

Acteurs

1^{er} TRIMESTRE 2024

de la filière graphique N°145

**ENJEUX
INDUSTRIELS
& CLIMATIQUES**
**LES INDUSTRIES
GRAPHIQUES
AGISSENT**



Au-delà de vos attentes



Manifeste

Nous transformons HP pour contribuer à une économie plus efficace, circulaire et neutre en carbone. Pour nous, cela signifie une impression qui restaure les forêts mondiales et protège les habitats locaux. Cela signifie utiliser davantage de contenu recyclé, de plastiques provenant des océans et de matériaux renouvelables dans nos produits et nos emballages, et réduire notre empreinte carbone tout au long de la chaîne d'approvisionnement de notre activité.

Pour vous, cela signifie que vos employés bénéficient d'un environnement d'impression plus confortable grâce à la technologie HP Latex à base d'eau. Il s'agit ainsi de tirer avantage des certifications environnementales de cette technologie pour créer plus de valeur pour vos clients.

Voici comment nous sommes tous interconnectés : les ambitions de HP en matière de développement durable deviennent les vôtres ainsi que celles de vos clients.

Ensemble, allons au-delà d'une petite empreinte : ayons le plus grand impact.





ÉDITO

Benoît Duquesne
Président de l'UNIIC

LA TRANSITION ÉCONOMIQUE À L'AUNE DE LA DÉCARBONATION

En consacrant un dossier approfondi à la mesure de l'empreinte carbone de nos sites d'impression et aux expériences RSE mises en œuvre et vécues par les acteurs de la chaîne graphique, cette nouvelle livraison d'Acteurs Graphiques marque pour le magazine un virage éditorial important et un retour à ce qui faisait la richesse de notre revue, axée sur des dossiers spéciaux consacrés à une thématique. Très largement consacré aux vertus du « produire mieux » et au sens social et sociétal de nos activités – avec un focus en deux articles et 9 pages sur l'outil ClimateCalc – c'est un quasi-numéro spécial que nous vous proposons là, dans une formule amenée à être reconduite. L'objectif : poser un diagnostic sans prétention, illustré par des témoignages de bonnes pratiques, tenter de s'emparer des dossiers, pour aller au fond des sujets et prioriser l'option investigation. Tel est le chemin qu'a décidé d'emprunter Acteurs de la Filière Graphique, alors que se profile cette année une Drupa qui aura bien évidemment elle aussi les honneurs d'une couverture XXL, dans un prochain numéro.

Pareil traitement, fondé sur le pari de la transversalité n'empêche pas de faire des focus verticaux et ainsi multiplier les prismes, les angles et les points de vue. Ainsi les quelques témoignages d'utilisateurs ClimateCalc que nous avons recueillis (d'imprimeurs d'emballages, d'affiches grand format & de PLV, d'imprimés commerciaux etc.) se font-ils l'écho que des profils très différents peuvent (doivent !) nourrir des réflexions communes, qui enrichissent aussi les approches spécifiques. De la même façon, nous revenons sur la visite qu'une délégation UNIIC a faite du Centre technique des industries mécaniques (CETIM), avec un objectif clair : doter notre secteur d'un référent technique capable de conduire des tests, de vérifier des hypothèses techniques, de tenter de reconfigurer certains matériels ou encore de confronter nos outils (hardware et software) à une forme de réalité industrielle. Là encore, il s'agit d'apporter des réponses à une diversité d'acteurs en quête de liant. Un défi passionnant, qui nécessitera d'activer nombre de leviers diversement opérants à ce jour : à nous de structurer une 'boîte à outils' qui agrège, pour qu'il n'y ait plus de verrou technologique, ce qui redonnera tout son sens à la notion d'intersecteur que nous portons.

Depuis quelques années l'appétit pour la « décarbonation » ne se dément pas mais face à ce succès, il nous revient de rappeler que toute réussite environnementale se mesure aussi à l'aune des transitions économiques qui en sont le corollaire.

Benoît Duquesne
Président de l'UNIIC

SOMMAIRE

N°145

5 IMPRIMERIE ■ technique

Le centre technique des industries graphiques peut-il être le CETIM ?

8 ÉVÉNEMENT ■ industries graphiques

La DRUPA 2024 dévoile ses cartes

10 ENVIRONNEMENT ■ filière bois

La forêt française face à ses défis écologiques et industriels.

14 ENVIRONNEMENT ■ législation

Écoresponsabilité : la transparence doit faire Loi.

16 ENVIRONNEMENT ■ interview

ClimateCalc : « On fait le bilan. »

24 ENTREPRISES ■ rse

Témoignages : ClimateCalc par ses utilisateurs.


29 RSE ■ débats

Quid de la place des femmes dans les industries graphiques ?

ENVIRONNEMENT ■ interview

ClimateCalc

« ON FAIT LE BILAN »



ClimateCalc est un calculateur européen qui permet d'estimer l'empreinte carbone d'un site d'impression et des imprimés qu'il réalise. Adapté à des problématiques sectorielles spécifiques, il offre une alternative intéressante aux solutions dont l'approche plus industrielle - ou sens large - apparaît moins directement accessible. Comment initier un bilan ClimateCalc et comment conduire une démarche suivie dans le temps ? Nous avons interrogé Matthieu Prevost (Responsable Environnement pour l'UNIIC), qui accompagne les entreprises sur ces questions.

« Il faut comptabiliser ce qu'on émet avant de prétendre pouvoir réduire. »

On a le sentiment que le sujet de bilan carbone est plus apprécié dans les industries graphiques, alors que ClimateCalc a déjà plus de dix ans...
La problématique des bilans carbone pour le secteur graphique est présente chez Imagoprix et y a déjà permis d'être élu en 2023 à l'échelle de la communication. Et l'UNIIC, la Fédération des Industries de la Communication, la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, la Belgique et la France. Il faut bien avouer que la France a l'air d'être plutôt en retard de par son manque de données, malgré de premiers engagements dans le cadre d'actions collectives et qu'il a difficilement pu mesurer son impact. Mais nous avons réussi à nous rendre à l'échelle des entreprises existantes, même dans une démarche de mesure - celle des données d'achat - qui permet de mesurer les émissions de CO2e. Et c'est là que nous avons pu commencer à travailler dans le cadre d'une politique d'achat. L'ensemble nous permet de travailler, que ce soit en interne réglementaire ou avec nos clients. Et que cela soit en interne, ce sont des obligations visées par les grandes entreprises, qui nous ont permis de travailler de plus près, même avec les nouveaux clients. Et c'est ainsi que nous avons pu commencer à travailler avec les clients et à être nous-même plus en phase avec les enjeux de nos clients, notamment dans le cadre de nos actions collectives.

18 - ACTEURS - 1^{er} trimestre 2024

N°145 / 1^{er} TRIMESTRE 2024
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@unic.org

Rédacteur en chef :
Yoan Rivière

Directeur de la publication :
Guillaume Trias

Conception graphique :
icidesign@wanadoo.fr

Mise en page :
taiga-media.fr

Photo : Adobe.stock
Couverture : © Lalida, généré avec l'aide de l'IA. Intérieur : © DR.

Papier :
Respecta 60, 60% fibres recyclées, 40% fibres vierges FSC, 130g/m²

Impression :
Magazine imprimé gracieusement par l'Imprimerie Chirat 42540 Saint-Just-la-Pendue
Le numéro : 12 €
Abonnement : 40 € xs
ISSN 1764-3112
Dépôt légal : 04/2024

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

A CHACUN SON GRAIN DE FOLIE

EXTRA LISSE

VÉLIN

VERGÉ

TRADITION

DESIGN

FELT

PACK



La gamme de papiers **Inapa Creation** se décline désormais en **7 finitions de surface**, avec une offre d'**enveloppes coordonnées** élargie, pour toujours plus de possibilités créatives.

14 grammages du 100 g/m² au 450 g/m² pour des applications adaptées au marché graphique et au packaging.

inapa.fr
alafeuille.com

inapa
creation

LE CENTRE TECHNIQUE DES INDUSTRIES GRAPHIQUES PEUT-IL ÊTRE LE CETIM ?



En quête de la meilleure option pour offrir au secteur graphique un centre technique adapté et efficient, l'UNIIC se rendait au CETIM - pour Centre technique des industries mécaniques - afin de jauger sur place des bénéfices à s'y adosser. Un travail qui s'inscrit dans une volonté de longue date de se munir d'outils collectifs performants, pour « muter » au plus juste... .

Le CETIM fait partie des douze CTI (Centre Technique Industriel) reconnus par l'État ayant pour mission « d'accompagner le tissu industriel, en particulier les PME, pour innover, pour acquérir la maîtrise des technologies numériques ou robotiques, pour se développer et/ou pour s'internationaliser », précise la Direction Générale des Entreprises (DGE). Un statut qui engage le CETIM, récipiendaire de fait d'une taxe publique, à mener son action au nom du bien commun.

Unis par la logique mécanicienne

« C'est le propre des CTI que d'être utiles à la modernisation, à la réindustrialisation et à la souveraineté industrielle. Un rapport parlementaire les a reconnus comme des outils de développement efficaces et c'est bien ce que nous mesurons

« La mécanique est un nécessaire trait-d'union entre des univers de prime abord disparates. »



« Certaines décisions auraient bien besoin d'un éclairage technique : tests de faisabilité, reconfiguration possible du matériel, diversification des procédés etc. »

à l'aune de ce que nous disent nos propres cotisants : 80 % d'entre eux se disent satisfaits de notre action et jusqu'à 60 % viennent nous rendre visite sur site une fois par an » détaille Sylvain Lambert, Secrétaire Général du CETIM. Si 50 % des ressources de la structure proviennent en effet de cotisations obligatoires, l'autre moitié est le fait de prestations obtenues dans le cadre d'une action d'ordre privé : tests sur-mesure, expertise personnalisée, conseils, formation, intégration d'innovations etc. Une batterie d'accompagnements à caractère commercial, qui voit le CETIM jouir de compétences multiples, au service d'une vingtaine d'industries. « On ne cesse de le répéter, la mécanique est partout » soulignent-ils en chœur, comme pour réaffirmer son rôle de nécessaire trait-d'union entre des univers de prime abord disparates. « C'est parce que certaines problématiques sont communes à différents secteurs qu'elles peuvent bénéficier chez nous d'un appui. Ce ne serait pas forcément le cas si chacun bénéficiait de son propre centre technique sectoriel » estime par ailleurs Sylvain Lambert, réaffirmant combien le caractère mutualisé des actions envisagées conditionne la capacité du CETIM à investir – ou non – ses moyens et compétences sur une problématique donnée. Or, dans ce modèle de fonctionnement hybride, quelle place alors pour les industries de l'impression ?

