assurer une bonne collecte, de sorte à produire un matériau de qualité » estime Jan Le Moux. Il est rejoint en cela par Pierre-Yves Bais, qui dresse un constat amer de la façon dont la situation a évolué ces douze dernières années : « En 2007,

nous disposions d'un gisement de 26 millions de tonnes de papiers, pour 16 millions aujourd'hui. A cet effondrement de fibres recyclables disponibles, il faut ajouter que la collecte ne s'est pas faite comme attendu » regrette-t-il, estimant notamment devoir travailler avec « des produits trop mélangés, dont une part croissante se révèle inutilisable pour produire des papiers graphiques ». Même constat chez Gabriel Langlois, qui décrit à son tour « une qualité des papiers récupérés en baisse ». Il précise : « Beaucoup de moyens ont été mobilisés sur la récupération plastique, parce que l'urgence environnementale était – et reste – celle-ci. Mais paradoxalement, on en a délaissé la filière de collecte papier/carton, qui s'est lentement délitée... Chez Norske Skog, nous constatons une dégradation de 4 à 5 % de matière réutilisable en moins de sept ans. Nous récupérons même jusqu'à 13 000 tonnes de plastique par an, ce qui est absolument anormal », alerte-t-il. « Nous voyons par ailleurs une hausse des contaminants plastique migrer dans le papier et avec un taux de contaminants de 7,5 % en moyenne, la capacité des chaînes de tri à retrier en aval de la collecte ne suffit plus »... Enfin, dans un contexte de baisse très nette des importations chinoises de matières premières, qu'il juge « sans retour » et sur lesquelles il ne faudra désormais « plus compter », Pierre-Yves Bais observe par ailleurs « une demande Européenne de fibres à recycler insatisfaite, faute de volumes disponibles suffisants ». D'où l'intérêt – décidément – de penser le gisement dans sa globalité, sans se contenter de « promouvoir la fibre recyclée à tout crin », chose qui n'a en effet guère de sens lorsque la matière première, c'est-à-dire le papier tout court, manque...

## Un élan à traduire ?

« Comment peut-on entendre aujourd'hui qu'une capacité de production en papier recyclé ferme en France ? » déplore pourtant Sébastien Calard (Gutenberg Agency), assurant par ailleurs que le procédé est aujourd'hui suffisamment au point pour que « le papier recyclé apparaisse comme un produit de qualité satisfaisante sur de nombreux produits ». Effectivement délesté de cette image de « sous-papier » dont il a pu souffrir jadis, le recyclé n'est certainement pas également éligible à tout type de produit, mais il ne manque pas de débouchés parfaitement viables. Ainsi Citéo (éco-organisme en charge d'organiser, piloter et développer le recyclage des emballages et des papiers ménagers, mis en marché en France dans le cadre de la Responsabilité Élargie du Producteur) assure-t-il que 38 % des metteurs sur le marché soumis à l'éco-contribution bénéficient du bonus visant à récompenser les produits contenant au moins 50 % de fibres recyclées. De fait, un intérêt sensible existe, mais un paradoxe demeure, Déborah Dorosz (Antalis) pointant à juste titre « une dissonance terrible entre les discours politiques (cf. le Rapport Bardy précisément dédié à développer différents chantiers en faveur du recyclage et de l'éco-circularité dans l'industrie papetière) et la réalité, avec la disparition d'une des plus grandes usines de recyclage en Europe, si ce n'est la plus grande, si l'on parle de pâte à papier marchande ». Au-delà des regrets et des mines un peu défaites, il faut certainement voir en ces constats un brin désabusés la profonde volonté de « préserver nos capacités de recyclage sur le territoire », dicit – une nouvelle fois – Gabriel Langlois. Une évidente nécessité à vrai dire, à l'heure des circuits courts et des emplois non-délocalisables... ■

« En 2007, nous disposions d'un gisement de 26 millions de tonnes de papiers, pour 16 millions aujourd'hui. À cet effondrement de fibres recyclables disponibles, il faut ajouter que la collecte ne s'est pas faite comme attendu : nous devons travailler avec des produits trop mélangés, dont une part croissante se révèle inutilisable pour produire des papiers graphiques. »

