Pour le développement durable du papier et de l'imprimé

N°33 / janvier-février 2019

# culture papier

LE MAGAZINE

## Colloque Le papier dans la Cité

**Christine de Neuville**
**Jean-Marie Nusse**
**Hervé le Bouler**
**Perrine Lebrun**
**Vincent Baverel**
**Sophie Rocher**
**Alexandre Jardin**
**Dominique Wolton**
**Jean-Luc Velay**
**Didier Livio**
**Pascal Ruffenach**
**Guillaume Pannaud**
**Géraldine Bannier**

Grand témoin

## Sophie Primas

Lutter contre la culpabilisation irrationnelle des utilisateurs de papier

# 5e OBSERVATOIRE CULTURE PAPIER

Octobre 2018

## *Le papier est engagé et responsable : de la forêt à la corbeille*

**Depuis 2012, Culture Papier sonde les Français avec un observatoire annuel sur leur rapport avec le papier, l'imprimé et le courrier.**
**Cette 5ème édition propose plusieurs enseignements et perspectives : Comment les Français vivent-ils le papier à l'heure du numérique ? Où en sont les Français dans leur connaissance de l'éco-responsabilité du papier ? Pourquoi la déconnexion des écrans devient-elle une préoccupation notamment vis à vis des enfants ?**

### #1
**Malgré l'omniprésence des écrans, les Français sont toujours attachés au papier...**

**71%** déclarent être attachés au papier de manière générale.

### #2
**Le tout numérique devient de plus en plus inéluctable à leur cœur défendant.**

Pour **44%** des Français le numérique remplacera un jour totalement le papier Vs 24% en 2016.

### #3
**Les Français sensibles aux enjeux environnementaux du papier...**

**93%** trient le papier dans une poubelle dédiée.

### #4
**L'innovation de la filière papier reconnue comme substitution au plastique.**

**58%** des Français estiment que la filière papier innove pour proposer et faire adopter des produits de substitutions au plastique.

### #5
**Près de 4/10 Français engagés dans une démarche éco-responsable pour le papier.**

Parmi eux, **90%** privilégient les achats auprès d'entreprises éco-responsables.

### #6
**Une large majorité de Français constate le risque d'addiction aux écrans.**

**97%** des Français se déclarent favorables à une déconnexion des écrans, notamment avant le coucher.

culture papier
POUR LE DEVELOPPEM DURABLE DU PAPIER ET DE L'IMPR

# sommaire

« Pour ne pas se tromper de combat, il faut de la pédagogie. »
Géraldine Bannier p. 5

« Une stratégie de communication du papier ne peut être déliée d'une stratégie de progrès. » Didier Livio p. 6

« C'est une démarche raisonnée dans la gestion de la ressource avec une origine tracée de la fibre qui doit devenir le standard. »
Olivier Touzé p. 16

« Nous sommes fiers de mettre sur le marché du papier durablement géré. » Vincent Baverel p. 17

« Près de 90% des emballages de MacDonald's sont déjà en papier et en carton. » Perrine Lebrun p. 9

« Nous devons lutter contre l'intolérance de la modernité et remettre les tuyaux à leur place. » Dominique Wolton p. 20

« Pour faire une Nation de lecteurs, le mot imprimé a plus de valeur que celui de flux. »
Alexandre Jardin p. 22

« Le digital porte en lui une part du « fake » qui envahit la société. »
Guillaume Pannaud p. 27

« L'existence d'un écosystème de la vente au numéro... au prix unique du livre. »
Pascal Ruffenach p. 28

## Le papier dans la Cité

4-18 **I. La responsabilité du papier dans l'économie circulaire**

Grands témoins
**Sophie Primas,** Sénatrice des Yvelines
**Didier Livio,** Deloitte Développement Durable

5ème Baromètre « Les Français et le recyclage du papier » Compte rendu Yoan Rivière (I)

***Une certification efficace : de la forêt à l'imprimerie*** avec Matthieu Prévost *(Imprim'vert)* - Valérie Bobin *(PrintEthic IDEP)* - Benoît Moreau, fondateur d'Ecograf *(ClimateCALC)*

**Christine de Neuville,** *PEFC France* - **Guillaume Le Jeune,** *Stora Enso Paper France* - **Jean-Marie Nusse,** *Exacompta Clairefontaine* - **Hervé le Bouler,** *FNE* - **Olivier Touzé,** *Groupement des Mousquetaires* - **Perrine Lebrun,** *McDonald's France* - **Vincent Baverel,** *Lagardère Active Média*

Parole publique **Sophie Rocher,** *1ère adjointe au Maire de Marcq-en-Baroeul*

19-28 **II. Le Papier au cœur de l'attention et de la déconnexion**

Grands témoins
**Dominique Wolton,** *CNRS* et **Alexandre Jardin,** *Lire et Faire lire*

5ème Baromètre (Papier & Santé)
Compte rendu Yoan Riviere (II)

**Jean-Luc Velay,** *CNRS Marseille* - **Véronique Boujdi**, *La Maison du Langage* - **Patrice Franceschi,** écrivain - **Guillaume Pannaud,** *TBWA France* - **Pascal Ruffenach,** *Bayard*

Synthèse **Georges Sanerot** et **Géraldine Bannier,** *Députée de la Mayenne, présidente du groupe d'études « Livres, économie du livre, économie du papier », Assemblée nationale*

30 **Agenda**

## Magazine

31 Artiste de papier Maud Argaïbi, *Grand Prix de la photographie du Patrimoine gastronomique*

32 Bonnes tables Des envies d'ailleurs

33 Des livres et des idées

## Culture Papier en actions

34 **Stop au greenwashing !**
Two Sides et Culture Papier répondent à Monoprix

**La Lettre Culture Papier N°33 - Janvier-Février 2019**

Culture Papier, 68 Bd Saint Marcel 75005 Paris / **Directeur de la publication :** Pierre Barki - pbarki@barki.com / **Directeur de la rédaction :** Olivier Le Guay - delegue@culture-papier.org **Rédactrice en chef :** Patricia de Figueiredo - pdefigueiredo@culture-papier.org / **Ont collaboré :** Yoan Rivière, Roland Zemour / **Pdf augmenté :** www.phygitales.com / **Crédit photo :** David Marnier - marmier.david@wanadoo.fr sauf mention contraire / **Dessin :** Agnès Lanchon **Studio de création :** Vitamine-Z - www.vitamine-z.net / **Papier :** Print Speed Laser Jet, écolabelisé et certifié FSC, distribué exclusivement par Antalis - www.antalis.fr / **Impression :** Fabrègue Imprimeur - www.fabregueimprimeur.fr / **Enveloppes :** GPV / **Routeur :** CFI technologies **Hébergement de Culture Papier :** UNIIC / **ISSN :** 2493-3511 / **www.culture-papier.com**

Au cours des deux dernières décennies, la gamme Print Speed s'est imposée comme la référence dans le monde des papiers non couchés offset et pré-imprimés. Que ce soit pour des textes, des photos ou des illustrations plus élaborées, Print Speed et Print Speed laser-jet renforcent les contrastes pour sublimer tous vos documents imprimés.

Et parce que les contrastes sont partout, consultez Antalis, tout simplement !

Print Speed

# Lutter contre la culpabilisation irrationnelle des utilisateurs de papier

**Si elle se défend d'être une spécialiste de la filière papier, Sophie Primas, Sénatrice des Yvelines, et Présidente de la Commission des affaires économiques du Sénat, sait mettre lucidement les enjeux en perspective - parfois contradictoires - à relever au cœur d'une économie sobre et circulaire.**

*Sophie Primas, Sénatrice des Yvelines, et Présidente de la Commission des affaires économiques du Sénat*

La « cause » de la filière du bois et du papier est évidemment, dans le contexte économique, une cause juste dans toutes ses dimensions : du point de vue économique et social - je crois avoir lu que l'ensemble de la filière concerne plus de 200 000 emplois en France ; du point de vue sociétal et culturel car notre rapport à ce matériau particulier qu'est le papier dit quelque chose de notre société, il est un vecteur au travers des siècles de notre signature politique et culturelle ; et juste naturellement d'un point de vue écologique.

L' injonction d'une économie sobre et circulaire remet en cause quelques grandes caractéristiques des fondamentaux de notre économie : la notion de croissance par le sens et la valeur remplace la logique de croissance par la quantité. La durabilité prend toute sa place.

Et la logique d'une économie tournée vers un besoin uniforme de masse se déplace vers une logique de plus grande adaptation aux besoins spécifiques des consommateurs finaux.

### Saluer l'initiative de Culture Papier

J'ai bien compris le rôle de l'association vis à vis des pouvoirs publics mais aussi et surtout le rôle fondamental dans la réflexion commune de l'ensemble des acteurs de la filière de l'amont à l'aval pour réinventer votre modèle industriel. Et je souligne l'intérêt de cette réflexion commune qui ne se substitue en rien aux efforts individuels en recherche et développement ou aux investissements des uns et des autres, mais qui décloisonne au contraire la pensée et qui doit bien entendu intégrer la société civile elle-même, dans toutes ses composantes.

### Comment passer de la confrontation à l'opportunité ? 4 pistes se détachent

**1. La montée en gamme, en sophistication de l'offre**

Dans la vie quotidienne, je constate chez les plus jeunes un engouement extraordinaire pour de nouveaux produits papiers sophistiqués. Le papier conserve donc toutes ses chances dans une économie où les retournements de situation sont souvent inattendus et où la **« montée en gamme »** est une stratégie gagnante. Au moment où nous pensions que le commerce physique était dépassé, on voit les grands acteurs du commerce électronique s'y investir. Les enfants, qui sont nés dans un bain d'écrans et de smartphones, sont fascinés par les carnets, les agendas et les papiers multicolores d'un style nouveau qu'ils achètent dans de nouvelles générations de surfaces de ventes, y compris sur le net !

Les écoles se numérisent, mais de nouvelles médiathèques s'ouvrent où le livre a toute sa place. Je salue l'initiative formidable d'Alexandre Jardin « Lire et Faire lire ».

**2. La personnalisation :** l'industrie du cartonnage, celle de la carte postale qui renaissent grâce à internet.

**3. L'utilisation conjointe avec vos clients des données commerciales :** open data, Intelligence artificielle, block-chain…doivent être intégrés dans votre réflexion. Comment par exemple faire évoluer le document commercial, le prospectus ? Je connais, par mon expérience professionnelle, son importance et je ne crois pas en sa disparition mais en sa transformation …mais voilà un axe de travail qui me semble apporteur de valeur ajoutée… piste de laquelle les industriels de l'amont ne peuvent pas être écartés.

**4. La transformation de l'industrie en industrie 2.0** et je vous conseille la lecture sur ce sujet de l'excellent rapport du Sénat sur l'Industrie. Son épaisseur concourt d'ailleurs à la bonne santé de vos entreprises !

**Challenge de la Durabilité… évidemment…** Bel exemple d'injonctions fortes mais parfois contradictoires de la société !