Formaliser les spécificités du secteur graphique pour se poser les bonnes questions

Les métiers de l'impression ont ceci de particulier qu'ils engagent des technologies diverses et s'adressent à des marchés encore segmentés, en dépit d'évolutions transverses : percée actée des interfaces de pilotage numériques, contraction globale des volumes et nécessité de réduire les coûts et les temps morts, entre des jobs de plus en plus éclatés. Le tout sur fond de réglementations 'vertes' en plein boom. La demande s'est ainsi déstandardisée, entraînant de nouvelles exigences industrielles qui se conjuguent de mille façons, selon la taille de son entreprise, ses machines, ses clients, ses modes d'organisation et – bien sûr – son capital humain. Face à pareille recomposition, la stratégie ne peut pas tout et certaines décisions auraient bien besoin d'un éclairage technique : tests de faisabilité, reconfiguration possible du matériel, diversification des procédés... Autant d'hypothèses qu'il faudrait pouvoir simuler et confronter à des réalités technico-mécaniques, via un centre d'appui neutre et d'ambition collective. « Les entreprises, dans leur immense majorité, gardent leurs innovations pour elles. Le partage ne dépasse jamais la dimension de petits réseaux constitués – ImpriFrance ou ImpriClub par exemple – et c'est un problème : il faudra les faire parler. C'est à cette seule condition que nous pourrions vous exprimer les besoins du secteur » fait observer Pascal Bovéro, Délégué général de l'UNIIC. « Qu'est-ce que je peux dire à des industriels dont les machines sont mono-orientées sur des marchés menacés à court ou moyen terme ? C'est pour répondre à ce type de questions que le CETIM peut nous aider » poursuit-il, pointant là une des conditions – et non des moindres – du retournement : se repositionner au mieux suppose en effet de



Le Quatrium permet aux entreprises de se projeter dans des hypothèses de développement, en s'appuyant sur des modèles industriels au plus proche de ce qu'elles sont (ou aspirent à être), maquettes à l'appui.



Les briques d'innovations portées par le CETIM - représentées sous forme d'alvéoles - offrent des clés d'entrée multisectorielles, qu'il s'agit ensuite de formaliser au gré des spécificités métiers.

« Un centre technique peut tâtonner, voire se tromper et recommencer, certainement pas un imprimeur qui se trouve dos au mur. »

Pascal Bovéro (Délégué général de l'UNIIC)

savoir ce qu'autorise le matériel à disposition, moyennant ensuite les ajustements idoines. « Reconditionner ces machines et éventuellement les réhabiliter vers des marchés plus porteurs, cela ne peut venir que d'un architecte de solutions fédérateur et c'est de toute évidence le rôle d'un centre technique. D'autant qu'un centre technique peut tâtonner, voire se tromper et recommencer, certainement pas un imprimeur qui se trouve dos au mur » résume-t-il.

Le CETIM, un interlocuteur technique davantage qu'un sous-traitant

« L'expression des besoins ne peut venir que de vous » tient cependant à rappeler Sylvain Lambert, qui note par ailleurs combien les métiers du print sont tiraillés entre les univers de l'industrie d'une part et de la culture d'autre part. Une identité bicéphale qui n'est pas pour l'inquiéter outre mesure, mais qui nécessitera de définir au mieux – et en amont – des problématiques métiers, de sorte à les rendre soluble dans le modèle d'un CTI multisectoriel. « Aujourd'hui, on ne connaît pas les métiers de l'imprimerie. Nous n'aurons de solutions à vous proposer qu'à condition de travailler en commun : c'est vous qui allez nous guider. C'est comme cela que ça se passe avec tous nos industriels : le matin nous sommes forgerons, l'après-midi nous sommes fabricants de tracteurs et le len-

« Il s'agirait notamment de pouvoir opposer des travaux sérieux et étayés aux fournisseurs de matériels. »

demain nous faisons du traitement de surfaces. Nous n'avons évidemment pas la prétention d'être des spécialistes de tous ces métiers. C'est donc en travaillant en bonne intelligence, en constituant les bons groupes de travail, que l'on peut mettre en place les meilleures solutions » insiste Philippe Lubineau, Directeur Recherche & Programmes. Car il faut le redire : si le CETIM est un outil très permissif en cela qu'il met des moyens à disposition pour concrétiser des tests ou finaliser des études, il n'épargnera pas au secteur un nécessaire travail d'introspection destiné à hiérarchiser ses besoins. Une mission d'autant plus impérieuse que si bien des entreprises s'y sont attelées à leur propre échelle, donner un caractère collectif à des réflexions individuelles et spontanées suppose la juste synthèse d'observations encore insuffisamment vérifiées. Entre autres leviers que nous permettrait de lever un centre technique capable de s'approprier des problématiques liées à l'imprimé au sens large, il s'agirait notamment de pouvoir opposer des travaux sérieux et étayés aux fournisseurs de matériels, qui en l'état bénéficient d'une mainmise presque totale sur les aspects R&D, les environnements logiciels, la maintenance des machines et plus globalement, sur la définition du périmètre applicatif attaché au hardware. De sorte que les arguments de vente construits autour des fiches techniques des machines, ne peuvent que rarement être discutés : ils sont présentés comme des faits, là où un centre technique pourrait (devrait) jouer le rôle de tiers certificateur, non pas tant pour guider les investissements industriels au cas par cas, mais bien pour redéfinir les possibles de l'industrie, au-delà des promesses commerciales et à la lumière de ce que permettent nos outils de production. ■

LA DRUPA 2024 DÉVOILE SES CARTES



Exceptionnelle à plus d'un titre, après huit ans d'absence sous son format « physique », cette Drupa 2024 s'est présentée, au gré d'une récente conférence de presse, sous des traits plus internationaux que jamais : avec une forte percée des marchés dits « émergents » et des tendances très favorables au packaging dans les régions du monde où les croissances démographiques sont les plus fortes, l'industrie du print montre des dynamiques globalement positives, bien que très hétérogènes à l'échelle mondiale. Dans pareil contexte, qu'attendre du salon de Düsseldorf ?

On ne cesse de le rappeler, mais alors que le Covid est encore frais dans les mémoires, « nous vivons des temps agités, il s'est passé plus d'événements en quatre ans qu'en des décennies entières » résume Sabine Geldermann, Directrice du salon. Une façon de faire référence certes à la fois à la crise sanitaire, mais aussi à des phénomènes sectoriels (crise du papier, manque de main d'œuvre), plus communément industriels et/ou économiques (crise logistique, inflation, réglementations environnementales), voire géopolitiques (guerre en Ukraine et au Proche-Orient). De quoi en être assuré : cette Drupa ne sera pas comme les autres et les enjeux qu'elle renferme excèdent la seule dimension technologique des matériels, hardware et software.

Les marchés émergents omniprésents

Certainement plus qu'aucune autre édition avant elle, cette Drupa sera à l'image de ce qu'est aujourd'hui le marché mondial du print, dans toutes ses dimensions. « Selon la Smithers Pira Limited, le chiffre d'affaires global du print dans le monde atteint désormais les 950 milliards de dollars » rappelle Sabine Geldermann : un record qui cache évidemment des situations extrêmement disparates, selon les sous-marchés considérés. Car s'ils sont très majoritairement matures en Europe – avec des surcapacités de production qui induisent des tensions inévitables chez les industriels – la demande demeure globalement croissante, tirée par les marchés émergents. « Entre 2015 et 2030, la classe moyenne croit

« Ce sont le packaging, l'étiquette et l'impression numérique qui tirent la couverture à eux, tandis que l'impression dite « commerciale » reste globalement stable à l'échelle mondiale, avec un déclin entamé sur les marchés matures, européens notamment. »



nettement à l'échelle internationale, notamment en Asie, où il y a par ailleurs beaucoup moins de problèmes de main d'œuvre » résume la Directrice du salon, qui donne déjà là quelques éclairages quant à l'omniprésence remarquée des fournisseurs chinois. Sur les 50 pays représentés à cette Drupa, ils occupent en effet la deuxième place en termes de mètres carrés occupés (23 652 m²), derrière l'Allemagne (40 761 m²) et devant l'Italie (13 339 m²), qui complète le podium. À titre de comparaison, avec 25 stands confirmés à l'heure actuelle (30 sont attendus à terme), la France occupe 1 843 m². Il faudrait par ailleurs ajouter que le Japon, s'il affiche « seulement » 4 276 m² d'exposition, dépasse probablement virtuellement les 20 000 m², au travers d'une présence qui se fait majoritairement via ses filiales européennes. De nouveaux équilibres qui ne sont pas sans conséquences sur les produits imprimés eux-mêmes, puisque ce sont le packaging, l'étiquette et l'impression numérique qui tirent la couverture à eux, tandis que l'impression dite « commerciale » reste globalement stable à l'échelle mondiale, avec un déclin entamé sur les marchés matures – européens, notamment – évoqués plus tôt.

Vers une reconfiguration de l'offre ?

Même si des absences notoires se sont fait jour (citons notamment Xerox, Agfa, Manroland ou Domino), le plateau de fournisseurs présent à Düsseldorf est donc copieusement garni, loin des inquiétudes qui avaient pu être exprimées en 2020, lorsque certains redoutaient un 'monde d'après' délesté de ces grands salons physiques, au profit d'une communication numérique plus segmentée. Comme en 2016, c'est HP qui fera figure de premier exposant, avec environ 6 000 m² et un hall entièrement dédié à ses solutions, même si l'impression dite « conventionnelle » est loin d'être en reste : poussé par le marché feuille, l'offset devrait en effet abattre des cartes

« Le plateau de fournisseurs présent à Düsseldorf est donc copieusement garni, loin des inquiétudes qui avaient pu être exprimées en 2020. »

intéressantes, avec notamment une présence renforcée d'Heidelberg, Koenig & Bauer ou encore Komori. Le salon inaugurerait pour l'occasion de nouveaux espaces, dédiés à se faire l'écho de tendances sectorielles fortes :

- Un Drupa Cube qui accueillera les conférences et autres keynotes thématiques.
- Un Forum des solutions spécifiquement dédié aux approches environnementales et éco-friendly.
- Un Forum spécifiquement dédié au packaging innovant (preuve, s'il fallait encore insister, de la percée confirmée des marchés de l'emballage).
- Une Drupa Next Age davantage destinée à présenter de nouvelles visions, de nouveaux talents, au gré notamment d'une plongée dans des thématiques de veille technologique (fabrication avancée, bio-impression, IA & robotique etc.).
- Une Drupa Touchpoint dédiée à l'impression textile.

Avec plus de 1 800 exposants et plus de 260 000 visiteurs attendus, cette Drupa sera peut-être bien celle des grands écarts, se faisant tout à la fois l'écho d'une croissance mondiale très liée à de purs aspects démographiques, ainsi que d'un plafonnement des marchés dans des régions du monde où les ajustements stratégiques réclameront une connaissance pointue des tendances à l'œuvre, sur des marchés moins attachés que jamais à des logiques de massification. ■

LA FORÊT FRANÇAISE FACE À SES DÉFIS ÉCOLOGIQUES ET INDUSTRIELS

« 2030-2050 : quel scénario carbone pour la filière forêt - bois ? » Tel est l'intitulé d'une vaste étude conduite par le cabinet Carbone 4, sous l'impulsion collective des représentants des secteurs de la forêt, du bois et des supports papier/carton.