Pierre-Yves Bais (UPM)



# Vendredi 7 juin : **Gardons le Cap !**

**le Congrès de la Filière graphique**

Imaginé par  
**l'uniic**



**met les voiles sur Rouen ...**

**D**e 8h30 à 17h00, en plein cœur de l'Armada et des plus beaux voiliers du monde, nous vous attendons avec tous nos partenaires pour une journée professionnelle et conviviale. Vous aurez aussi le privilège de **déjeuner à bord du trois-mâts goélette l'Atlantis.**



## *Au menu pour l'instant :*

- ▶ Après C!Print, après les Hunkeler Innovationdays, après Graphitec et en avant-première de la Drupa 2020 : les principaux constructeurs et fournisseurs vous mettront en appétit !
- ▶ Et pour aller plus loin l'Uniic décryptera pour vous le nouveau dispositif de suramortissement 2019 : pouvez-vous en bénéficier, dans quelles conditions, dans quelles limites et beaucoup d'autres questions auxquelles nous apporteront des réponses.
- ▶ Quels financements associer à ce dispositif pour l'optimiser : les meilleurs experts seront là pour répondre à vos questions.
- ▶ Différentiels de compétitivité affectant le marché du livre, influence exercée par les aides à l'investissement dont certains pays bénéficient au titre des fonds structurels européens, conséquences associées en terme de coûts et d'avantages concurrentiels déloyaux : nous vous proposerons un point d'étape sur cette étude européenne initiée par l'Uniic et les instances paritaires.

**Inscription obligatoire, programme complet et tous les détails sur notre site :**

**[www.uniic.org](http://www.uniic.org) onglet Congrès 2019 > Vendredi 7 juin 2019**

Les principaux constructeurs et fournisseurs seront présents et nous les en remercions. Nous sommes ravis de voir que le travail de décloisonnement engagé par l'UNIIC porte ses fruits : des acteurs majeurs du grand format et du numérique nous rejoignent, conscients que la représentativité de l'UNIIC dans les entreprises de toutes tailles, petites ou grandes, ne peut qu'aider à pérenniser le secteur mais aussi à développer la diversification nécessaire à certaines qui se disent : **Gardons le Cap !**



KOENIG & BAUER



Technologie d'impression HP Latex



ARCTIC PAPER

RICOH  
imagine. change.

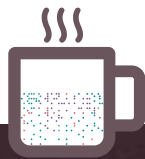


Caractère





Prêts pour réveiller la formation  
dans votre entreprise ?



ma **learning** fab  
mon industrie avance, j'avance avec elle

PLATEFORME DE FORMATION PROFESSIONNELLE  
DES INDUSTRIES GRAPHIQUES ET DU PAPIER CARTON



DONNEZ UN NOUVEL ÉLAN  
À VOTRE ENTREPRISE !

INITIÉ PAR **unilc** MIS EN ŒUVRE PAR **IDEP**

## IDEP ET AGEFOS PME – CGM SERONT PRÉSENTS AU SALON GRAPHITEC DU 4 AU 6 JUIN PROCHAIN !

Venez découvrir Ma Learning Fab sur le stand de la Frenchprint (C4-D7) et assister aux conférences.

- **Ma Learning Fab** : quand la formation digitale est l'affaire de tous - 05/06/2019 de 11h30 à 12h30
- **Responsabilité sociétale et entrepreneuriale (RSE)** dans le secteur des Industries graphiques  
06/06/2019 de 09h45 à 10h30
- **Guides techniques de la filière de la Communication graphique** - 05/06/2019 à 14h15

CAHIER TECHNIQUE / FILIÈRE DE LA COMMUNICATION



Mémento  
de  
l'impression numérique

**IDEP** **unilc**

GUIDE TECHNIQUE FILIÈRE DE LA COMMUNICATION GRAPHIQUE



**Cahier de tendances**

Marchés - Organisation - Compétences - Co-développement

**IDEP** **icmPrint**