Je voudrais vraiment vous dire avec force qu'il nous semble essentiel au Sénat **de lutter contre la culpabilisation irrationnelle des utilisateurs de papier.** C'est parfois difficile à faire comprendre à une société qui s'exprime beaucoup et très vite par tweet, assez prompte à nous condamner, vous et nous …mais c'est, me semble-t-il, essentiel à la défense d'un intérêt général durable.

C'est le révélateur d'un phénomène plus général puisque **l'opposition sociale aux coupes de bois** perturbe également nos communes forestières ainsi que l'ONF, auxquelles sont assignés des objectifs de valorisation de notre forêt.

**Voilà donc un préjugé tenace : « le papier fait du mal à la forêt ». Le Sénat, à travers notre commission des affaires économiques, combat sans relâche cette idée fausse.**

À chaque fois qu'un de nos rapports traite de la forêt, nous soulignons que **la France est aux antipodes de la déforestation** puisqu'elle ne coupe que 50% de la pousse, contre 66% chez nos voisins. Nous combattons aussi la peur irrationnelle par le rappel des vrais risques : **ne pas toucher aux arbres, c'est diminuer à terme leur potentiel de stockage de carbone et c'est augmenter le volume de combustible en cas de feu de forêt.** Nous avons échappé l'an dernier à la vague d'incendies qui a même touché la Suède mais le danger reste bien présent dans notre pays. Fabriquer et utiliser du papier c'est donc aussi protéger notre forêt du dépérissement et diminuer les risques d'incendies qui n'ont jamais été aussi élevés.

Du point de vue économique et écologique, utiliser nos forêts pour fabriquer du papier recyclable génère environ **six fois plus de valeur ajoutée et capte beaucoup plus de carbone que de brûler du bois.**

**Il existe beaucoup de confusion autour des labels…**

Le sujet de la certification, rappelle Sophie Primas, est très suivi par le groupe d'études sénatorial forêt-filière bois qui regarde de très près son évolution. Par exemple, les labels ne distinguent pas suffisamment les bois provenant de pays qui, comme la France, sont soumis à de très fortes contraintes normatives et les bois issus de pays où tel n'est pas le cas. On peut donc se demander si un dispositif comme le label PEFC ne pourrait pas être amélioré en introduisant une indication de provenance ou une signalétique à plusieurs étoiles.
Il existe un vrai travail à mener sur ce sujet d'autant que notre économie est globale.

**La valeur « sentimentale » du Papier.**

Le papier est un matériau unique. Il porte le temps long. Il porte les valeurs éternelles de la déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen répandues dans le monde grâce au papier. Il porte notre histoire et nos révoltes. Que resterait-il du « J'accuse » de Zola sans le papier de *L'Aurore* ? Il porte l'émotion. Celle écrite à la plume de ces soldats qu'étaient nos Poilus à qui nous rendons hommage en cette année du Centenaire. Sur de minuscules bouts de papier, ils relataient leur existence.

Ces missives que nous avons tous abondamment vues pendant les expositions du Centenaire portent bien plus qu'un témoignage. Elles portent la couleur des tranchées, l'odeur de leur peur, le tremblement de leurs mains et l'émotion de leurs rêves. Seul le papier sait faire cela.

Enfin, lorsque nous lançons des sondes dans l'univers, nous envoyons assurément des codes, des instructions numériques. Mais l'Homme n'oublie jamais d'envoyer un livre, une lettre qui témoignera à jamais de notre identité d'humain et de la présence sur notre terre d'une Humanité.

Vous êtes les dépositaires de ce trésor. Je vous engage à le protéger et le Sénat sera à vos côtés.

*Sophie Primas, Sénatrice des Yvelines et Présidente de la Commission des affaires économiques du Sénat*

**Au nom de Culture Papier, Pierre Barki, Vice-Président revendique que le Papier est un bien public, un bien commun qui ne cesse de se réinventer.**

**Le papier est à la fois : une Ressource naturelle, renouvelable, recyclable et compostable, une Matière au cœur de notre vie intime, tissant des liens de proximité au cœur des villes et des villages, enfin, un Média d'Attention, d'émotions et de libertés individuelles.**

Pour réaffirmer les responsabilités sociétales du papier, faire entendre son avenir, Culture Papier doit intégrer quatre perspectives :

- Les Français restent très attachés au papier tout en participant activement au développement des usages du numérique ;
- Les qualités écoresponsables du papier sont reconnues et demandées par les Français notamment pour se substituer aux plastiques ;
- On assiste également à une forte demande d'informations et de sécurité, à laquelle toutes les parties prenantes doivent répondre ;
- Pour y répondre, elles doivent renforcer les chemins de progrès déjà engagés conduisant le papier à devenir l'un des produits les plus courants et les plus responsables utilisés par la Cité, depuis la forêt à la corbeille.

**Rejoignez-nous** pour poursuivre la collaboration avec les ONG, pour mettre en place et faire connaitre les démarches de progrès de la filière, notamment dans les domaines de la RSE, de la sensibilisation et du tri. Merci de votre soutien dans l'intérêt général et n'oubliez pas que pour réussir, une filière doit être unie.

## *Pour ne pas se tromper de combat, il faut de la pédagogie.*

Touchée par ces histoires de personnes qui s'enchaînent autour des arbres pour les sauver, **Géraldine Bannier, députée de la Mayenne, présidente du groupe d'études : « Livres, économie du livres, économie du papier »** rappelle venant d'un département rural que l'enjeu est majeur. *« La défense des arbres ne doit pas mettre en difficulté une filière qui fait très bien les choses notamment via le recyclage : « Nous vivons des intrusions dans les élevages par des personnes qui veulent défendre l'environnement mais qui ne savent plus ce qui se passe au plus près de la nature. Avec les arbres, nous retrouvons les mêmes phénomènes. Il y a ainsi toute une pédagogie à faire auprès de nos concitoyens pour qu'ils ne se trompent pas de combat. Il est également important de relocaliser les industries, les imprimeries au plus près des territoires. On ne peut pas parler d'environnement sans parler des délocalisations de nos industries. Il y a aussi un combat de relocalisation à mener en France. »*

# Une stratégie de communiction ne peut être déliée d'une stratégie de progrès

**Didier Livio, Associé Responsable de Deloitte Developpement Durable accompagne Culture Papier pour partager avec les parties prenantes du papier, les chemins de progrès en cours des acteurs du papier, et les faire progresser, pour relever collectivement tous les défis industriels, économiques, environnementaix, culturels et sociétaux pour un monde plus responsable.**

*Didier Livio, Associé Responsable de Deloitte Developpement Durable*

## Remettre le papier dans la Cité avec une dimension positive à un moment où les représentations bougent.

Il ne s'agit pas de penser le développement durable comme une confrontation entre les enjeux environnementaux que l'humanité doit régler et un modèle économique actuel ou ancien qui ne supporterait pas cette tension avec l'environnement.

Il s'agit de repenser nos modèles économiques et de production, l'organisation de nos entreprises, l'organisation des secteurs d'activité pour trouver des solutions nouvelles et opérationnelles qui répondent – à la fois – aux enjeux de performance économique pour toutes les parties prenantes (salariés, actionnaires, clients et fournisseurs, etc), aux enjeux d'une très faible empreinte environnementale et à ceux d'une meilleure dynamique sociale. Il s'agit donc bien d'inventer de nouveaux modèles économiques et de production et **c'est ce saut créatif là qui est demandé aux managements des entreprises pour relever le défi, de l'environnement, du social, et de l'économie.**

## Arrêter de voir l'environnement comme un empêcheur de tourner en rond

L'environnement, c'est une contrainte qui s'impose à nous aujourd'hui, ce n'est même plus un choix, si tant est que cela l'ait été un jour. La filière du papier y est confrontée, comme toutes les filières économiques et comme nos modes de vie citoyens. Il n'y a rien de grave à cela, bien au contraire le progrès peut continuer mais un progrès conçu autrement à faible empreinte environnementale !

**La filière papier est paradoxale, elle a beaucoup progressé, mais elle le dit mal.** Elle a encore des défis à relever, qu'elle relève, mais pas assez collectivement, d'une part et pour tenir des discours plus homogènes à toutes les parties prenantes.

De plus elle doit prendre en compte l'évolution sociologique majeure des représentations et des comportements - que l'Observatoire Culture Papier décrit très bien - de la société dans laquelle la filière agit, des ONG, et des médias.

L'impact climatique a été scientifiquement mise à jour en 1896 par le savant suédois Svante Arrhenius. Nous avons plus de 120 ans de retard dans sa prise en compte, que les COP ne cessent de rappeler !

Cette cécité de l'humanité peut finir par être dévastatrice pour l'humanité elle-même.

**Trop de confusion - et de confrontation - entre les mots environnement et développement durable.**
Le développement durable, c'est un nouveau mode de développement. Pour prendre la définition de Mme Brundtland, « c'est un mode de développement qui répond aux besoins du présent ». en rajoutant une dimension oubliée dans la traduction de l'anglais au français, « en incluant les plus pauvres », « tout en permettant aux générations futures de répondre aux leurs ». En d'autres termes, c'est une bien une tension – ou une conciliation - créative entre l'économique, le social et l'environnement.

## La confrontation entre les attentes et comportements questionne nos professions.

Nos métiers doivent accélérer plus vite pour accélérer l'évolution des comportements. Les ONG, elles ont beaucoup bougé depuis 10 ans. Et au risque de vous surprendre, elles ont plus vite bougé dans le regard qu'elles ont sur les entreprises que les entreprises ont bougé dans le regard qu'elles ont sur les ONG.

Elles savent qu'il faut du temps, elles savent qu'on peut se donner des objectifs et ne pas les atteindre, et on peut partager la façon avec laquelle on les a atteint plus vite ou avec laquelle on ne les a pas atteint. Et dans ces relations nouvelles à construire avec les ONG, il y a du progrès à construire pour toute la société.

Chacun est à sa place dans la société et ensemble on prend en main cette évolution du modèle auquel nous appelle le développement durable.

## Les médias accompagnent ces évolutions

Ils vont être très en relation de confiance avec les ONG, plus qu'avec les entreprises, parce que la parole des entreprises n'est pas perçue comme transparente. Dans ce domaine, il va falloir avancer. Qu'est-ce que c'est que donner confiance avec une parole plus transparente ? C'est construire et dire un plan progrès ambitieux, accepter de dire ses errements passés et ses difficultés d'aujourd'hui.

Si on continue de rester dans une position défensive, et sauter sur nos chaises pour dire *« il n'y a pas de lien, il n'y a pas de lien, il n'y a pas de lien ! »* vous ne serez jamais entendu et ce sont les ONG, les études qui sortiront, plus ou moins solides, qui seront entendues. **Il y a bien à engager un changement de fond, de progrès réel et de posture à engager qui est extrêmement important.**

## Parler d'une seule voix

Il est nécessaire d'unir de façon indissociable *« communication et construction de temps progrès ».* Il faut que la filière du papier s'unisse pour parler de toute la filière.