L'objectif : dresser un scénario crédible pour la gestion forestière et les ressources affiliées en France, dans un contexte où « la forêt est un cas emblématique de lieu soumis à des injonctions contradictoires, prié à la fois de fournir des matériaux à l'industrie et de séquestrer du carbone » synthétise le très médiatique Jean-Marc Jancovici, Président du Shift Project et associé à Carbone 4. Plongée dans les ambitions d'un plan, certes volontariste, mais rendu tout à fait obligatoire au vu des dégâts d'ores et déjà causés par le changement climatique.



Sil en a vu d'autres, le cabinet Carbone 4 ne s'en cache pas : travailler de façon prospective sur l'avenir de la forêt française est une sacrée gageure. « C'est un écosystème complexe qui rend de nombreux services. Nous nous sommes concentrés sur sa fonction écologique, sa fonction productive et sa fonction sociale. Mais il y en aurait d'autres » précisent d'emblée les tenants de cette étude, fruit d'un an de travail acharné. Le tout pour constituer des scénarios qui se garderont bien de se présenter comme les seuls possibles, mais dont la première utilité sera de fournir une base de travail commune à l'ensemble des acteurs qui gravitent autour de sa gestion et de son exploitation. Car oui, même pour une association telle que Carbone 4, la forêt ne saurait être mise sous cloche. « L'injonction à 'laisser la forêt tranquille' n'offre aucune garantie aujourd'hui. Typiquement, l'Amazonie est en grand danger et notre absence n'y change rien » éclaire Jean-Marc Jancovici, appuyant en creux l'idée que l'urgence justifie au contraire d'intervenir pour le mieux, a fortiori au sein de forêts dites « secondaires » qui ne sont – à ce jour – pas taillées pour résister aux phénomènes climatiques en cours.

« L'injonction à « laisser la forêt tranquille » n'offre aucune garantie aujourd'hui. Typiquement, l'Amazonie est en grand danger et notre absence n'y change rien. »

Jean-Marc Jancovici



Une croissance forestière à bout de souffle

De sorte à bénéficier d'un point de départ, l'étude établit qu'en 2019, l'ensemble des flux entrants de matière première destinée à répondre à la demande de produits neufs et recyclés à base de bois, est estimé à 78 millions de mètres cubes. Un chiffre obtenu en cumulant : la récolte en forêts (52 Mm³), le solde import/export de bois (5 Mm³) et le gisement additionnel de produits en fin de vie (17 Mm³ dont 12 Mm³ pour le seul secteur papier/carton). En cette même année de référence, on estime la forêt française capable de séquestrer 4 800 mégatonnes de CO₂, au gré de flux entrants (environ 130 mégatonnes de CO₂ par an, via l'accroissement forestier naturel) et de flux sortants (via les récoltes et pertes d'exploitation, estimées à 70 mégatonnes de CO₂ par an, mais aussi la mortalité forestière, estimée – toujours en 2019 – à environ 35 mégatonnes de CO₂ par an). Parfois désignée par l'appellation de « puits de carbone », la différence entre ces flux entrants et sortants, si elle est tendanciellement restée positive sur le temps long, fait face aujourd'hui à de réels dangers. « *Déjà à court terme, l'impact du changement climatique implique un ralentissement de l'accroissement biologique et la hausse de la mortalité en forêt. Autrement dit : la forêt grandit de moins en moins vite* » explique Gabriel Follin-Arbelet (Carbone 4)... Et de plus en plus mal, serait-on tenté d'ajouter, parce que si la forêt française dispose à ce jour de 190 essences différentes (ce qui est très riche, comparativement à ce que l'on trouve par exemple dans les forêts nordiques, où les résineux sont sur-majoritaires), toutes ne survivront pas au réchauffement en cours. « *Nous sommes clairement rattrapés par le changement climatique. La forêt française a gagné 50 % de surface jusqu'à la fin du siècle dernier, mais on assiste à un effondrement des puits de carbone depuis dix ans : 70 000 hectares ont été brûlés en 2022 et plus de 600 000 hectares ont dé péri*

sur ces cinq dernières années » résume d'un air grave Christine Deleuze (Directrice stratégie bas carbone pour l'Office Nationale des Forêts – ONF). Pas encore de quoi voir un recul du stock forestier total, même si la baisse concomitante de l'accroissement naturel des forêts et la hausse spectaculaire de la mortalité en raison de crises biotiques (cf. les épidémies de scolytes : des insectes qui en pondant des œufs dans le bois, le font mourir), des effets de la forte chaleur et autres dérèglements hydrologiques, rendent les arbres de plus en plus vulnérables... Le risque de voir la capacité de séquestration des forêts françaises reculer ces prochaines années est donc réel, si l'on ne s'empare pas d'un plan de gestion/exploitation véritablement responsable.

Utopies & scénarios médians

Au petit jeu des scénarios prospectifs, Carbone 4 ne cache pas avoir fondé ses travaux sur des « utopies » contraires, consistant pour la première à profiter d'innovations technologiques nous permettant de conserver nos modes de vie, et pour la seconde à s'appuyer sur des modèles de sobriété modifiant radicalement nos usages, de façon plus ou moins contrainte. Invariablement toutefois, le changement climatique s'accélère et engage des effets plus sévères que jamais, sans même considérer l'hypothèse – écartée pour s'appuyer sur des scénarios médians – d'une catastrophe de l'ampleur d'un mégafeu par exemple. « *De manière relativement atypique, l'évolution la plus favorable en termes de volume de production exploitable est plutôt portée par le scénario sobriété, et ce pour une raison simple : la décarbonation des autres secteurs permise par l'évolution technologique est moins rapide* » avance Hugues-Marie Aulanier, qui tend déjà là à faire comprendre qu'à choisir entre deux utopies, celle d'un développement pro-technologique se révélerait à la fois plus lourd et moins souhaitable. De sorte qu'il faudra tout à la fois assurer une hausse des récoltes de bois dans les forêts françaises de l'ordre de 10 millions de



mètres cubes supplémentaires par an, flécher prioritairement le bois vers des produits à longue durée de vie et enfin développer l'économie de la fonctionnalité à travers le recyclage et le réemploi. « Si les conditions d'un scénario de convergence sont respectées, on constate qu'à horizon 2050, on peut satisfaire l'ensemble des besoins induits par les marchés, avec potentiellement 92 millions de mètres cubes de bois produits, contre 78 millions en 2019 » synthétise Gabriel Follin-Arbelet, qui ne dépeint donc pas là une sobriété pavée de privations. Encore faudra-t-il s'adapter pour optimiser les récoltes, dans un contexte où les bois dits « de crise » vont se multiplier.

Dépérissement du bois : repenser la récolte

Il faut entendre par « bois de crise » ces matières abîmées – ou en passe de l'être – dont la fenêtre d'exploitation se trouve réduite par un caractère d'urgence. Parce que les conditions climatiques accélèrent en effet la mort de certains bois et parce que certaines essences seront particulièrement fragilisées, il faudra être capable de récolter « au bon moment » martèle Hugues-Marie Aulanier, sachant, ajoute-t-il, que ces moments « ne se décrètent pas » : ils se présentent sans prévenir et ne laissent guère d'autre choix que d'être ultra-réactif, faute de quoi ce sera là de la matière perdue. « Cette étude prouve combien le niveau de bois de crise va changer d'échelle » insiste Léa Charron (Fédération Nationale du Bois), rappelant qu'il faudra probablement « retrouver une grande souveraineté industrielle » pour traiter ces ressources sans encombre. Et bien sûr, il y a la question de la forêt elle-même : « L'ONF dit que 45 % des hêtres sont dépérissants aujourd'hui en France. Il faut bien se figurer que les hêtres, c'est la deuxième essence feuillue en France. Le bois de frêne est en train de disparaître également, cela fait dix ans que ça dure. Nous avons une forêt française très mosaïque avec 136 essences forestières [l'ONF en dénombre même environ 190, NDLR] et il faudrait

« L'impact du changement climatique implique un ralentissement de l'accroissement biologique et la hausse de la mortalité en forêt. Autrement dit : la forêt grandit de moins en moins vite. »

Gabriel Follin-Arbelet (Carbone 4)

que nous arrivions à trouver une utilisation à chacune d'entre elles, parce que c'est la meilleure façon de s'adapter au changement climatique » développe Antoine D'Amecourt (Président de Fransylva). Il ajoute : « Ce qu'il faut aujourd'hui, c'est récolter les vieux arbres pendant qu'ils sont encore capables de se régénérer, alors que les petits arbres seront certainement plus à même de supporter les conditions climatiques présentes et à venir ». Une adaptation profonde, dont cette étude pose les jalons de façon collective, avec un grand mérite : celui de montrer qu'il existe un chemin, qui s'il n'est pas praticable sans de lourds ajustements préalables, dit l'essentiel des efforts à fournir.

Et le papier/carton ?

Notons toutefois, qu'en leur qualité de produits dits souvent « à faible durée de vie », le cas plus spécifique des produits papier/carton n'apparaît qu'à la marge, au sortir de cette étude. Car si Carbone 4 conditionne le succès d'un plan collectif à la priorisation – entre autres – des produits à 'longue durée de vie', l'industrie papetière peut s'enorgueillir d'autres atouts : celui d'avoir très nettement avancé sur les thématiques du recyclage et du réemploi, de ne nécessiter très souvent que des sous-produits du bois peu valorisables par ailleurs (ne l'a-t-on pas suffisamment écrit ici ? « On ne coupe pas d'arbres pour faire du papier »), ou encore d'inscrire leur relative volatilité en tant qu'alternative souhaitable face à des homologues plastique ou numérique qui génèrent d'autres pollutions. De sorte que l'industrie papetière n'aura probablement aucun mal à se fondre dans les objectifs explicités ici, même s'il faut regretter le peu d'usines françaises encore aujourd'hui capables de fournir les marchés graphiques et de l'emballage, l'essentiel des fournisseurs de matières premières étant effectivement étranger. Enfin, il conviendrait certainement de s'étonner des absences des labels FSC et PEFC, à la fois aux événements dédiés à présenter l'étude, mais aussi dans les traductions même qui en sont faites. Car s'il s'agit bien de structurer un outil de travail commun, nul doute que les deux organismes chargés de s'assurer de la gestion responsable des forêts dans le monde, en labellisant des parcelles jugées à cette fin conformes aux bonnes pratiques, auraient à s'inspirer des inclinaisons d'ores et déjà esquissées pour modifier en conséquence leur cahier des charges. ■

ÉCORESPONSABILITÉ

LA TRANSPARENCE DOIT FAIRE LOI



De gauche à droite : Matthieu Prevost (UNIIC), Jérôme Jallu (KVC Print), Anne-Emmanuelle Crivelli (Cloître Imprimeur) et Cécile Jarry (Infopro Digital Trade Shows) sur la scène de C!Print 2024.