Il y a donc des usages du papier qui vont disparaître, mais d'autres usages vont être extrêmement renforcés par les évolutions actuelles. Il s'agit de bien repérer quelles sont ces évolutions, de les accepter, de les accompagner, de les nommer, de résister pour celles dont on estime qu'elles ne sont pas justifiées ou injustes, et c'est cet ensemble-là qui va construire une posture du papier, qu'il y a une évolution positive considérable à accomplir pour la place du papier dans la cité, et pour l'ensemble de vos professions.

## Accepter, collectivement, d'engager ces changements de fond et de posture

- **Arrêter d'être défensif :** passer d'un rôle de défense du papier à un rôle de *« contributeur d'une évolution de société, de gestionnaire durable de la forêt au recyclage ».* La filière papier, à sa place, doit devenir actrice de cette évolution de société majeure que l'humanité doit accomplir pour laquelle nous sommes tous ensemble en tant que citoyens, en tant que professionnels, en tant qu'entreprises, engagés. La filière doit collectivement proposer des solutions au bénéfice de toute la société, sans éviter les évolutions que les professions de la filière doivent accomplir et sans éviter d'être exigeant en conséquence aussi avec les autres acteurs de la Société quels qu'ils soient.
- **Etre entendus sur des plans de progrès.** Il ne faut pas avoir peur, en tant que professionnels du papier, de se donner des objectifs, de donner les moyens avec lesquels nous allons atteindre ces objectifs, et sur cette base-là, en toute transparence, tous les ans de sur les résultats atteints ou pas : pourquoi tel objectif a été atteint plus vite, pourquoi tel objectif n'a pas été atteint parce qu'on avait sous-estimé tel ou tel point de difficulté. Il n'y a aucun problème, vous serez entendus en agissant ainsi. Et cela veut dire, une fois de plus, construire des plans de progrès pluriannuels.
- **Construire la filière du papier qui n'existe pas.** Aujourd'hui, il existe toutes les briques de la filière du papier, mais la filière du papier - en tant qu'institution communicante et coordinatrice -, de la gestion de la forêt aux recycleurs en passant par tous les acteurs intermédiaires n'existe pas et c'est une grande faiblesse. Il ne s'agit pas de créer un acteur confédéral qui mettrait 10 ans à exister, mais juste de créer une *« plate-forme de progrès en développement durable »* qui réunisse tous les acteurs pour mutualiser les efforts RSE, et communiquer. Culture Papier pourrait prendre ce rôle.

*Christine de Neuville,*
*Présidente PEFC France*

***« Si nous voulons être des gardiens d'un équilibre, cet équilibre ne peut pas être sans l'économie, sans l'environnement, sans la société ».***

**Pour Christine de Neuville (Présidente PEFC France) :** On ne peut que constater, bien que ce ne soit pas effectivement sur le plan public tout à fait abouti, les progrès qui ont été fait. **Des progrès évidents sur la chaîne graphique ont été effectués qui représentent aujourd'hui, à peu près 20% de chaîne de contrôle certifié.** Certes, il reste encore des améliorations à faire sur la pâte en particulier. Ceci étant, la réalité est beaucoup plus vaste ; 11% seulement des forêts mondiales sont certifiées. Cela veut dire qu'il y a un progrès à faire absolument gigantesque au niveau de la ressource parce que 11% ça ne fait pas beaucoup quand même. Mais ceci dit nous voyons la progression très nette et nous observons aussi la progression, dans tous les cas nous nous y travaillons, sur le lien entre l'arbre et les produits de la filière. C'est sur ce plan que nous travaillons puisque nous considérons que nous sommes le gardien d'un équilibre et que cet équilibre c'est l'arbre au départ, la façon dont on le transforme, les enjeux environnementaux, donc l'économique, et les enjeux sociétaux. En fait, nous constatons une vraie amélioration de la filière papier à l'intérieur de cette problématique. La reforestation fait complétement partie des certificats bien entendu.

# Les multiples facettes du papier dans la Cité (I)

**De la 8ème édition du Colloque Culture Papier, dédiée au « Papier dans la Cité », Yoan Rivière, rédacteur en chef du magazine Acteurs de la filière Graphique a surtout retenu l'emprise sociétale importante du papier : de l'engagement éco-responsable aux enjeux de l'attention et de la déconnexion. Excusez du peu…**

L'association Culture Papier, qui organisait ce colloque sans son Président Alain Kouck, brutalement décédé le 9 juillet dernier, avait tenu à réaliser un évènement à son image. **Pierre Barki, son Vice-Président**, s'est appuyé en ouverture sur la feuille de route et des inspirations qui lui sont clairement empruntées… : *« Alain Kouck disait qu'il est inutile d'essayer de faire aimer le papier à des gens qui l'apprécient déjà pour mille usages de la vie quotidienne. »* Mais alors, que s'agit-il de combattre ?

## Un vent de fatalisme ?

S'il est effectivement un affect qui résiste, c'est bien celui-ci : les Français aiment le papier. Aujourd'hui, ce sont 71 % d'entre eux qui déclarent rester attachés au papier, selon le 5ème Observatoire Culture Papier - Mediapost Publicité [voir encadré], un quasi-plébiscite une nouvelle fois rassurant, mais qu'il conviendra vite de nuancer… *« 55 % des Français voient le papier et le numérique comme des supports complémentaires, contre 75 % en 2016 »* commente **Eric Trousset (Directeur Développement La Poste),** ajoutant que *« 44 % pensent désormais que le numérique remplacera le papier, contre 24 % en 2016 ».* Un basculement manifeste, auquel on ne peut encore qu'apporter des explications en forme d'hypothèses : *« Peut-être est-ce dû à l'accélération de la digitalisation dans un nombre croissant de secteurs, notamment chez les pouvoirs publics »* ce qui laisse entendre qu'un tel phénomène de substitution serait davantage vu comme une triste fatalité que comme un souhait. Un éclairage probablement lucide, qui laisse transparaître un sentiment amer d'évolution à marche forcée, pour des raisons d'ailleurs plus ou moins bien identifiées.

## Des tendances moins défavorables qu'on pourrait le craindre pour le papier

Car s'il ne fait guère de doute que les Français sont conscients des logiques de moins-disance économique conduisant à la dématérialisation contrainte de certains contenus, demeurent ces éternels préjugés écologiques, faisant du papier un prétendu ennemi des forêts : *« 39 % des sondés pensent que le papier participe à l'entretien des forêts. Ce n'est pas encore assez »* note en effet Eric Trousset, non sans qu'il faille toutefois noter un indéniable progrès, les impacts liés au numérique commençant à être connus et dénoncés, jusqu'à désamorcer les mensonges de la dématérialisation à tout crin, prétendument verte par nature. Mieux encore : par effet miroir, le greenwashing digital, globalement démasqué, réhabilite peu à peu un matériau par ailleurs largement vanté pour sa recyclabilité exceptionnelle, en ces temps où le plastique est devenu le nouvel ennemi médiatique numéro un. Alors paradoxalement, les tendances ne sont peut-être pas aussi défavorables qu'on pourrait le craindre…

**Un attrait des consommateurs envers la démarche éco-responsable**

**52%** estiment être bien informés par les pouvoirs publics sur les questions de recyclage.

**74%** estiment avoir suffisamment de précisions sur la manière dont il faut trier le papier.

## Eco-responsabilité : 20 ans de progrès, et après ?

Signe d'ailleurs que le papier n'est plus forcément une cible injustement accablée, **Didier Livio, associé Deloitte Développement Durable** l'assure : *« La vision que les ONG ont des entreprises de sa filière a largement évolué ces dernières années. Plus que la réciproque, d'ailleurs »* souligne-t-il, persuadé qu'il y a effectivement des progrès conjoints à construire, en compagnie de ces dernières.

Car si les avancées – indéniables – de la filière ont su convaincre des organismes de défense de l'environnement qu'il fallait, à son encontre, modérer les critiques et recentrer les attentes au regard desdits progrès, le grand public peine encore à bénéficier du même niveau d'information et de sensibilisation.

## La faute à un déficit d'audibilité ?

***« La filière a beaucoup progressé, mais elle le dit mal » juge en effet Didier Livio, évoquant notamment ses difficultés à « parler d'une voix uniforme. »*** **Il y a pourtant beaucoup à dire et à montrer**, tant les choses ont changé depuis vingt ans, au risque toutefois de voir poindre une compréhensible lassitude face à une *« forêt de labels »*, la plupart témoignant pourtant que la filière n'a fait aucune impasse de la forêt à la corbeille : ni sur les certifications forestières (FSC, PEFC), ni sur la volonté d'imposer les bonnes pratiques sur le site d'impression (Imprim'Vert) , ni sur le développement de papiers recyclés attachés à différents pro-

duits et procédés, ni sur une dimension RSE aujourd'hui de plus en plus prise en compte (Print'Ethic), ni sur le volet climatique avec la possibilité d'effectuer des bilans carbone très simplement (ClimateCalc) etc. Dit autrement, la filière a fait son examen de conscience et agi en conséquence, de sorte qu'elle peut aujourd'hui se targuer d'être en capacité de mesurer et tracer ses impacts, continuant même de perfectionner et affiner les instruments qui le permettent. Pourtant *« la forêt reste le point de fixation de l'opinion »* rappelle **Christine de Neuville, Présidente de PEFC France.**

## Il faut toujours travailler l'opinion, à rebours des idées reçues.

*« Il faut inlassablement lui rappeler où et dans quelle mesure elle a progressé : de 2005 à 2015, elle a cru de **44 000 km² en Europe. C'est peu ou prou la superficie de la Suisse et ça représente environ 1500 terrains de foot par jour ! »*** note **Guillaume Le jeune, Directeur, Stora Enso Paper France.** Avant que Christine de Neuville ne fasse remarquer qu'il demeure des progrès possibles : *« La reforestation devient compliquée aujourd'hui en Europe et l'obstacle, c'est la toute petite propriété ».* Les forêts de taille modeste restent trop souvent à la marge des programmes de certification, et donc des logiques de replantation. Pour autant, la déforestation mondiale (près de 300 000 km² perdus en 2017 selon la FAO, un triste record) n'est quasi-exclusivement due qu'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.

Dès lors faut-il n'éprouver aucun complexe à désigner les vraies causes, sans s'exonérer de progresser pour autant : 60% de la forêt européenne est certifiée. De ce point de vue, la filière papier montre un engagement exemplaire. *« La perspective d'arriver à un taux de 100 % de bois entrant certifié chez les industriels papetiers n'est qu'une question de temps »* estime notamment Guillaume Lejeune, s'appuyant en cela sur des réalités flatteuses et en net progrès depuis 20 ans.

## 58 % estiment que la filière papier innove pour proposer et faire adopter des produits de substitution au plastique.

**Le Papier, une solution de remplacement du plastique**
Dans les emballages, comme par exemple pour les sacs distribués en magasin pour les fruits et légumes pour 87% des Français.
Dans les contenants, comme par exemple pour les pots de yaourt pour 45% des Français.

## Sus aux plastiques ! De nouvelles opportunités ?

Étrange signe des temps, alors que le papier en est encore à devoir montrer patte blanche pour assurer de son rôle bénéfique dans la préservation des forêts, il est en revanche spontanément plébiscité pour se substituer à d'autres, dès que cela est possible. *« Alors que nous avions déjà remplacé nos emballages en polystyrène par du carton,* témoigne **Perrine Lebrun, Directrice de la communication, McDonald's France,** *nous sommes également passés, depuis, à des wraps papier sur certains types de produits, pour assainir et réduire nos emballages. Il reste chez nous environ 10 % d'emballages plastique sur lesquels nous sommes en pleine réflexion ».*

De la même façon, **Olivier Touzé, Directeur développement durable - Groupement des Mousquetaires** constate combien *« On voit des changements s'opérer au bénéfice du papier, je pense notamment au remplacement des sacs plastiques »,* évoquant même des *« opportunités à venir pour le papier/carton à mesure que l'on poursuivra cette logique d'écoconception/diminution des emballages ».* Des opportunités d'autant plus béantes qu'elles recueillent sans résistance l'approbation du consommateur, pour qui toute comparaison papier/plastique ne penchera guère qu'en faveur du premier, s'il s'agit d'en déterminer l'apport durable et responsable.

**Témoignages d'entreprise : Le papier est un allié très puissant pour la marque.**

## Trois questions à Perrine Lebrun Directrice communication Mac Donald's France

Depuis 20 ans, Mac Donald's est engagé dans l'environnement avec une démarche forte qui va, de l'amont avec les stratégies agro-écologiques mises en place depuis 2008, jusqu'à l'aval, avec l'énergie et les bio-carburants, notamment pour ses restaurants.

**Quelle est votre politique environnementale pour les usages du papier, en matière de communication et d'emballage ?**

Nous avons beaucoup travaillé sur notre politique d'emballage en passant notamment, il y a uelques années maintenant, du polystyrène au papier carton. Aujourd'hui, chez Mc Donald's France, 90% de nos emballages de service sont déjà en papier et en carton. Ces emballages sont constitués de 63% de fibres recyclées, et de 37% de fibres vierges certifiées issus de forêts gérées durablement. C'est en effet un enjeu technologique de réussir à trouver le bon équilibre entre le poids et la résistance d'un emballage. Nous travaillons aussi bien évidemment à la réduction et à l'écoconception de ces emballages, ce qui reste un axe important de notre stratégie. Ainsi, nous avons par exemple optimisé la boîte happy meal par exemple en réduisant son poids de 10%, et nous essayons aussi de substituer les boites par des papiers wrap comme nous l'avons fait pour le double cheese en 2013 par exemple.

Le papier, à cet égard, est un allié très intéressant.

**Le livre papier est aussi un objet de partage entre les familles ?**

Effectivement, au-delà des emballages, nous avons aussi à cœur de développer la lecture chez les enfants en proposant un livre imprimé dans nos Happy Meal. Depuis 2015, le programme « Un jouet un livre » se développe dans nos restaurants en parenariat avec Hachette Jeunesse qui nous accompagne. Il permet à l'enfant de choisir entre le jouet ou le livre. **Cela a permis de distribuer, depuis 4 ans, dans toute la France 44 millions de livres aux enfants !** Aujourd'hui, 73% des familles déclarent avoir choisi au moins une fois le livre lors d'une commande d'un menu Happy Meal depuis 2015. Ce programme permet aussi de **favoriser le partage au sein des familles, entre les parents et les enfants.** En parrallèle, nous avons aussi lancé ces derniers mois des coloriages avec succès.. [voir Alexandre Jardin p.23].

**Quels sont vos grands enjeux, en terme de papier, dans les années qui viennent ?**

En matière de papier et d'emballage, quatre critères resteront importants à terme : la durabilité des emballages et le papier qui va emballer demain nos emballages, le contact alimentaire et la sécurité alimentaire, la recyclabilité, bien évidemment pour récupérer la matière. **Aujourd'hui notre enjeu est notamment focalisé sur la certification de nos emballages.** Nous continuerons à avoir une longue vie qui demandera de se recentrer de plus en plus sur le papier.

## Une relation paradoxale avec le prospectus

L'approbation du consommateur est toutefois beaucoup moins simple s'agissant du prospectus, qui porte en lui - malgré son indiscutable efficacité pour le pouvoir d'achat et la fréquentation des magasins - une inimitié qui vise, bien au-delà du support, la publicité. Plus encore quand, en l'absence de Stop Pub, elle donne l'impression de submerger les boites aux lettres. *« Je reçois encore des kilos de pub' qui vont directement de ma case à la poubelle »* peste notamment **Hervé le Bouler, responsable stratégie forestière de France Nature Environnement**, n'hésitant pas là à prendre à rebrousse-poil une audience qui ne s'attendait peut-être pas à telle entame. Car si l'imprimé sans adresse porte sans conteste l'avantage pour le consommateur de l'anonymisation de l'information (au contraire des contenus numériques hyper trackés, dopés à la data personnelle), si les grandes enseignes s'y attachent parce qu'il représente encore à ce jour un indispensable atout commercial (preuve qu'il est évidemment encore massivement utilisé), il cristallise aussi l'ambivalence que les Français entretiennent avec « les » papiers, qu'ils n'aiment pas tous autant et indistinctement. Hervé le Bouler souligne *« le caractère poli et bien élevé du papier »* faisant explicitement référence à son non-intrusivité, s'inquiétant de *« la part d'humanité que l'on perdrait à s'en débarrasser »* pour s'agacer des attaques visant à lui faire porter la déforestation engendrée par (et pour) de toutes autres causes… De quoi rappeler combien la pluralité d'usage du matériau, à la fois véhicule d'information, support de création ou d'emballage, nécessite mille argumentaires ciselés et affinés, en fonction du produit désigné.

*Yoan Rivière*

# Les labels, facteurs d'un progrès opérationnel de la filière

**Trois labels, 3 démarches. Matthieu Prévost pour Imprim'vert, Valérie Bobin pour Print Ethic IDEP et Benoît Moreau, fondateur d'Ecograf pour Climate CALC.**

IMPRIM'VERT®

### Mathieu Prevost, délégué national d'Imprim'vert

Imprim'Vert est le label environnemental pour les imprimeurs, purement axé environnement, qui tout comme PEFC, se réinvente aussi cette année. Nous avons toujours prôné à la Fédération une double approche - à savoir, l'approche « site » et l'approche « produit » - qui est essentielle. En effet, on ne peut pas produire un produit propre dans un circuit qui ne serait pas respectueux et vice et versa.

Nous devons aussi savoir où nous allons et pour cela, il faut pouvoir mesurer des éléments d'avancée ou de calculs. Ainsi, Imprim'Vert montre comment la filière, comment les imprimeurs se sont engagés sur cette problématique environnementale au cours du temps et comment la Fédération, notamment, a pu soutenir ces démarches. Nous travaillons depuis 20 ans, sur ces problématiques environnementales, tout simplement parce qu'à l'époque, le secteur était très critiqué. C'était une réalité. En 1998, nous avons assisté à un grand bouleversement avec des retours environnementaux négatifs. A titre d'exemple, la ville du Mans avait détecté des pollutions dans les eaux de la STEP et les imprimeurs ont été ciblés. La fédération a souhaité créer un pôle et le label Imprim'Vert a été mis en place pour pallier ces problèmes et accompagner les professionnels.

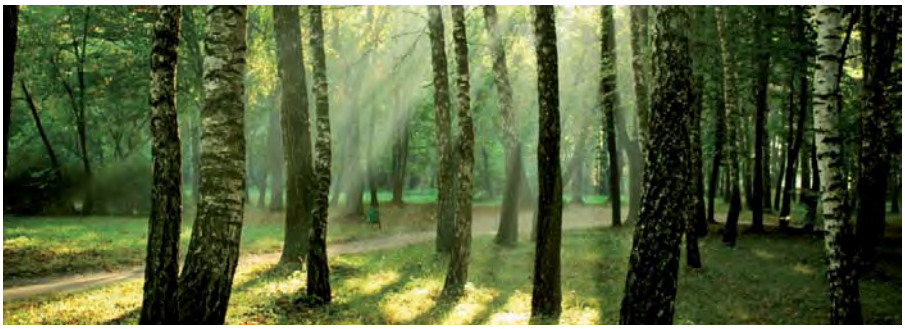
À l'heure actuelle, Imprim'Vert comporte 5 critères dans son cahier des charges et assure la bonne gestion des déchets dangereux sur les sites :

1. L'accompagnement des professionnels sur la gestion des déchets.
2. La sécurisation des stockages des produits neufs et usagés dans le but de prévenir les pollutions qui pourraient avoir lieu,
3. La non-utilisation de produits CMR (Cancérogène, Mutagène et Reprotoxique). Cela fait partie des évolutions du label tout au cours du temps, car certains produits étaient toxiques à l'époque et avec les réglementations européennes, le label a dû s'adapter au changement.
4. La sensibilisation environnementale des salariés, qui demeure très importante car elle permet à la fois à l'entreprise de s'approprier la démarche et de sensibiliser ses salariés. Imprim'Vert doit être partagé avec l'ensemble des salariés et de la clientèle pour valoriser les démarches environnementales.

4. Une sensibilisation des aspects énergétiques et notamment les émissions de $CO_2$ via les suivis de consommation énergétique.

Imprim'Vert est reconnu et demandé par les clients, qu'ils soient privés ou publics. Dans les marchés publics, il se retrouve comme socle commun des critères environnementaux des marchés. À l'heure actuelle, nous comptons quasiement 2000 imprimeries labélisées, avec une couverture française et européenne, de l'ordre de 70% des imprimeurs, qui souhaitent sécuriser ces aspects-là. Imprim'Vert est une marque qui peut se perdre, qui peut se récupérer. Il met tout le monde sur un pied d'égalité dans une concurrence inter-régionale présente et importante.

Le seul pilier environnemental n'est pas suffisant, il faut pouvoir aller plus loin. Et pour cela, structurer la démarche. La RSE peut être une réponse.



## Valérie Bobin (IDEP), chargée de la création et du développement de PrintEthic, le nouveau label RSE pour la filière

**Print Ethic est né d'une demande :** à l'origine, quelques grands imprimeurs étaient questionnés par leurs grands donneurs d'ordre sur leurs pratiques en matière de RSE. Il fallait remplir des questionnaires, cela prenait beaucoup de temps, c'était compliqué pour justifier de leurs actions dans les différents domaines de la RSE. Nous pouvons désormais les accompagner.

### Développer des démarches RSE dans la branche.

La RSE rend les entreprises plus performantes durablement : nous les aidons à travailler sur des sujets clés : l'innovation, la motivation et la compétence des équipes, des ressources mieux gérées (l'énergie, le papier…)... La RSE contribue aussi à améliorer l'image des entreprises ; dans certains métiers, les entreprises ont beaucoup de mal à recruter parce que le secteur a une image industrielle, un peu ancienne.