Soyons honnêtes : si les décriptages réglementaires n'accouchent pour ainsi dire jamais des articles les plus ludiques à lire (ni même à écrire, figurez-vous), les évolutions législatives comptent malgré tout parmi les leviers les plus concrets pour voir s'opérer, sur le terrain, de réels changements : à la fois chez les donneurs d'ordre – soudainement plus soucieux de comprendre ce qui se joue chez leurs sous-traitants – et chez les industriels eux-mêmes, pour certains très prompts à se positionner comme des acteurs proactifs sur la question environnementale au sens large. De là à dire qu'on les y aurait poussés...

C'est une sorte d'immanquable : à chaque édition de C!Print son lot de conférences dédiées à comprendre ce que cachent une litanie d'acronymes réglementaires plus ou moins bien identifiés. Citons d'emblée le CSRD (le Corporate Sustainability Reporting Directive), venu remplacer le NFRD (Non Financial Reporting Directive), avec un objectif affiché : « *harmoniser le reporting de durabilité des entreprises et améliorer la disponibilité et la qualité des données ESG (environnementales, sociales et de gouvernance) publiées* » nous dit l'Autorité des Marchés Financiers (AMF), laquelle ne s'est pas emparée du sujet par hasard puisqu'elle s'attache à accompagner les acteurs financiers soumis à une obligation de reporting. Alors où en est-on et avec quelles conséquences ?

Une pression réglementaire croissante

La chose n'est pas nouvelle puisqu'en effet, les BEGES (bilans d'émissions de gaz à effet de serre) étaient déjà, depuis 2012, censément obligatoires pour les personnes morales de droit privé de plus de 500 salariés, de droit public de plus de 250 employés et pour les collectivités de plus de 50 000 habitants. Peu respectées dans les faits et assorties d'amendes d'un montant ridicule – 1 500 euros pour des entreprises cotées au CAC 40, pas de quoi claquer des dents – il a fallu revoir un cadre plus contraignant et siffler pour de bon la fin de la récré. « *On s'est aperçu que seulement 20 % des entreprises respectaient leur obligation de reporting. Donc on est passé au niveau supérieur, c'est-à-dire celui de l'Europe* » confirme

« Parce qu'ils sont tenus d'être à la fois plus responsables et transparents, les grands comptes sont bien obligés de descendre la chaîne de production pour s'intéresser à leurs sous-traitants. »

Jérôme Jallu (KVC Print)

Matthieu Prévost (Responsable Environnement pour l'UNIIC), faisant là référence au Pacte Vert pour l'Europe, dont le CSRD est justement une disposition. Si cet ajustement réglementaire étend déjà considérablement le nombre d'acteurs concernés par ces obligations de reporting, il ne s'agit encore globalement que de contraindre les plus grosses entreprises (plus de 250 salariés et/ou réalisant plus de 40 millions d'euros de CA et/ou affichant un bilan égal ou supérieur à 20 millions d'euros), mais aussi quelques PME (cotées sur le marché réglementé européen), voire des TPE si elles excèdent au moins deux des critères suivants : 10 salariés, 350K€ de total de bilan, 700K€ de CA. Un effet d'entonnoir inversé qui ne fera que s'accroître, les plus prompts à anticiper faisant là preuve d'une vigilance bienvenue... « *Le CSRD ne nous concerne pas directement aujourd'hui. La seule contrainte à laquelle nous devons faire face, nous nous la sommes imposée nous-mêmes* » précise Anne-Emmanuelle Crivelli (Cloître Imprimeur), dont l'entreprise fait partie de la petite centaine d'imprimeurs engagés dans la démarche ClimateCalc, soit l'accès à un calculateur d'impact carbone permettant d'évaluer les volumes d'émissions de son site de production et des produits sur lesquels l'entreprise s'est positionnée. « *Le reporting 2025 des grandes entreprises s'appuiera sur les données 2024. Pour nous, il était important d'être d'ores et déjà en mesure de répondre à cette problématique clients* » ajoute-t-elle, l'important étant en effet de s'armer pour l'avenir et investir ces problématiques avec la volonté d'agir sur d'éventuels points de progrès.

Devancer de futures obligations

« *ClimateCalc nous permet d'avoir une base solide pour discuter avec nos clients et voir avec eux comment améliorer leur empreinte carbone* » souligne Jérôme Jallu (KVC Print), qui décrit là la conséquence la plus directe d'une pression réglementaire qui s'est instituée par le haut : parce qu'ils sont tenus d'être à la fois plus responsables et transparents, les grands comptes sont bien obligés de descendre la chaîne de production pour s'intéresser à leurs sous-traitants et définir avec eux de nouveaux axes de progrès. Si cela passe souvent par du conseil pour écoconcevoir davantage leurs supports imprimés – choisir un meilleur papier, optimiser les tirages, limiter les perturbateurs de recyclage etc. –, pareil dialogue permet également de saisir des opportunités de progrès pour l'industriel, possiblement mis face à ses propres responsabilités. Un travail mené de bonne volonté par les imprimeurs les plus investis, souvent déjà engagés dans des démarches à ClimateCalc,

POINT RÉGLEMENTAIRE - Du RBUE AU RDUE, QUELLES CONSÉQUENCES ?



Le « Règlement contre la déforestation et la dégradation des forêts » (RDUE, appelé à prendre la suite du RBUE) entend aboutir à une meilleure traçabilité des produits potentiellement responsables de déforestation, en durcissant les exigences qui échoient à chaque maillon de la chaîne de valeur. Dénonçant dans un courrier commun adressé au Ministre de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, Monsieur Christophe Béchu, les écueils d'une législation « *extraordinairement complexe* » dont les protocoles d'application s'avèrent à ce jour hors de portée d'une majorité d'entreprises, près d'une vingtaine (!) d'associations professionnelles (dont l'UNIIC et la COPACEL) appelle à repousser la date d'entrée en vigueur d'un texte (prévue à ce jour au 30 décembre 2024), qui mérite à ce stade un important travail d'éclaircissements et de simplification. « *Il est indispensable que les institutions communautaires s'emploient, en liaison avec les organisations professionnelles, à améliorer le RDUE, non pas pour en affaiblir l'ambition, que nous partageons, mais pour aboutir à un dispositif qui puisse être mis en œuvre par toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, de manière efficace, simple et sans dégradation de leur compétitivité* » précise notamment le communiqué.

Imprim'Vert ou Print'Ethic, même si le travail de sensibilisation descendant ne saurait s'arrêter à l'impression... « *Quand un grand groupe de luxe fait son bilan carbone et s'aperçoit que 90 % des impacts sont concentrés dans le scope 3 [soit toutes les émissions de gaz à effet de serre indirectes, qui ne relèvent ni des impacts fixes ou mobiles situés à l'intérieur du périmètre organisationnel, ni des impacts induits par les consommations électriques, les consommations de chaleur, de vapeur ou encore de froid, NDLR], il lui faut agir chez ses sous-traitants* » prévient Matthieu Prévost. Une logique que l'on retrouve chez lesdits sous-traitants eux-mêmes puisque de la même façon, l'essentiel des impacts carbone mesurables en imprimerie se trouve concentré dans les fournitures de matières premières, et notamment dans le papier. « *Certains de nos fournisseurs paniquent parce qu'on s'aperçoit que certains ont fait n'importe quoi. Or, aujourd'hui, ils doivent rendre des comptes et on le voit avec les difficultés qu'on a parfois à récupérer les paper profiles : certains ne savent absolument pas où ils en sont* » lance sans langue de bois Jérôme Jallu. Si les coups de pression législatifs ne manquent que rarement de susciter la lassitude d'acteurs industriels dénonçant (parfois à raison) l'inapplicabilité de dispositifs mal adaptés, ils sont aussi l'occasion de mettre le doigt sur des manquements passés trop longtemps inaperçus, avec même de temps à autres une forme de négligence consciente. Qu'on se le dise : de gré ou de force, le manque de transparence chez les acteurs industriels appartiendra bientôt au passé. ■

ClimateCalc

« ON FAIT LE BILAN »



ClimateCalc est un calculateur européen qui permet d'estimer l'empreinte carbone d'un site d'impression et des imprimés qu'il réalise. Adapté à des problématiques sectorielles spécifiques, il offre une alternative intéressante aux solutions dont l'approche plus industrielle - au sens large - apparaît moins directement accessible. Comment initier un bilan ClimateCalc et comment conduire une démarche suivie dans le temps ? Nous avons interrogé Matthieu Prevost (Responsable Environnement pour l'UNIC), qui accompagne les entreprises sur ces questions.

On a le sentiment que le sujet du bilan carbone explose aujourd'hui dans les Industries Graphiques, alors que ClimateCalc a déjà plus de dix ans...

La problématique des bilans carbone pour le secteur graphique était poussée chez Intergraf il y a déjà presque quinze ans et il a d'abord été créé un consortium avec le Danemark, la Finlande, la Grande-Bretagne, les Pays Bas, la Belgique et la France. D'autres pays ont suivi un peu plus tard : Norvège, Portugal, Suède etc. Il faut bien avouer que la France a d'abord été attentiste, malgré de premiers accompagnements tenus dans le cadre d'actions collectives et ça n'a décollé chez nous qu'assez récemment. Mais nous avons refait notre retard en à peine deux ans : les demandes d'entreprises souhaitant rentrer dans cette démarche ont explosé. Et ça ne ralentit plus, en réaction - je pense - à deux types de pressions : celle des donneurs d'ordre qui poursuivent des trajectoires de réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre (GES) et celle de mesures qui s'inscrivent plus globalement dans le cadre d'une politique climatique, à l'attention notamment des industriels, que ce soit au niveau réglementaire national ou européen. Ce que l'on vit aujourd'hui, ce sont des obligations visant les grosses entreprises, qui ruissellent en cascade sur les entreprises de plus petite taille et/ou les sous-traitants. Et il y a aussi une pression d'image : nous sommes de plus en plus critiqués et à ce titre nous devons nous emparer de ces sujets.

« Il faut comptabiliser ce qu'on émet avant de prétendre pouvoir réduire . »

À ce stade, s'agit-il surtout d'offrir une forme de transparence en chiffrant ses impacts, ou y-a-t-il déjà des programmes construits de réduction des émissions chez les entreprises qui s'investissent ?

Il faut d'abord en passer par une phase de collecte, parce que très souvent, on parle d'entreprises qui ne savent pas où elles en sont. Il faut comptabiliser ce qu'on émet avant de prétendre pouvoir réduire. Une fois que l'on a cette photographie, on peut s'inscrire dans une trajectoire et identifier des objectifs de réduction d'émissions de GES. ClimateCalc permet à la fois une approche site et une approche produit. J'ai tendance à dire que l'approche site est un outil de management interne des réductions d'émissions de GES : cela permet très vite de savoir où il faut porter ses efforts au niveau de la structure globale. Et enfin il y a l'onglet 'produit' qui permet une approche plus fine, de travailler une forme de pédagogie avec le client pour 'mieux concevoir', tout en optimisant des coûts critiques : gâche papier, consommations d'encre etc.