Un autre volet concerne la transmission d'entreprises. 1/3 des dirigeants vont devoir transmettre leurs imprimeries dans les 5 à 10 années à venir. **La RSE peut être un atout pour valoriser le capital immatériel de l'entreprise :** l'organisation, la compétence des équipes, la réputation, etc.

### De la norme ISO 26000 à Print Ethic

Pour construire ce label, nous sommes partis de la norme de référence en la matière qui est l'ISO 26000. C'est une norme extrêmement large qui comporte sept questions centrales. Au centre, vous avez la gouvernance de l'organisation, qui est la clé de la RSE, et ensuite vous avez les droits de l'Homme, les relations et les conditions de travail, le volet environnemental, la loyauté des pratiques notamment commerciales, les questions relatives au consommateur, et les relations avec les communautés locales. Mettre en œuvre l'ISO 26000 telle qu'elle, dans une TPE - pour mémoire 3/4 des imprimeurs ont moins de 10 salariés - cela devient vite très compliqué, parce qu'à l'intérieur de ces sept questions centrales, se greffent des sous questions et nous pouvons vite arriver à une cinquantaine de sujets à traiter ! Ainsi, **l'idée de la branche était de partir d' ISO26000 mais de l'adapter aux enjeux spécifiques, importants et prioritaires pour notre secteur.** Les enjeux sur lesquels, à la fois nous avons un impact fort, et les choses sur lesquelles nous devons travailler pour progresser et pour pérenniser durablement l'activité des entreprises. Ce travail a pris à peu près un an avec un comité de pilotage où les différentes catégories de parties prenantes étaient représentées. Nous avons aussi utilisé un questionnaire qui a été envoyé aux imprimeurs, représentants des salariés et aux parties prenantes externes.

Ces douze enjeux concernent *le domaine économique :* la stratégie de positionnement et de développement, l'innovation, les relations fournisseurs, etc. ; *la gouvernance :* dialogue avec les parties prenantes, dialogue social dans l'entreprise ; *le volet social :* santé, sécurité, risques, développement des compétences, attractivité du métier, etc. ; et bien sûr *le volet environnemental.*

### Un nouveau label

Ce label des industries graphiques a des points clés et avantages par rapport à d'autres label RSE :

- il est spécifique et adapté à notre secteur et aux enjeux de l'entreprise,
- il est accessible à toutes les entreprises du secteur, y compris les plus petites, car très progressif : le label comporte 4 niveaux.

Nous ne demandons pas aux entreprises de travailler sur les douze sujets en même temps, ce serait un travail très important, quasi inaccessible aux TPE. L'idée est de travailler par bloc de trois enjeux dans l'ordre que souhaite l'entreprise. Chaque bloc de trois enjeux correspond à un niveau. Premier niveau du label, travailler sur trois enjeux, deuxième niveau sur six enjeux, etc. L'entreprise a l'obligation de passer au niveau supérieur tous les trois ans, pour remplir l'obligation d'amélioration continue qui est propre à la RSE.

Enfin dernier point important, **ce label possède tout ce qu'il faut pour être solide et reconnu :**

### Le dispositif de labélisation :

La première action d'engagement du chef d'entreprise se traduit par la nomination d'un référent RSE. Il semblait essentiel pour que la démarche se développe dans l'entreprise et soit pérenne, qu'elle soit portée, incarnée par quelqu'un. A priori, cette personne ne doit pas être le chef d'entreprise, pour favoriser une diffusion et un partage de la démarche dans l'organisation. Ce référent va être accompagné méthodologiquement. Il commence par une formation de 4 jours, étalée sur 6 mois qui va l'aider à faire son diagnostic, à définir ses plans d'actions, ses plans de progrès et à préparer la demande de labellisation niveau 1. Il sera intégré à un réseau des référents RSE animé par la branche au niveau national. Il recevra des informations, des formations, participera à des réunions de partage d'expérience.

Actuellement, un premier groupe de six entreprises vient de commencer sa formation, et un deuxième groupe devrait démarrer en janvier. La démarche semble intéresser, en tout cas des entreprises qui, depuis un moment, sont dans des démarches de RSE mais pas forcément structurées.

ClimateCalc

**Benoît Moreau, fondateur d'Ecograf** : ***« Climate Calc est un outil absolument merveilleux qui vous apprend à compter. »***

### Climate CALC en 6 dates

**2006 :** première convention entre l'ADEME et l'ex FICG qui avait comme objectif de sensibiliser l'ensemble du secteur à la problématique du changement climatique.

**2007 :** premier bilan carbone d'un livre avec impact durable, co-réalisé avec Jean-Marc Lebreton, sur « Atlas durable » de La Place des éditeurs.

**2008 :** premier bilan carbone de VSD avec Prisma Média et Sylvaine Cortada.

**2009 :** première action collective autour du bilan carbone réalisée par Benjamin Mattely dans le Nord.

**2010 :** lancement de Climate Calc.

**En 2013 :** sortie de la normeISO16759, qui ne sert pas à grand chose, mais elle existe.

**L'ensemble papier carton représente 3% des émissions de $CO_2$ d'un Européen aujourd'hui.** Nous raisonnons toujours en ordre de grandeur. En terme d'émission, effectivement le papier carton a une responsabilité dans ces émissions au niveau européen, et il faut, comme toutes les industries, que nous participons à la réduction de ces émissions.

### Climate Calc, qu'est-ce que c'est ?

**C'est un outil européen lancé avec les trois pays scandinaves :** la Suède, La Norvège, la Finlande, ainsi que la Belgique, les Pays-Bas, la France et maintenant le Portugal. Nous l'utilisons aussi beaucoup en Inde. Ce pays a une convention avec Climate Calc. D'autres imprimeurs en Italie et en Espagne nous ont rejoints. Nous sommes vraiment sur une approche européenne.

### A quoi sert cet outil européen ?

**Climate Calc sert à estimer, évaluer les émissions de gaz à effet de serre d'une imprimerie**. L'exercice est difficile à cause de ce qu'on appelle les émissions indirectes, c'est-à-dire vous consommez un megawatt/heure de gaz dans votre imprimerie, au niveau de vos sécheurs et de vos rotatives, la conversion consommation de mégawatt heure/ émission de $CO_2$ ou gaz à effet de serre est facile. Nous avons notre équation de combustion. Si on veut convertir un mégawatt heure d'électricité, en émission de $CO_2$ c'est un peu plus compliqué, mais l'avantage c'est que les gros distributeurs d'énergie, EDF, Engie… sont tenus de faire des estimations, de transmettre des informations. C'est relativement facile, vous avez vos factures d'émissions, la multiplication est facile.

*Matthieu Prévost (Imprim'vert) , Benoit Moreau (Climate Calc), Véronique Bobin (PrintEthic)*

Mais quand il s'agit de convertir une tonne de papier en émission de $CO_2$, cela s'avère compliqué. Cela dépend, notamment des choix énergétiques de la papeterie, du papier que vous utilisez, d'énormément de choses. Cela dépend aussi de ce qu'on appelle le périmètre, c'est-à-dire dans la production de papier, de remonter jusqu'à la tronçonneuse, jusqu'à l'arbre ! Est-ce que nous devons considérer le stockage du carbone dans les arbres ? Est-ce que nous remontons effectivement jusqu'à l'exploitation forestière ? Où devons-nous nous arrêter ?

Et l'idée est d'avoir des résultats comparables. Ainsi, **le premier intérêt de Climate Calc, est de s'entendre sur une méthode d'estimation commune des émissions de gaz à effet de serre dans l'imprimé, avec une base de données communes.** En tenant compte, de la catégorie de papier et de la marque, du transport, de l'encrage...

A titre d'exemple pour une page de publicité dans Sud-Ouest. Je vais partir du site de Bordeaux, du quai de Brasat, c'est 12200 T. équivalent $CO_2$ en 2017. À partir de ces données et, parce qu'ils ne produisent pas que Sud-Ouest, mais aussi d'autres magazines et journaux, je travaille à nouveau les données et j'obtiens que le journal c'est 135 gramme équivalent $CO_2$ par exemplaire. Nous sommes toujours en ordre de grandeur, qui pour moi est de plus ou moins 30%. 135 grammes équivalent $CO_2$ pour le journal. **Avouez que c'est magnifique, aujourd'hui, seules les Industries Graphiques (la branche graphique)** sont capables de donner cette donnée, c'est que je suis capable aussi d'estimer l'impact d'une action de communication.

C'est tout simplement dans ce que je vous ai montré, c'est une publicité du Crédit Agricole, je sais que cette pub, c'est une page, une pleine page, et j'en déduis, cette annonce, cette campagne pour le Crédit Agricole dans Sud-Ouest, c'est 608 kilos d'équivalent $CO_2$. Magnifique !

## Le label PEFC réduit la déforestation

PEFC

Si le taux de déforestation dans le monde tend à se réduire aujourd'hui, selon **Christine de Neuville, Président PEFC France,** c'est notamment grâce aux efforts de plantation mais également grâce au développement de bonnes pratiques attestées par la délivrance de certifications de gestion durable des forêts (11% des surfaces forestières mondiales sont certifiées à ce jour). PEFC est un acteur majeur de cette transition. **En France métropolitaine, près de 2/3 de la production forestière annuelle est certifiée. 3000 entreprises disposent d'une certification de chaîne de contrôle, et 20% de ces certificats concernent des entreprises de la chaine graphique.** Des progrès doivent encore être faits dans des secteurs comme la pâte à papier ainsi que le secteur de la construction. C'est ce que nous nous employons à faire en promouvant la certification PEFC qui associe dans ses exigences les 3 piliers du Développement Durable en forêt : l'économique, l'environnemental et le sociétal.

**Témoignages d'entreprise : L' industrie papetière peut et doit encore améliorer sa communication sur ses performances RSE.**

# Trois questions à Guillaume Le jeune directeur Stora Enso Paper France.

*Valérie Bobin (PrintEthic), Guillaume Le Jeune (Stora Enso), Christine de Neuville (PEFC)*

### Que signifie développement économique et social pour un groupe comme le vôtre ?

Aujourd'hui le groupe Stora Enso est impliqué dans plus de 400 projets de développement économique locaux à travers le monde. Sur le plan social, nous sommes le groupe industriel en Europe qui respecte le mieux la parité, avec 48% de femmes pour 52% d'hommes.

### Et pour la partie environnement ?

Première information, et non des moindres, **l'industrie papetière a réduit ses émissions de CO2 de près de 25% en 10 ans, entre 2005 et 2015.** Il y a peu d'industries qui peuvent s'enorgueillir de telles performances, mais notre industrie ne communique pas ou du moins pas assez bien. Il est important de rappeler que les efforts fournis par notre secteur d'activité avaient commencé dès les années 90.

Deuxièmement, **les sources d'énergie utilisées pour la production sont en train de migrer : les énergies dites fossiles (pétrole, gaz) sont remplacées par de la biomasse.** En gros, nous récupérons tous les déchets, bien évidemment tout ce qui est copeaux de bois, mais aussi tous les déchets industriels que nous brûlons ensuite et dont nous récupérons l'énergie pour la fabrication de nos papiers. Autre chiffre, aujourd'hui, **58% de la production de l'industrie papetière est faite à partir de biomasse.** D'où l'amélioration très nette de nos scores.

La consommation d'eau, elle aussi, continue a diminuer de l'ordre de 7% sur les douze dernières années. Toutefois ce point n'est pas un élément clé car **si nous prélevons au départ énormément d'eau, nous en restituons 93% à la fin du processus de production.**

Toutes normes et tous organismes confondus, c'est à peu près 60% de la forêt européenne qui est certifiée. 92% des forêts que notre groupe exploite ou possède sont certifiées. 85% des entrants bois sont également certifiés et 100% d'entre eux au global sont tracés (même si les 15% des entrants restants ne sont pas certifiés, nous restons vertueux dans le circuit).

Enfin, en ce qui concerne le recyclé, les courbes se sont inversées : **depuis 2015, la production papetière européenne est assurée à 60% à partir de fibres recyclées et 40% en fibres vierges.** Fibres vierges et recyclées sont complémentaires, tant d'un point de vue environnemental qu'économique et nous avons besoin des premières pour produire les secondes.

**Dans les 20 ans qui viennent, quels sont pour vous et les papetiers les points de progrès les plus importants ?**

Très clairement la communication autour de la forêt, puisque c'est le point de fixation de l'opinion en règle générale. À rebours des idées reçues, la forêt en Europe ne cesse de progresser. **De 2005 à 2015, la forêt a cru en Europe de 44.000 Km2, 44.000 Km² ! Peu ou prou la superficie de la Suisse.** Si vous les convertissez en indicateur de croissance, cela correspond l'équivalent de 1 500 terrains de foot par jour de croissance forestière, dûe grâce en partie aux papetiers.

Dans les régions tropicales, notre groupe participe à la reforestation de zones qui ont été complètement dévastées. À titre d'exemple, sur une même plantation, 50% sont vouées à la culture d'eucalyptus et 50% sont consacrées au redéploiement de la forêt primaire et d'une biodiversité disparue.

## LES FRANÇAIS ET LE PAPIER

**MALGRÉ L'OMNIPRÉSENCE DES ÉCRANS, LES FRANÇAIS SONT TOUJOURS ATTACHÉS AU PAPIER….**

**71%** déclarent être attachés au papier de manière générale (stable vs 2017).

**… Pour prendre du recul ou s'engager dans des actions impliquantes**

**92%** des Français ont consulté un prospectus au cours des 6 derniers mois.

**84%** des Français ont consulté un catalogue au cours des 6 derniers mois.

**81%** des Français ont lu un livre papier au cours des 6 derniers mois.

**63%** des Français ont écrit une lettre manuscrite (48% une carte postale).

## LE PAPIER ÉCO-RESPONSABLE ?

**LES FRANÇAIS SENSIBLES AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX…**

**89%** déclarent **être sensibles aux enjeux environnementaux et de développement durable**.

**Ils ont pour la plupart déjà modifié certaines de leurs habitudes quotidiennes en faveur de l'environnement en étant attentifs :**

| Au tri sélectif de leurs déchets | À faire des économies d'énergie | Aux emballages de leur alimentation | À optimiser leurs transports |
|---|---|---|---|
| **92%** | **87%** | **73%** | **60%** |

**Et sont toujours plus nombreux à mieux trier leurs papiers**

**93%** trient le papier dans une poubelle dédiée.

**94%** réutilisent leurs feuilles de papier en tant que brouillon.

**91%** déclarent qu'il est important d'utiliser du papier recyclé.

# C'est en faisant valoir la qualité de nos produits que l'on peut lutter contre l'assimilation du papier à un gâchis ».

## Questions à Jean-Marie Nusse, directeur général délégué, Exacompta Clairefontaine

*Jean-Marie Nusse*

**Longtemps considéré comme un bienfait, pourquoi depuis environ 40 ans le papier graphique est-il associé à du gâchis ?**

Ce qui est attaqué, c'est le papier « quotidien » : ramettes, enveloppes, factures, journaux ... Son utilisations est le plus souvent éphémère, ensuite il passe pour encombrer les bureaux, les logements. Mais, surtout, on l'accuse de détruire cette richesse pérenne et symbolique que sont les forêts. Bien que ces forêts soient vivantes, se renouvellent, se développent, il est très difficile de réfuter l'idée, ancrée dans l'imaginaire du grand public, que le papier utilisé participerait à leur disparition...

**Ne peut-on déjà lutter contre cette sensation de gâchis par une politique de qualité ?**

Notre groupe, depuis 160 ans, fabrique du papier et des articles de papeteries ; il a un chiffre d'affaires consolidé d'environ 600M€. Ses marques de papiers, de cahiers, de classements, d'agendas sont connues du grand public et lui donnent envie de consommer du papier. Il ne faut pas demander aux fédérations de créer cette envie, ce n'est pas leur rôle. **C'est nous, fabricants, imprimeurs, en faisant valoir la qualité de nos produits qui pouvons lutter contre ce sentiment de « papier gâchis ».** Et nous devons aussi promouvoir réellement l'écologie, car elle est une part essentielle de cette qualité.

**Vous craignez que le calcul de l'empreinte environnementale soit une usine à gaz ?**

En effet, ceux qui prônent ce calcul depuis des dizaines d'années ne se rendent pas compte que c'est absolument ingérable. **Pouvons-nous vraiment quantifier tous les paramètres environnmentaux qui entrent dans la production et la distribution d'un produit ?** Depuis le fait que le personnel aille à l'usine en vélo ou en voiture jusqu'au bout du cycle ? Et ensuite il faudrait comparer les produits ! A Bruxelles, ils sont très fanatiques de cela, mais si les fédérations y vont en trainant les pieds, c'est que ce n'est pas viable. D'abord, il y a trop de critères dans la papeterie. Une association à Bruxelles en recense entre 60 et 90 ! C'est peu fiable même quand on veut faire l'analyse complète d'un seul article, même si les ordinateurs sont de plus en plus puissants. Mais surtout, **la ressource forestière qui est, à l'origine, la matière principale du papier, n'est pas quantifiable.** Nous n'arrivons pas à des chiffres fiables pour ce seul paramètre, et c'est bien logique. Entre la forêt de Fontainebleau, celle des Landes, les plantations d'Eucalyptus du Brésil et les forêts boréales, qu'y a-t-il de commun ? Comment va-t-on pouvoir quantifier l'usage qui en est fait en ce qui concerne le papier ? Dans les zones tempérées, la majeure partie du bois exploité est du bois d'œuvre. **Le bois de papeterie ne représente alors qu'à peu près 20% du total, contribuant financièrement à renouveler cette forêt.** Alors comment quantifier ces 20% ? Tout cela est extrêmement fumeux et, par ailleurs, très dangereux quant aux conclusions qui peuvent en être tirées.

**Le papier n'encombre qu'autant qu'on le veut, puisqu'il se recycle.**

Le papier peut être facilement collecté et valorisé. C'est la mission de CITEO de favoriser ce processus vertueux. Il n'y a qu'en France, où on aime les taxes, qu'existe une contribution « volontaire-obligatoire » pour aider à la collecte des papiers graphiques après usage. Notre groupe verse tout de même à CITEO presque 2 M€ par an... Autant que sa mission soit bénéfique.

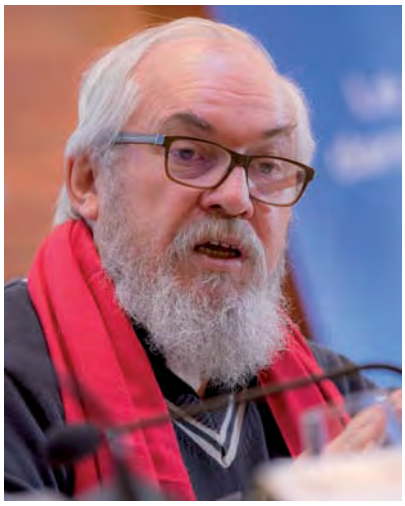
Plus les papiers sont récupérés, plus ils servent à fabriquer de nouveaux papiers. Notre groupe a quatre usines : celle d' Everbal ne fait que du papier recyclé soit 40.000 T/an. Nous utilisons fortement un label, l'Ange Bleu allemand, le plus connu et le plus efficace pour certifier qu'un papier est vraiment recyclé, dit 'post-consumers', et pas simplement fabriqué avec les rebuts de l'usine.

**Pour convaincre que le papier ne détruit pas la forêt, faites vous confiance aux ONG ?**

**Il faut rappeler que le bois utilisé ne provient jamais de forêts primaires parce que celui qui en est issu est tout simplement inutilisable pour faire du papier.** Ce serait une aberration. Le bois utilisé doit être relativement homogène ; il doit être issu de forêt gérées durablement, c'est-à-dire avec replantation et respect de la bio diversité. **Depuis 20 ans, nous nous faisons confiance à deux ONG pour certifier que les pâtes à papiers que nous utilisons (150.000T. par an) remplissent ces conditions ;** leurs logos, PEFC et FSC, commencent à être connus du consommateur final, et surtout des entreprises qui ont besoin d'être rassurées à l'heure du greenwashing. Leur notoriété est relative selon les pays ; la France est plus sur du PEFC, en Allemagne plutôt du FSC. *PdF & OLG*

**Témoignage d'une ONG environnementale : Le recyclage est très en avance.**

# Hervé Le Bouler, Responsable politique Forestière de FNE ( France Nature Environnement)



*Hervé Le Bouler*

**Hervé Le Bouler :** La FNE, en tant qu'ONG, a une particularité dans le paysage forestier. Plusieurs milliers d'associations sont adhérentes de la FNE qui comprend 900.000 membres.

Au FNE, je suis responsable des questions forestières mais également administrateur et très engagé dans la filière forêt-bois-forêt. Cela depuis longtemps puisque la FNE a été, autour des années 2000, l'un des membres fondateurs de PEFC France. Nous siégeons aussi au conseil d'administration de FSC. En étant ONG, c'est-à-dire comme le hérisson qui nous représente, parfois on dresse les épines, parfois nous sommes un peu grognon, mais **nous sommes dans le système de certification forestière** puisque en tant que FNE, je suis vice-Président de PEFC France et au niveau international, je suis l'un des deux représentants des ONG mondiales dans le bureau directeur de PEFC International, qui compte 350 millions d'hectares certifiés. Et au national, nous sommes partenaires contractualisés, je ne citerai pas toutes les entreprises mais je peux citer PAPREC. À CITEO, nous faisons de la formation des échanges de type plateforme, mais également de la formation croisée entre la parole environnementale que l'on va porter chez les adhérents de CITEO et l'information sur l'activité papetière que l'on va donner à nos fédérations. **Nous sommes également très impliqués dans la construction, la mise en œuvre des lois sur l'économie circulaire et nous sommes présents pesque partout dans tout ce qui constitue la gestion de la forêt française.** De même, je siège au conseil d'administration de l'ONF.