« 60 % à près de 90 % des impacts carbone d'un imprimé sont directement liés au support. Souvent au papier. »

Il apparaît pourtant très vite que le principal poste d'émissions concerne le support d'impression, l'imprimeur n'ayant donc qu'une marge de manœuvre réduite sur ce qui est imputable aux papetiers...

Effectivement, ça peut aller de 60 % à près de 90 % des impacts carbone qui sont directement liés au papier. Le poste support est le premier à citer s'il faut prioriser les actions, mais ça n'est pas toujours si simple. Déjà parce que la décision appartient au client, à ses frais, et qu'il faut faire avec ce qui existe sur le marché. Partout où j'interviens, j'insiste énormément sur la question de la transparence : je demande aux imprimeurs de l'être, il faudra que les papetiers le soient aussi. Dans l'idéal, il ne faudrait plus acheter seulement une référence, mais savoir de quelle usine elle provient. Cette traçabilité n'est pas toujours aisée à établir, parce que si les distributeurs sont précieux pour écouler de petites quantités à des TPE, ils ne tiennent pas toujours à dévoiler leur lieu exact d'approvisionnement. Autre problème : les paper profiles sont trop souvent établis sur du déclaratif et les données sont encore à mon sens trop souvent imprécises ou lacunaires. On constate d'ailleurs parfois que deux papiers provenant de deux usines différentes ont exactement le même paper profile, ce qui n'est évidemment pas cohérent. Une fois qu'on a dit ça, oui, on peut aller travailler sur le sourcing fournisseurs et c'est ce que font certains imprimeurs que nous accompagnons : ils regardent quelles sont les lignes les plus impactantes de leur bilan carbone et tâchent de les faire sauter, à condition bien sûr que ce soit économiquement viable. À ce stade, il faut être réaliste : l'aspect carbone n'est pas encore un levier essentiel dans la prise de décision du donneur d'ordre, mais c'est un paramètre qui compte de plus en plus. Il faut essayer de

se positionner au bon point d'équilibre. Souvent, c'est le volume qui fait le prix : selon ce que le papetier a en stock et selon ce que l'imprimeur veut commander, le prix va être ajusté. L'approche carbone n'arrive encore qu'en dernier ressort. Rares sont les clients qui disent aujourd'hui « *Je me moque du prix, je veux le papier le plus vertueux* ». Par ailleurs, il faut évidemment faire des choix cohérents au regard de ce que l'on veut produire : on ne va pas prendre un papier exemplaire d'un point de vue 'impact carbone', s'il n'est pas adapté à ce que l'on veut faire. Typiquement, les papiers d'art sont des supports très qualitatifs et ils réclament souvent plus de traitements que d'autres.

ClimateCalc a aussi été créé pour offrir au secteur un outil sur-mesure. Pourquoi est-ce que c'était important ?

C'est un produit de fédérations européennes et en cela, ClimateCalc est un outil collectif neutre : ce n'est pas un générateur de business pour des consultants privés, il est déjà très important de le souligner. À ce titre, les tarifs que nous proposons sont aussi bas que possible : 1200 euros pour un accompagnement et trois jours d'audit, ça n'est une réalité que parce que des fédérations comme l'UNIIC en ont fait un outil collectif. Concrètement, une entreprise prend contact avec, soit l'UNIIC, soit le cabinet Ecograp – l'un et l'autre travaillant en bonne intelligence – et en premier lieu, on présente la démarche. On s'assure de la viabilité du projet, de la motivation de l'imprimeur et de sa capacité à 'jouer le jeu'. Il faut bien avoir conscience que la première année demande un gros travail de collecte de données, pour faire un état des lieux aussi juste et précis que possible. On me demande souvent combien de temps cela va prendre, mais cela dépend beaucoup de la structuration de l'entreprise, de son

Nous sommes

ENSEMBLE SOLIDAIRES RSE

engagés pour nos métiers

Nous sommes 98 imprimeurs.*

étiquettes | packaging | PLV | grand format

impression offset et numérique | feuilles et rotative

Nous sommes réunis au sein du réseau Imprifrance, créé en 1986,
pour échanger, acheter mieux, progresser ensemble.

* au 01-03-2024



Vous voulez en savoir plus ?

Contactez-nous !





profil, de sa taille etc. C'est très variable au cas par cas et une moyenne ne serait pas très parlante : ça peut prendre une semaine comme plusieurs mois. Après avoir présenté l'outil, on essaie de déterminer ce qui motive l'initiative de l'entreprise – est-ce que ce sont des pressions clients ou une volonté proactive d'afficher un engagement exemplaire ? – et on rentre dans le dur du protocole GHG [Greenhouse Gas Protocol ou GHG Protocol, que l'on peut traduire en français par protocole des gaz à effet de serre, NDLR] et de la norme ISO 14064. Il est essentiel de redire que nous nous appuyons donc là sur des normes et protocoles éprouvés, parce qu'il n'est malheureusement pas rare de voir des consultants proposer leurs propres bilans carbone, sans que l'on sache vraiment sur quoi ils sont basés.

Les initiés parlent souvent de trois « scopes » comme si le bilan carbone était invariablement structuré partout de la même façon. Est-ce concrètement le cas ?

On doit effectivement considérer trois scopes d'intervention :

- Dans le scope 1, on considère les émissions de GES directement liées à l'usine.
- Dans le scope 2, on s'attache aux consommations d'énergie.
- Dans le scope 3, on rentre les données relatives aux sous-traitants et consommables.

Le plus gros du travail réside sans surprise dans le scope 3 et il est pourtant arrivé que certaines entreprises aient suivi des bilans carbone portés par des consultants, en ne prenant en compte que les scopes 1 et 2. Ça n'a évidemment aucun sens et il est primordial que tout le monde s'appuie sur le même périmètre de mesures. Ensuite on détermine une temporalité : les données de l'entreprise doivent être mises à jour tous les ans pour que l'on puisse suivre les émissions de CO₂. Soit on prend pour référence une année civile, soit on prend une année comptable : ce qui compte, c'est de

« L'idéal, c'est que l'entreprise soit autonome après la première année, pour rentrer elle-même ses données. »

pouvoir faire des comparaisons valables dans le temps. Une fois que tout est prêt, on fait une demande de connexion au calculateur ClimateCalc et c'est la fédération danoise qui nous envoie des logins, sachant que l'outil – encore une fois – a été voulu très simple d'utilisation. En treize paramètres, on couvre l'ensemble des émissions de GES d'une imprimerie, sans se perdre dans des considérations hors-sujet.

L'enjeu a semblé en effet largement consister à rendre l'outil accessible, là où les quelques-uns qui se sont frottés à des bilans carbone multisectoriels témoignent d'une démarche excessivement complexe...

C'est un outil en ligne et pour moi cela rentre tout à fait dans la catégorie formation/action. L'idéal, c'est que l'entreprise soit autonome après la première année, pour rentrer elle-même ses données. On organise bien sûr quand même des réunions de cadrage régulières, qui me permettent de suivre la façon dont sont collectées et rentrées les données et si besoin, j'interviens pour réorienter l'action de l'entreprise. Lors de ces réunions de cadrage, on passe en revue toutes les informations qu'il va falloir collecter, au regard du profil de l'entreprise : son parc machines, ses consommations énergétiques etc. Tout ça se fait à distance et cela me permet de leur livrer un fichier de collecte de données en priorisant les actions. Tout est fait pour leur faciliter la tâche : je leur donne même des



exemples d'extractions de données, je leur fournis des modèles de lettre pour leurs fournisseurs en français et en anglais etc. C'est souvent le poste 'papier' qui pèse le plus lourd et on commence en général par celui-là. Le premier audit n'est programmé que lorsque l'entreprise est prête. Si tout se passe bien, un certificat ClimateCalc leur sera décerné, pour attester que la démarche de l'entreprise est conforme aux critères du protocole GHG et de la norme ISO 14064. C'est tamponné par l'UNIIC et pendant un an, ils peuvent utiliser le calculateur et accéder à l'onglet 'produit'. Cela nécessite une formation rapide avec des études de cas sur des calculs produits, pour que les commerciaux et deviseurs deviennent autonomes sur l'outil. Je les incite à mettre en place des procédures en interne pour déterminer où est l'information et comment la récupérer au mieux. Cela permet de créer des automatismes sur le long terme, de sorte que l'on gagnera du temps d'une année sur l'autre. La première année est donc quasi-systématiquement plus compliquée, parce qu'elle nécessite d'identifier les données dont on a besoin, mais aussi de trouver et d'impliquer les personnes ressources dans l'entreprise. À ce titre, ce sont des 'responsables de la donnée' et ils doivent pouvoir s'appuyer sur des éléments de preuve : pour satisfaire à un audit, il faut toujours prouver ce que l'on dit.

Arrive-t-il que certaines données demeurent malgré tout manquantes et que fait-on pour ne pas bloquer les bonnes volontés ?

Heureusement, on dispose d'une marge de manœuvre pour affiner les données qui seraient difficiles à évaluer en interne.

Par exemple : sur un site de plus de 500 personnes fonctionnant en 3/8 avec beaucoup d'intérimaires, il est quasi-impossible de calculer les trajets domicile/entreprise. Dans ces cas-là, on s'appuie sur des fichiers RH pour déterminer combien de cartes de transport sont partiellement ou totalement remboursées, pour évaluer combien prennent la voiture ou les transports en commun, à quelle fréquence etc. A partir de là, on applique des consommations moyennes en fonction du mode de locomotion, au plus proche de ce que l'on peut estimer. On le fait bien sûr avec des données certifiées, il ne s'agit pas d'y aller au doigt mouillé. Par ailleurs, on se le permet sur des postes qui ne sont pas des postes majeurs d'émissions de GES, de façon à ce que ces estimations soient à la fois très fines et d'importance secondaire dans le calcul global. Typiquement, je ne veux pas faire ça sur le poste papier/carton : pour que l'audit passe, il suffirait de renseigner plus de 50 % des références papier, mais dans les faits, on s'oblige à approcher les 100 %. J'estime qu'il faut avoir cette exigence-là et se laisser de la marge ailleurs, quand c'est nécessaire.

On est dans une démarche de normalisation avec des items à renseigner. Prenons l'exemple des plaques : pour un imprimeur offset, il faudra rentrer une consommation annuelle de plaques, en tonnes. Soit ces données existent déjà, soit il va falloir aller les chercher, par exemple en faisant des extractions à partir d'un ERP sur tous les jobs de l'année. Ensuite, via le CTP on connaît le format et l'épaisseur des plaques utilisées, ce qui nous rend capables de déterminer un poids. On peut aussi solliciter la comptabilité pour retrouver les commandes de plaques et

interroger les données fournisseurs. C'est là que l'accompagnement prend tout son sens : souvent, ces informations ne sont pas impossibles à avoir, elles demandent juste un travail d'analyse et de déduction que l'on est capable de mener au cas par cas, selon la façon dont l'entreprise fonctionne. Pour le poste le plus lourd – celui du papier – on commence en général par faire une extraction de l'ERP pour savoir ce que l'entreprise a 'roulé' comme type de papiers au fil de l'année. C'est plutôt simple à établir lorsque les achats ont été effectués en direct auprès du papetier, ça l'est moins si l'on passe par un distributeur : il va falloir traduire les références des distributeurs, les mettre en parallèle avec celles du papetier et identifier l'usine de provenance. Une fois que l'on a fait ça, il faudra s'appuyer sur un paper profile à jour, ce qui n'est pas toujours facile non plus. Là encore, c'est toujours plus complexe la première année : une fois que ce travail est fait, on peut dupliquer ces données et les appliquer à de nouveaux volumes.

Comment gère-t-on les cas d'entreprises qui ont grossi et/ou investi, de telle manière que leur volume d'affaires a pu augmenter, sur des marchés potentiellement nouveaux pour eux ? En soi, l'entreprise sera plus émettrice en valeur absolue, même si elle travaille mieux...

Pour les entreprises qui auront plus imprimé et donc émis plus de CO2, par le seul fait d'une activité en progression, on a un indicateur de CO2 à la tonne transformée. C'est en soi plus parlant qu'un total qui ne veut pas dire grand-chose. La performance d'une entreprise se mesurera plus justement à la lumière d'un prorata à la tonne imprimée. Par exemple, pour la gâche papier : pour établir une moyenne sur site, on rentre la quantité totale de papier imprimé à l'année versus le volume de déchets récupérés par le prestataire agréé et on sait que la différence entre l'un et l'autre, c'est du calage machines, de la rogne etc. À partir de là, il est assez facile d'établir un taux de gâche moyen. Il faudrait aussi parler de certaines imprimeries qui partent avec un handicap, dans la mesure où il sera plus difficile d'être exemplaire avec des sites un peu vétustes. On ne peut pas tout corriger par des ajustements et quand on travaille dans des bâtiments qui sont des passoires énergétiques, on a une marge d'amélioration à court/moyen terme qui ne nous permettra pas forcément d'afficher un bilan carbone aussi performant que d'autres entreprises mieux installées ou plus modernes. C'est pour cela que je pense vraiment qu'il faut appuyer l'idée de progrès : l'important, c'est que chacun s'attache à faire mieux, avec ses propres marges de progrès.

La tentation sera grande pour les donneurs d'ordre d'en faire un outil de comparaison, pour mettre les entreprises en compétition entre elles...

Le risque, c'est de comparer tout et n'importe quoi : des imprimeurs offset feuille et/ou roto, des imprimeurs numérique grand format, des sérigraphes etc. ClimateCalc permet aux entreprises d'effectuer des comparaisons européennes en fonction des procédés d'impression, ce qui est déjà plus parlant. Mais même là, ce sont en vérité des exercices assez bancals : avec un même procédé, on peut être positionné des sur des qualités de produits très différentes et être amalgamé avec des imprimeurs qui n'auront pas du tout les mêmes obligations techniques et qualitatives.

Ne risque-t-on pas de voir des donneurs d'ordre exiger une évaluation carbone avant de passer commande, au moment du devis par exemple ?

LE MOT D'ECOGRAF



Ecograf accompagne aussi les acheteurs d'imprimés, éditeurs (presse magazine, livres), agences de production dans l'estimation de leur empreinte carbone.

« Les imprimeurs doivent comprendre que leurs clients n'ont pas le choix : ils doivent estimer leurs émissions de gaz à effet de serre en vue de les réduire. Si les imprimeurs ne sont pas capables de transmettre une information robuste accompagnée de solutions d'optimisation, la seule alternative s'offrant aux acheteurs pour réduire leurs émissions sera de réduire leur volume d'achats. Estimer ses propres émissions ne revient donc pas, comme on peut l'entendre, à se tirer une balle dans le pied, mais bien à tenter de maintenir ses volumes. En proposant des grammages plus faibles, des formats mieux adaptés permettant de réduire la gâche, des solutions innovantes, l'imprimeur offrira la possibilité à son client d'atteindre ses objectifs de réduction. Enfin, ce travail doit s'accompagner d'une révolution culturelle : le concept de chaîne graphique (où la fin de la chaîne subit les décisions du début) doit être remplacé par un concept d'écosystème graphique. Chaque unité constitutive de cet écosystème doit partager un objectif commun de réduction des émissions de l'ensemble. C'est par le partage, l'écoute et la co-construction que cet objectif, ardu, sera rempli. Même si la majorité du marché n'attend toujours qu'un prix, un délai et une qualité, la minorité du marché qui a déjà fait sa mutation mérite que l'on y prête attention. »

Benoît Moreau - Cabinet Ecograf



Un client pourra le faire oui, mais ce n'est pas forcément comme ça que cela va se passer. Il y a quinze ans, certaines marques ont poussé leurs imprimeurs à avoir une certification ISO 9001 pour continuer de les référencer. Résultat : certains ont dû se priver de la

COLLECTE 2024

En 2024, Ambition Graphique collecte les contributions conventionnelles



Confronté à **des mutations technologiques** et organisationnelles sans précédent, le secteur de l'Imprimerie et des Industries graphiques s'est doté **d'outils et de moyens indispensables** pour accompagner les entreprises.

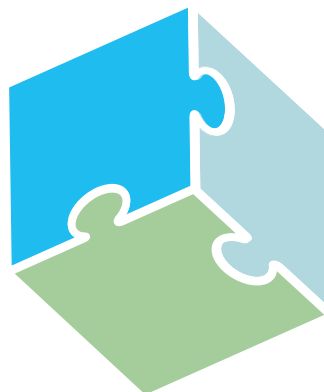


Ambition Graphique a été mandatée par la branche pour **collecter et gérer les contributions conventionnelles**.

3 contributions conventionnelles collectées par Ambition Graphique conformément aux dispositions de la branche

Développement économique et innovation

Développer le dialogue social à tous les niveaux, faciliter la négociation collective et favoriser l'engagement du secteur auprès des pouvoirs publics.



Dialogue social en région et décentralisation

Répondre aux défis qui s'imposent au secteur en soutenant le développement économique, technologique et industriel.

Développement des bassins graphiques régionaux

Accompagner les plans d'action territoriaux et les projets structurants et innovants pour soutenir la compétitivité des entreprises.

Ces contributions étaient précédemment collectées par l'OPCO EP. Elles concernent les entreprises relevant de la Convention collective nationale du personnel des Imprimeries de labour et des Industries graphiques (IDCC 184).

Déclarer vos contributions 2024 - Mode d'emploi

Si vous n'avez pas encore effectué votre déclaration, vous pouvez encore le faire en ligne en vous connectant sur la plateforme **Alternataux – Ambition Graphique** (service gratuit).



Vous avez effectué votre déclaration en ligne pour la collecte 2023 : vos identifiants de compte utilisateur sont inchangés (adresse mail + mot de passe).



Vous n'avez pas encore de compte utilisateur : nous vous invitons à créer votre compte avec les identifiants indiqués sur le bordereau envoyé début février.



Vous n'avez pas reçu votre bordereau : nous vous invitons à communiquer les informations suivantes à **ambition.graphique@ciantech.fr** : raison sociale de l'entreprise, SIRET, adresse postale et adresse mail.

Une question sur le versement de vos contributions à Ambition Graphique ?

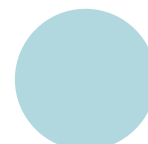
ambition.graphique@ciantech.fr

Ambition Graphique

Agence paritaire de développement et d'innovation des Industries graphiques

Bureau : 120 rue Jean Jaurès, 92300 Levallois-Perret
Siège social : 68, Bd Saint-Marcel, 75005 Paris

Plus d'informations
sur ambitiongraphique.fr





moitié de leurs sous-traitants, parce qu'il y a une réalité industrielle qui les a rattrapés. Du coup, ils ont rectifié le tir en demandant aux entreprises de mettre en place des démarches, sans forcément aller jusqu'à la certification. Ce sera à peu près la même chose avec le bilan carbone : attention à ne pas être trop restrictif. On compte environ une centaine d'utilisateurs de ClimateCalc aujourd'hui en France (contre 169 au total dans le monde), c'est une toute petite élite au regard du tissu industriel puisqu'on dénombre environ 4000 imprimeries à l'échelle de notre pays. Il faut accompagner le mouvement, sans se précipiter pour autant. Si aujourd'hui, un imprimeur devait indiquer sur son devis une estimation d'impact carbone pour la soumettre à son client, il faudrait y consacrer un poste à temps plein. En plus, les simulations impliquent souvent de chiffrer différentes hypothèses, selon les papiers choisis, le nombre d'exemplaires commandés, le procédé d'impression retenu etc. C'est rapidement très chronophage. Il n'empêche que oui, il y a des donneurs d'ordre qui vont entamer tout une réflexion autour de leurs rapports aux sous-traitants, en essayant par exemple de travailler avec des acteurs locaux en circuit court.

Est-ce que lors de la première phase d'accompagnement, il peut être pointé chez l'entreprise des éventuelles contre-performances ciblées, pour dire par exemple « sur ce point, il va falloir faire mieux » ?

Oui, j'ai une marge de manœuvre et je le dis. J'ai travaillé notamment avec des imprimeurs qui utilisent des papiers techniques et fonctionnels, au sujet desquels il manque parfois des données. Dans ces cas-là, on effectue des calculs en prenant en considération les scénarios les plus critiques, ce qui n'est pas pour les arranger. Dans ce cas-là, je les sensibilise au fait qu'en ayant une meilleure remontée des données, non seulement on sera plus précis, mais ce sera à leur avantage. Plus globalement, l'audit sert à ça : que peut-on mettre en place pour affiner et réduire les émissions de CO2 ? Certains vont devoir travailler prioritairement sur leurs

« On compte environ une centaine d'utilisateurs de ClimateCalc aujourd'hui en France, contre 169 au total dans le monde. »

consommations d'énergie, d'autres sur des optimisations internes en termes de calages machines ou de consommation de plaques, d'autres sur le taux d'encrage etc. Mais encore une fois, tout ça, ce sont finalement de petits postes d'amélioration, l'essentiel des efforts porte souvent sur le sourcing papier. C'est une fois qu'on a travaillé sérieusement là-dessus qu'on s'attaque à réduire les autres postes.

On l'a dit, ClimateCalc est un outil qui a déjà une certaine ancienneté. Le site Internet n'est pas devenu obsolète ou un peu « daté » avec le temps ?