Nous avons, je le dis car c'est important dans les relations avec les entreprises, un objectif de business-plan visant à ce que 1/3 de nos revenus viennent du financement lié à un partenariat d'actions, et non pas du bénévolat ou à du financement gratuit avec les entreprises, 1/3 avec les pouvoirs publics et 1/3 à partir des dons des citoyens.

Mais en fait, je suis très surpris de votre état post-traumatique, vous les papetiers.

Alors j'explique l'état post-traumatique parce qu'être grand témoin, c'est se situer dans un procès qui n'a pas lieu d'être par rapport à des enjeux que l'on estime beaucoup plus lourds, comme par exemple l'usage abusif et inconsidéré de la bio-masse.

**C'est sans doute le fait d'un phénomène qui a dû se produire dans le passé, cette espèce d'enkystement dans la pensée commune que d'utiliser du papier détruit les forêts françaises. Cela date depuis au moins 50 ans. J'aimerais bien savoir pourquoi cela a été lancé et pourquoi l'idée perdure dans l'opinion !**

Bien sûr, au début de ma carrière de forestier, j'étais dans la recherche forestière. J'ai visité des papeteries qui étaient du côté de Facture ou dans ce secteur Landais, je me souviens des liqueurs noires qui allaient directement à la rivière, mais c'était il y a très longtemps.

Nous ne sommes plus du tout dans ce monde au niveau français. Je suis de ceux qui se désolent que l'industrie primaire du papier à partir de ressources nationales, pour des raisons de mondialisation, a fortement diminué en France, et que nous importons du papier et du carton. **Ainsi concernant le papier en France, il n'y a pas de problèmes liés à l'exploitation de la forêt et certainement bien moins que sur l'exploitation du bois énergie.** Je regrette pour les propriétaires forestières que cela ne paie pas plus, que ce soit du bois énergie ou du bois papier, le bois ne rapporte pas grand-chose. Le recyclage est très en avance. Après il faut être très précis sur ce qui se passe au niveau international.

**Il y a de la destruction potentielle de forêts primaires, mais avec ce que l'on vient de voter au niveau de PEFC, qui rejoint ce que disait FSC : pas de destruction de forêts primaires pour les transformer en plantations, ce qui est certifié est protégé.**

Il y a quand même une chose qu'il faut dire, c'est que l'Europe n'est pas démunie, que ce soit par défaut de mise en œuvre de la certification, ou surtout par défaut de gouvernance internationale. Nous avons le système FLECT et la France et l'Europe ont tous les moyens pour repérer les pays où la gouvernance est tellement mauvaise qu'il y a un risque de bois illégal et de bois récoltés dans de mauvaises conditions qu'elles soient sociales ou environnementales. On utilise ce système aux frontières, ce qui nous permet d'éviter de rentrer du bois illégal. Dans ce que j'ai entendu en tant que forestier, il y a des termes qui ne sont pas exactement adaptés, en tout cas je l'estime, mais c'est un manque des forestiers de savoir communiquer, nous utilisons un jargon. Quoi qu'il en soit, à FNE, **nous sommes tout à fait prêts et très demandeurs de collaborer, d'échanger avec le secteur du papier**, à continuer et à amplifier ce qui a été fait.

**Témoignage d'entreprise**

***Outil essentiel au développement de la grande distribution, le papier doit s'adapter au contexte du développement durable.***

## M. Olivier Touzé, Directeur Qualité & Développement Durable du Groupement des Mousquetaires

**Quels sont les enjeux du papier pour les distributeurs ?**

En prenant le papier dans sa globalité, on sait que le papier a des atouts indéniables. C'est une matière d'origine renouvelable, recyclable, on verra certainement son utilisation augmenter avec la problématique que l'on connaît sur les emballages de plastique. Mais l'origine renouvelable du papier ne doit pas cacher les problématiques de déforestation.

En effet, c'est une démarche raisonnée dans la gestion de la ressource avec une origine tracée de la fibre qui doit devenir le standard. Comme d'autres matières, la traçabilité de la matière pour déterminer son niveau de durabilité sera déterminante dans cette filière. Les causes de la déforestation sont massives, augmentation trop soudaine de la demande, report vers des fibres vierges en remplacement du recyclé contaminé par des huiles minérales insérées dans des imprimés type prospectus ou autres. L'abattage des forêts pour planter des espèces beaucoup plus rentables comme l'eucalyptus ou résineux posent des problèmes aussi en termes de déforestation et de maintien de la ressource renouvelable.

Si la filière gère ces quelques contraintes pour garantir une matière recyclée de qualité, le papier restera un matériau fiable facilement recyclable. C'est pourquoi CITEO au travers de ces barèmes éco différenciés oriente les metteurs sur le marché sur des papiers facilement recyclables sans perturbations dans les filières de recyclage existantes. Traçabilité, durabilité et utilisation de fibres vierges sont vraiment les trois enjeux pour éviter la perturbation des chaînes de recyclage.

**Avec la multiplication des « stop pub », l'imprimé publicitaire est remis en cause, a-t-il encore un avenir chez les distributeurs ?**

C'est une question assez fondamentale parce qu'aujourd'hui le prospectus depuis l'origine de la grande distribution reste un outil commercial très fort par son pouvoir d'attractivité. Les Français lisent au quotidien les prospectus ; c'est le premier magazine lu par les Français. Il reste donc un élément important dans la démarche commerciale d'un groupe de distribution comme le Groupement des Mousquetaires.

En revanche, il faut que le consommateur puisse faire le choix de l'avoir ou pas dans sa boîte aux lettres. Les « stop pub » sont une très bonne initiative pour formaliser et respecter ce choix des consommateurs. D'autres éléments participent aussi à la réduction de l'impact environnemental du prospectus comme le nombre de pages, l'épaisseur des pages ou la qualité du papier. **Aujourd'hui 100% de nos prospectus sont labelisés PEFC qui prouve que l'origine des matières est issue d'une filière renouvelable et responsable.** Ce qui veut dire aussi que d'un bout à l'autre de la chaîne, de la matière première jusqu'à la fin de vie du produit, intégrant un système de recyclage permettant d'avoir le moins d'impact possible.

D'où la nécessité, la nécessité de réfléchir - nos fournisseurs y sont invités - à comment à améliorer l'opération de recyclage. **Aujourd'hui le taux de 59% est atteint pour le papier, l'objectif à 2022 est fixé à 65%. Des initiatives sont donc à prendre ensemble pour l'atteindre.**

Certains distributeurs ont déjà réfléchi à engager la récupération des prospectus pour un meilleur taux de recyclage. Il faut aider les organisations comme CITEO et d'autres à améliorer ce recyclage. On devrait pouvoir même arriver à 100% en termes de recyclage de nos papiers.

**La dématérialisation des imprimés publicitaires vous y croyez ?**

Alors elle a été évoquée, est-ce qu'il y a un problème de génération ? Est-ce que demain les nouvelles générations utiliseront plus facilement un prospectus dématérialisé que l'ancienne génération ? On ne sait pas aujourd'hui. Il y a des distributeurs qui ont annoncé qu'en 2020 les prospectus seront supprimés. Ce n'est pas ce qu'on voit dans notre chaîne de distribution. Il reste encore un élément important du quotidien en termes d'attractivité et d'information du consommateur sur les promotions et sur les produits en vente à des prix intéressants dans nos points de vente. En tant que distributeurs, il reste potentiellement sur les milliers de tonnes de papier que l'on met sur le marché un élément important d'utilisation en termes de ressources et de matière première.

**Comment voyez-vous le rôle de la filière papier dans les années à venir ?**

Nous sommes tous engagés dans une démarche d'achat responsable. C'est-à-dire il faut que les acteurs de Culture Papier se mettent dans une réflexion capable de valider une démarche vertueuse de l'arbre jusqu'au recyclage des matières.

C'est aux départements Recherche et Développement des grandes entreprises adhérentes de Culture Papier et à nous de travailler ensemble pour définir ce que doit être cette chaîne vertueuse de la matière première à la fin de vie du produit.

**Témoignage d'entreprise : Nous sommes fiers de mettre sur le marché du papier durablement géré**

## Vincent Baverel, Acheteur, direction des Achats, Lagardère Active

**Quelle est l'action du groupe Lagardère en termes de RSE ?**

Depuis une dizaine d'années, le groupe Lagardère a mis en place une politique RSE basée sur 5 fondamentaux stratégiques incluant des enjeux sociaux liés à ses métiers et un enjeu environnemental puisque deux de ses divisions, Lagardère Publishing et Lagardère Active, sont de grands consommateurs, acheteurs et metteurs de papier sur le marché. Lagardère Active opère sur 5 grands métiers : la presse magazine, la radio, la télévision, la production audiovisuelle, et le digital - toutes les marques du groupe ont leurs propres activités digitales avec également de Pure Players digitaux. Les différentes marques de Lagardère Active sont au cœur des foyers français puisqu'elles sont quasiment leaders sur tous les secteurs de nos activités, c'est pourquoi nous prenons très à cœur cette responsabilité.

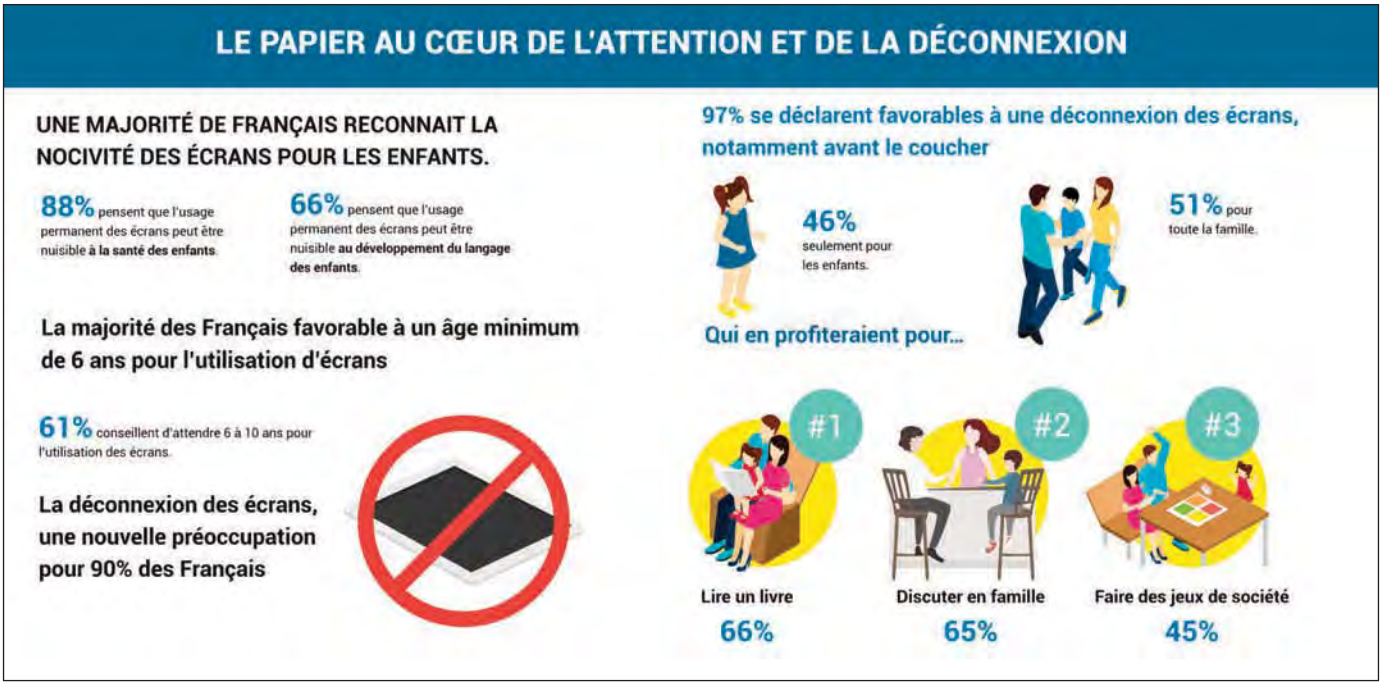
**Dans cette stratégie, quel est l'enjeu environnemental lié au papier ?**