Le site vient d'être totalement refait et il va encore évoluer lors des prochains mois. Nos bases de données sont régulièrement mises à jour et nous affinons les données selon l'état de ce que nous savons des facteurs d'émissions attachés à tel ou tel poste. Le but, c'est vraiment d'être au taquet sur l'ensemble des facteurs d'émissions, pour proposer le calculateur le plus précis à l'heure actuelle. C'est quelque chose qui change perpétuellement, au gré notamment des informations existantes dans les bases de données et des progrès chez les fabricants de machines, donc rien n'est arrêté. Par ailleurs, l'accès au calculateur est paramétrable : le dirigeant d'entreprise peut accéder à tout, tandis que d'autres profils pourront par exemple n'accéder qu'à des fonctions qui les concernent sur du calcul produit. ■

TÉMOIGNAGES

CLIMATECALC PAR SES UTILISATEURS

*Ils sont quelques pionniers
- une centaine - à avoir adopté
l'outil en France. De différents
profils, ils dressent des constats
à la fois semblables et
complémentaires,
sans toutefois viser tous
les mêmes objectifs.
Petit tour d'horizon...*



Jérôme Jallu (Directeur général adjoint) -
« Échanger avec ses clients pour s'entendre sur des axes de progrès. »

KVC
PRINT

KVC Print répond aux marchés de l'impression/fabrication de supports de communication grand format, offset et numérique, intérieur et extérieur : affiches, PLV, signalétique, adhésifs, bâches etc. La démarche ClimateCalc s'est imposée à nous d'abord lorsqu'il a fallu répondre aux demandes de nos clients, principalement les grands acteurs de l'industrie du luxe, de l'automobile ou des télécommunications, qui se sont engagés à une neutralité carbone à horizon 2035. Puis chemin faisant, nous avons voulu quantifier nos émissions et entrer dans une démarche d'amélioration de notre empreinte. En particulier en travaillant sur nos bâtiments, nos approvisionnements et en proposant des solutions en circuit court à nos clients. Tout ce travail nous permet donc à la fois de répondre à une demande qui est concrète, mais aussi en interne de mettre en exergue nos propres points d'amélioration. Est-ce que cela soulève des défis ? Oui ! Côté entreprise, cela implique des investissements importants : un changement de matériel ou de type d'énergie par exemple. Côté clients, les solutions peuvent être coûteuses : changer de papier ou de technologie d'impression par exemple. Mais l'important est d'échanger avec ses clients pour s'entendre sur des axes de progrès, selon les possibilités de chacun.



Aurore Le Corre (Directrice du développement) - « Proposer un devis A et un devis B, avec deux papiers différents, tout en expliquant les différences d'impact carbone. »



La question de notre empreinte carbone a vraiment commencée à être traitée il y a bientôt trois ans. À l'époque, on sentait déjà quelques frémissements en ce sens chez nos plus gros clients, certains nous demandant si nous avions fait des bilans carbone, mais on restait dans du déclaratif. On a fait partie des fous qui avaient essayé, avant ClimateCalc, d'utiliser le tableur de l'ADEME [RIRES]. Mais c'était très difficile de gérer ça seul et beaucoup d'informations demandées n'avaient rien à voir avec les industries graphiques. Il fallait presque des compétences d'ingénieur pour renseigner certains champs et sauf à passer par des consultants ou y consacrer énormément de temps, c'était infaisable. Pire encore : on mettait le curseur de notre bilan où on le souhaitait : scope 1, 2 ou 3, au choix. C'était donc à la fois plus compliqué, moins pertinent par rapport à la réalité de nos métiers et moins rigoureux. ClimateCalc nous a permis d'aller au bout de la démarche, tout en offrant une meilleure maîtrise de l'outil. Notre premier bilan ClimateCalc a été fait en 2023, sur la base de nos données 2022, et nous avons obtenu notre certificat en novembre dernier. Il a fallu beaucoup travailler avec la comptabilité pour obtenir tous les chiffres nécessaires, même si dans le cadre d'une démarche RSE entamée chez Grafik Plus depuis 2008, nous avons déjà mis pas mal d'indicateurs en place, ce qui nous a bien aidés. Cela nous a permis de débriefer dès fin 2023 avec nos clients les plus sensibles sur ces questions, à minima pour pouvoir faire différentes propositions : par exemple un devis A et un devis B, avec deux papiers différents, tout en expliquant les différences d'impact carbone. On essaie d'accompagner nos clients vers les meilleures alternatives, sachant que les mesures brutes d'impact carbone sont peu parlantes en soi : on a besoin de comparatifs pour commencer à mesurer les progrès que l'on peut faire. C'est du moins vrai pour les mesures produits, ce qui concerne le site a davantage d'utilité pour nous, en interne. Ce que l'on peut partager avec les clients, ce sont des objectifs d'amélioration. De toute façon, l'essentiel de la marge que l'on a est souvent sur le support d'impression : chez Grafik Plus, le papier pèse 60 à 70 % de notre impact carbone. Il est facile d'en proposer d'autres, avec de meilleurs paper profiles, mais quand on est verrouillés sur des marchés où le client est vraiment attaché à une référence, il faut essayer de trouver d'autres leviers.



Sandra Cloarec (Responsable RSE & QSE) - « Nous sommes toujours force de proposition. »



ClimateCalc est un engagement de longue date pour nous, puisque cela a débuté en 2014. Mais nous n'étions probablement pas assez mûrs à l'époque, raison pour laquelle ça n'a abouti que récemment, avec un vrai coup de boost consécutif à notre labellisation Print Ethic : c'est via l'enjeu 10 que nous avons pu relancer un bilan carbone, sachant que nous étions dans le même temps challengés de façon récurrente par nos clients sur cette question : quelle empreinte carbone pour tel produit ? Quelles actions mettez-vous en place ? Etc. Dans le milieu du packaging cosmétique de luxe, c'est devenu une préoccupation très sensible. Nous aurions pu prendre un autre outil, mais dans la mesure où ClimateCalc est pensé spécifiquement pour les industries graphiques, avec un réel accompagnement, cela lui confère un net avantage. À ce stade de la démarche, nous avons d'ores et déjà décidé de nous faire accompagner pour mieux comprendre et optimiser nos consommations énergétiques. Mais la question la plus complexe finalement, c'est celle de savoir ce que l'on fait des résultats que nous obtenons sur le calculateur. Sur la partie mesurant les impacts du site d'impression, c'est peu lisible d'un point de vue extérieur et sans contextualisation, c'est difficile à interpréter. Pour les produits, nous sommes toujours force de proposition auprès de nos clients avec des propositions écoconçues.



Un papier sublime pour exhiber l'art et la beauté

INASET
Sublime Paper

L'art naît du génie créatif, mais il a besoin d'une toile pour se révéler. Fabriqué à partir de fibres d'*Eucalyptus globulus*, plus épaisses et plus courtes que celles d'autres espèces, le papier Inaset reflète à la perfection la conception de l'artiste. Le niveau de blancheur supérieur du papier garantit des couleurs plus vives et des contrastes plus prononcés ; son épaisseur et son corps offrent résistance et flexibilité pour des performances optimales. Disponible dans les gammes **Plus Offset**, **Plus Laser** et **Plus Digital**, avec un grand choix de grammages et de formats, le papier haut de gamme Inaset apporte la solution idéale à tous vos défis. Votre art mérite un papier sublime.

Distribué par
inapa
la proximité a un sens

INASET PLUS OFFSET
Sublime Paper
Disponible de 60g/m² à 350g/m²

INASET PLUS LASER
Sublime Paper
Disponible de 75g/m² à 300g/m²

INASET PLUS DIGITAL
Sublime Paper
Disponible de 75g/m² à 300g/m²



Le premier papier au monde
à base d'*Eucalyptus globulus*



PRODUCED
IN PORTUGAL BY
**THE NAVIGATOR
COMPANY**

www.inaset-paper.com



Juliette Guillermou (Cheffe de projet) & Philippe Vanheste (Directeur général adjoint) - « On aiguille au mieux nos clients pour qu'ils fassent des choix éclairés, sachant que les papiers pèsent aujourd'hui pour plus de 71 % de notre empreinte carbone. »



PV : Nous avons renforcé l'approche RSE du groupe il y a dix ans, pas tant sur un plan normatif que volontaire. Dans cette optique, nous avons à l'époque certainement plongé trop vite dans une démarche de bilan carbone, sans être prêts : les exigences étaient telles que cela s'est avéré inapplicable.

Ce qui m'a séduit avec ClimateCalc, c'est qu'on ne nous demande pas l'impossible : si on n'est pas tout de suite en mesure de renseigner certaines informations, on peut se raccrocher à des valeurs moyennes et avancer. Le fait que ce soit un outil collectif européen facilite l'appropriation d'une démarche qui reste abordable, que l'on soit une petite ou une grande entreprise. L'intérêt premier, à ce stade de notre démarche, c'est de pouvoir garantir aux clients une transparence. C'est le fait de pouvoir leur dire : « Vous faites 20 000 brochures, on est en capacité de vous dire quel est l'impact carbone de cette production, avec des estimations directement sur le devis et/ou sur la facture ». Les pistes d'amélioration sont pour nous la prochaine étape.

JG : Nous avons aujourd'hui une base d'informations solides pour travailler sur le long terme une baisse de nos émissions carbone, mais il faut que ça concorde avec des impératifs économiques. La crise de l'énergie nous a par exemple contraints à gérer une urgence en termes de maîtrise des coûts. La dimension économique existe aussi pour les clients, lorsqu'ils doivent choisir un papier : même les plus investis font des compromis. Typiquement, choisir un papier recyclé est très compliqué : l'impact carbone va varier énormément selon les propriétés qu'on en attend et selon son lieu de production. On sait par exemple que si c'est en Suisse, avec une énergie globalement hyper-décarbonnée, c'est l'idéal. Mais à quel prix ? On les aiguille au mieux pour qu'ils fassent des choix éclairés, sachant que les papiers pèsent aujourd'hui pour plus de 71 % de notre empreinte carbone. Cela étant dit, on voit apparaître la notion de bilan carbone dans des appels d'offre aujourd'hui : c'est une vraie évolution, ça n'était pas aussi explicite quelques années auparavant.



Anne-Emmanuelle Crivelli (Responsable RSE & Innovation) « Privilégier l'impact bas carbone, privilégier le local ou privilégier le recyclé, ce n'est pas forcément se rendre aux mêmes choix. »



ClimateCalc est un précieux outil de progrès, mais pour comparer différents imprimeurs entre eux, c'est déjà plus compliqué : un chiffre d'émissions de CO2 ne suffit pas, il faut comparer des démarches RSE, des démarches de certification, des parcs machines, des politiques d'intégration notamment vis-à-vis du handicap etc. Le bilan carbone est à mon sens un levier parmi d'autres, mais grâce à ClimateCalc, je pourrai par exemple à terme proposer à nos clients une option bas carbone : parce que je suis maintenant en mesure de calculer l'impact CO2 de nos produits et donc de proposer des alternatives, en travaillant notamment sur le support d'impression. Mais il faut bien avoir conscience que selon ses priorités, on ne tirera pas les mêmes conclusions : privilégier l'impact bas carbone, privilégier le local ou privilégier le recyclé, ce n'est pas forcément se rendre aux mêmes choix. Ce sont des engagements complémentaires et qui tirent évidemment dans le même sens, mais j'essaie de dire à nos clients qu'il n'existe pas d'approche-type qui concentre à elle seule toutes les bonnes pratiques. Il s'agira toujours de trancher, en fonction de ses objectifs.

LES **STRATÉGIES** ET LES **SOLUTIONS**
DE COMMUNICATION DE MARQUES

ALL FOR LE SALON DU CONTENU DE MARQUES CONTENT

MEDIAS

VOS CONTENUS CRÉÉS PAR LES MÉDIAS
BRAND SOLUTIONS

1 400 VISITEURS
60 EXPOSANTS
30 CONFÉRENCES
35 ATELIERS

2-3
JUILLET
2024

UN ÉVÉNEMENT



NEW CAP EVENT CENTER - PARIS XV - WWW.ALLFORCONTENT.FR

QUID DE LA PLACE DES FEMMES DANS LES INDUSTRIES GRAPHIQUES ?

À l'initiative de la CCFI, une conférence dont le sujet - sensible - apparaît à la fois dans l'air du temps, tout en étant très inhabituel dans le paysage thématique des Industries Graphiques. Et s'il était temps de se poser la question de la place des femmes dans les métiers de l'impression ?

Dans la continuité des travaux qui interrogent l'attractivité de nos métiers, leur féminisation apparaît comme un nécessaire axe de progrès. « *Idéalement, nous avons besoin de tous les profils. C'est en soi une bonne raison de se demander si les femmes sont favorablement accueillies* » résumait Marion Meekel (CCFI) en ouverture des débats. Car personne ne nie d'évidentes réalités : notre industrie manque de bras, les difficultés de recrutement dont témoignent les chefs d'entreprises en font largement état. Par ailleurs, la diversité des profils est effectivement un atout, les besoins en ateliers ramenant de moins en moins à des stéréotypes de genres – qu'il faudra dépasser pour de bon – supposant qu'il faille être grand et fort pour supporter la pénibilité supposée des tâches. S'il s'agit déjà là d'une idée reçue que le secteur s'attache à combattre pour redorer son attractivité, elle tend encore (de moins en moins, heureusement) à éloigner les femmes des métiers de la production.

Les femmes se sont déjà historiquement imposées dans l'imprimerie

« *La présence des femmes dans les imprimeries est avérée dès le XVIème siècle* » souligne Fernande Nicaise, responsable de l'atelier de typographie du musée de l'imprimerie de Lyon. « *Il était toutefois beaucoup plus difficile pour elles de s'imposer en tant que femmes dans les ateliers* » précise-t-elle sans surprise, rappelant à ce titre que celles-ci étaient donc d'autant plus méritantes. La cohabitation n'a ainsi pas toujours été sans heurts, au point qu'une grève éclata au XIXème siècle pour s'opposer à leur embauche en ateliers, certains hommes n'appréciant pas que cette main d'œuvre moins bien payée obtienne les faveurs de chefs d'entreprises qui « *les trouvaient souvent plus habiles dans les métiers de la typographie* ». Si la Justice trancha en faveur des femmes sur ce conflit, elles ne pouvaient



toutefois à l'époque pas travailler de nuit. Et aujourd'hui ? « *On compte 34 % de femmes et 66 % d'hommes dans les effectifs du Labeur en France* » indique Pierre Barki, Président de Culture Papier et à la tête de Barki Agency. Un ratio inférieur à celui de l'Industrie en général, puisque la parité – même si elle cache encore des assignations à des postes particuliers, en fonction du genre – est quasi-atteinte : les femmes occupent en effet 48 % des postes en Industrie. Quant aux salaires, les femmes sont en moyenne rétribuées à 13 % de moins que les hommes, en raison d'une légère surreprésentation de ces dernières dans les catégories ouvrières.

La peur de s'exprimer encore ancrée

« *Il a été très difficile de faire parler de jeunes professionnelles. La peur d'un préjudice dans l'exercice de leur fonction est très net* » pose pour premier constat Isabelle Erb-Polouchine, vice-présidente de la CCFI. Un questionnaire sur les comportements sexistes vécus ou constatés en entreprises, avec toutes les conséquences qui peuvent y être liées, a en effet vu la CCFI



La seconde place de Noémie Regardin aux Finales nationales des Worldskills 2023 (ici aux côtés de Killian Fehringer, lauréat de l'épreuve), marque un record de participations féminines dans la catégorie imprimerie.



En fin d'année 2022 a eu lieu la présentation du guide pour favoriser la mixité dans les métiers de l'industrie de l'imprimerie et de la communication graphique. Ce guide a vocation à sensibiliser le grand public et les entreprises sur la mixité au sein du personnel des industries tout en répondant concrètement aux différents préjugés de la branche. Bravo à toutes et à tous pour cette démarche ! L'UNIIC HAUTS-DE-FRANCE, MARNE ET ARDENNES est partenaire et solidaire de cette action, initiée par l'AMIGRAF, le CORIF, le Département du Nord et la Région Hauts-de-France. Guide disponible sur www.unic-nord.fr.

« On compte 34 % de femmes et 66 % d'hommes dans les effectifs du Labeur en France. »

obtenir 150 réponses : destiné prioritairement aux jeunes entrants (avec 52 % d'hommes ce qui est une indication en soi), lesdites réponses traduisent l'existence persistante de discriminations à l'embauche, de comportements problématiques (remarques déplacées, harcèlement etc.), de critiques plus dures à l'attention des femmes, de surreprésentation féminine dans les bureaux de fabrication ou encore de rémunération négociées à la baisse. « *Seuls 10 % des répondants estiment que tous ces problèmes sont derrière nous* » synthétise Isabelle Erb-Polouchine, comme pour nous exhorter à ne pas relâcher l'effort et rester vigilant. Si Virginie Hamm-Boulard, directrice de Brodard & Taupin (groupe CPI), témoigne d'une trajectoire professionnelle plutôt sereine où la bienveillance a toujours primé, elle le reconnaît : « *J'ai commencé avec un statut cadre et c'est probablement ce qui m'a protégée* », elle qui ne compte que « *17 % de femmes* » dans son effectif et dont le bagage technique lui aura épargné les jugements suspicieux. De là à dire que tout fut rose... « *Dans les années 90, on m'a reproché un management trop... féminin. On a jugé que je manquais de fermeté* » ajoute-t-elle, s'agissant ici de stéréotypes de genre qui, bien que sur le reculoir, ont encore aujourd'hui la dent dure.

Pour une meilleure inclusivité, lutter contre les stéréotypes de genre

Les stéréotypes de genre ont cela de problématique qu'ils prennent souvent les traits de maladresses involontaires, drapés dans des « compliments » qui se veulent bienveillants. Dire des femmes qu'elles sont plus douces et meilleures intermédiaires que les hommes avec les clients, fait à ce titre figure d'exemple

particulièrement parlant. De ces comportements anodins – souvent acceptés pour ne pas générer de conflits – découlent des catégorisations dont les écueils sont plus concrets, en cela qu'ils se traduisent en inégalités de traitement mesurables. « *La RSE couvre un très large champ de thématiques. L'enjeu 7 du label Print'Ethic a ainsi pour but de faire un bilan chiffré, en se basant sur l'index Egapro* » souligne Valérie Bobin-Ciekala (Responsable RSE chez Ambition Graphique, créatrice du label Print'Ethic), soit, entre autres : calculer et publier les écarts éventuels de représentation entre les femmes et les hommes parmi les cadres dirigeants, estimer déjà leur simple capacité à y accéder, notamment par le biais de la formation. Une mise à plat nécessaire, alors que les témoignages recueillis par la CCFI font état d'un constat assez clair : les femmes qui ont 'réussi' ont dû, plus que les hommes, 'faire leurs preuves', imposer leur vision et, davantage que leurs homologues masculins, faire la démonstration qu'elles méritaient d'être là. Lorsque Larisa Chatelet, artiste typographe (imprimerie Laville) fait le récit d'une trajectoire qui l'a vue passer des Beaux-Arts aux ateliers d'impression, sans formation technique et – qui plus est – sans parler couramment le français à ses débuts, l'on se doute que le basculement n'a pas été évident. « *J'ai été bien accueillie, mais j'ai dû me faire ma place et il a fallu du temps pour que j'impose ma vision* » confirme-t-elle, persuadée que « *quand on a un profil artistique, on a des idées, y compris dans les domaines techniques liés à la fabrication* ». Une ouverture qui a par ailleurs ses mérites, puisque se tourner vers des profils atypiques permet certainement de donner leur chance à des visions neuves, dénuées d'idées préconçues et bénéficiant d'un recul précieux. C'est en tout cas le constat fait par l'imprimerie Laville, qui décrit l'apport de Larisa Chatelet comme une véritable plus-value d'entreprise. ■



The Future of Embellishment. **Proven.**



RDV à la DRUPA
28 Mai - 7 Juin
Hall 5, E11





Téléchargez le guide



Automatisez, standardisez et améliorez votre flux de production prépresse, avec les avantages supplémentaires du cloud.



Jan De Roeck

Directeur du marketing, de la stratégie et des relations avec l'industrie chez Esko

“Conçu et construit par des experts de l'emballage, pour des experts de l'emballage, Automation Engine s'est imposé depuis de nombreuses années comme la référence en matière d'automatisation optimisée des flux prépresse”, a déclaré Jan De Roeck, directeur du marketing, de la stratégie et des relations avec l'industrie chez Esko.

“Dans le cadre de notre engagement à offrir un meilleur choix à nos clients, la nouvelle génération d'Automation Engine est disponible à la fois comme solution sur site et comme solution Software-as-a-Service (SaaS).”

Esko Automation Engine permet l'automatisation des tâches de prépresse et s'intègre aux systèmes d'entreprise, accélérant le processus de production des emballages et, surtout, réduisant le taux d'erreur et le besoin d'intervention des opérateurs.

“Pour ceux qui poursuivent leur parcours de transformation numérique, Automation Engine, basé sur le cloud, fait passer l'expérience du prépresse à un niveau supérieur en termes de qualité, de productivité et de connectivité”, a déclaré Jan. “Les utilisateurs peuvent profiter des avantages opérationnels des flux de production automatisés standardisés tout en bénéficiant des atouts de l'informatique dans le cloud.”

Le déploiement SaaS d'Automation Engine réduit également les coûts généraux et les maux de tête liés à l'infrastructure informatique - tels que la variation de la capacité des serveurs, la sécurité, la sauvegarde, la garantie du temps de fonctionnement et de la disponibilité - tout en prenant en charge et en permettant le travail intersite.