Lagardère fut le premier éditeur à entrer, dès 2010, dans la démarche qui consiste à être propriétaire de son propre certificat PEFC. **Nous sommes aujourd'hui encore un des rares éditeurs à pouvoir imprimer notre propre logo PEFC dans nos magazines.** La plupart des logos que vous pouvez voir dans les magazines français sont en réalité propriété des imprimeurs. Nous avons fait le choix engageant de détenir notre propre certification pour pouvoir communiquer vraiment sans ambiguïté auprès de nos lecteurs et de nos annonceurs, sur la traçabilité que nous avons mise en place dans notre Supply chain d'achat papier. Pour vous donner un ordre de grandeur, **nous avons acheté en 2018 : 70.000 T de papier, la totalité étant certifiée PEFC et en provenance d'usines européennes.** Depuis 2010 que nous sommes entrés dans cette démarche, nous avons atteint quasiment le million de tonnes. Nous sommes conscients que nous avons une responsabilité importante compte tenu des volumes en jeu mais nous sommes fiers d'avoir mis sur le marché du papier durablement géré.

**Au-delà des labels et de la certification, comment décririez-vous votre politique RSE en direction du papier ?**

Notre politique RSE est plus large que celle liée au papier. Le groupe travaille depuis de nombreuses années sur la promotion de la diversité, de l'égalité des chances ou encore sur l'accès à l'éducation, de la connaissance et du divertissement. Depuis 2017, en tant que grand groupe mondial, nous sommes soumis à la loi relative au devoir de vigilance qui s'applique aux entreprises françaises. Cela nous a poussés à aller plus loin dans notre démarche RSE en réalisant une cartographie des risques sur les achats de manière générale. Nous avons décidé de nous appuyer sur l'expertise de la société ECOVADIS, avec laquelle nous travaillions déjà, pour noter les enjeux RSE de nos fournisseurs stratégiques tous secteurs confondus et réaliser cette cartographie. Ce qui est intéressant de voir dans cette démarche, c'est que parmi tous les fournisseurs évalués - plus de 300 à l'échelle du groupe - les papeteries avec lesquelles nous travaillons ont toutes obtenu des notes qui sont dans le top 30% du global fournisseurs qu'évalue Ecovadis - ils en évaluent à peu près 45.000 par an - donc c'est une base de données énorme au niveau mondial.

**Les papeteries européennes obtiennent donc une bonne notation RSE, qui évalue les impacts environnementaux mais aussi sociaux et éthiques des entreprises. Certaines papeteries obtiennent même le classement « Gold » qui distingue le top 5% des meilleures notes obtenues chez Ecovadis.**



# Parole publique

## Sophie Rocher, 1ère adjointe au Maire de Marcq-en- Baroeul, en charge notamment de la culture et de la communication et conseillère régionale, déléguée à l'inventaire du patrimoine.

*Sophie Primas et Vincent Baverel*

**Sophie Rocher, 1ère adjointe au Maire de Marcq-en-Baroeul :**

Marcq-en-Baroeul est une ville de 40.000 habitants, sixième ville de la métropole européenne de Lille qui compte 1.2 millions d'habitants.

**La ville de Marcq-en-Baroeul continue à utiliser du papier. Elle a, contrairement à beaucoup de communes, gardé une imprimerie intégrée pour imprimer les petits documents qu'elle n'externalise pas.**

Dans cette imprimerie, elle utilise uniquement des encres végétales issues des ressources renouvelables et du papier issu de forêts gérées durablement PEFC. Elle valorise à 100% ses déchets ménagers cértifié PEFC. J'entendais tout à l'heure qu'à Paris les choses n'étaient pas toujours aussi simples, sur la métropole urbaine on a étendu progressivement la collecte sélective à toutes les villes y compris pour les immeubles collectifs. Nous avons bien évidemment un tri sélectif tout à fait efficace, d'autant plus que notre délégataire de service public ESTERA fait des contrôles réguliers et ne prend pas les poubelles sur la voie publique si elles ne sont pas conformes au tri.

Mais nous externalisons aussi nombre de nos impressions, notamment les plus grandes. Pour cela nous passons des marchés publics, dans lesquels nous avons des clauses de respect, des normes environnementales, qualité écologique des papiers et encre végétale. Et nous contribuons, comme tous les utilisateurs de papier, à la taxe Ecofolio ; nous avons utilisé, en 2016 et en 2017, 17 T. de papier donc cela reste assez conséquent. La ville utilise le papier bien évidemment pour sa communication, magazine, plaquettes, tracts, elle a recours aussi à de l'affichage publicitaire.

Nous avons un magazine municipal qui est distribué mensuellement sauf au mois d'août : 21.000 exemplaires imprimés chaque mois.

**Une anecdote : quand il a repris sa mairie, Gérald Darmanin, actuel ministre des comptes Publics et qui est maire de Tourcoing, a voulu faire des économies ; il a donc supprimé la version papier de son magazine. Puis, il s'est rendu compte, parce que cela s'évalue, que la version numérique n'était pas lue, et qu'il fallait malgré tout maintenir la version papier. Il a donc multiplié les présentoirs de son magazine dans les services publics et chez les commerçants qui les acceptaient.**

**Ainsi, la communication papier, pour nous les villes, reste un élément important parce qu'on ne visualise pas non plus de la même façon un support papier et un support numérique.**

On sait qu'on atteint un taux de pénétration dans les foyers marcquois de 90%.

Nous sommes aussi très respectueux de l'environnement puisque nous avons le label Imprim'Vert.

Les collectivités locales, et singulièrement les communes, ont un rôle à jouer dans le domaine de la lecture publique. La mairie a refait une magnifique médiathèque dans une ancienne usine textile à laquelle nous avons donc donné une nouvelle vocation, et sur les 40.000 habitants, 10.000 en sont des usagers. C'est un chiffre très important parce qu'on leur donne l'habitude de venir, de prendre des livres...

Il faut développer également l'esprit critique par rapport aux images qu'ils reçoivent et qui nous agressent bien souvent, et qui sont parfois des Fake news. De nombreux autres dispositifs sont mis en place pour les collégiens, les lycéens, les écoliers. Cela s'inscrit vraiment dans un dispositif global.

**La culture est un marqueur social fondamentalement important et quand on veut lutter pour l'égalité des chances, c'est un élément important dans l'éducation des enfants. Et le papier en fait partie, c'est essentiel.**

Les nouvelles générations doivent être formées. Dans la presse, vous sollicitez l'information, dans les réseaux sociaux, vous la subissez. L'information fiable, celle faite par des journalistes qui la valident, c'est dans ces journaux, et pas sur les réseaux sociaux.

# Les multiples facettes du papier dans la Cité (II)

**Suite du compte rendu de Yoan Rivière, rédacteur en chef du magazine Acteurs de la filière Graphique.**

### *« Plus il y a de numérique, plus il faut de papier » (A.Jardin)*

Loin d'être une préoccupation secondaire, le thème de la « déconnexion », auquel le colloque réservait sa seconde partie, aura (étonnamment ?) soulevé quelques éclats de voix. Parce qu'il n'est plus ce sujet marginal préempté par quelques scientifiques, mais qu'il recouvre désormais des enjeux sociaux et sociétaux majeurs, l'heure n'est effectivement plus aux demi-mots, pour **Alexandre Jardin, co-fondateur de Lire et Faire Lire** : *« Dans certaines banlieues aujourd'hui, on ne sait plus qui est Astérix »* déplore-t-il d'un ton grave, refusant de voir le support premier de la déconnexion – le papier – devenir un symbole de l'élitisation du livre. *« Il faut multiplier les portes d'entrée et les programmes. Plus il y a de numérique, plus il faut de papier. Il faut faire rentrer le livre là où il n'est pas, sinon, il n'y aura encore que quelques happy few. Le monde numérique est un flux » au sein duquel « l'animal sensible » que nous sommes ne saurait s'épanouir. »*

### *« Le livre est en train de perdre une guerre idéologique » (D.Wolton)*

*« Il faut de l'insolence. Ne pas hésiter à mordre. »* tranche **Dominique Wolton, Directeur de recherche, CNRS** appelant l'auditoire à se décomplexer, loin des discours polissés sur la complémentarité des supports. *Nous cédons tout à des tuyaux numériques qui faussent pourtant la communication humaine »* précisant qu'il serait à la fois *« vain et fou de vouloir vivre à la vitesse de l'interactivité des tuyaux »,* regrettant que *« personne ne soit encore réellement prêt à ralentir… . C'est l'éducation qui me semble être le point le plus grave. Si les GAFA parviennent demain à nous convaincre que l'école n'est pas assez bonne et qu'il faut de la 'pédagogie interactive', les professeurs deviendront des animateurs de contenus numériques et ce serait dramatique »* s'étouffe-t-il d'une colère non feinte. Un propos offensif, fleuve et débridé qui trouvera quelques échos – plus mesurés sur la forme – dans les témoignages qui suivront.

### *Plaidoyer pour la matérialité : nous ne lisons pas qu'avec les yeux !*

*« Avec le papier, on extrait des informations de la main.* révèle **Jean-Luc Velay, du Laboratoire de Neurosciences Cognitives, CNRS Marseille**, se concentrant spécifiquement sur la pratique du livre : *« Il ne faut pas négliger ces informations paratextuelles » lesquelles permettraient « une meilleure compréhension des textes longs », notamment parce que le livre papier permet de « mieux se situer dans la chronologie du récit ».* Cette réalité de l'usage du livre papier, déjà établie par d'autres travaux (comme ceux du Laboratoire des Usages en Technologies d'Information Numériques) vaut toutefois pour des générations qui ont été structurées par la lecture papier, amende le chercheur. Qu'en sera-t-il si celles à venir passent directement, dès leurs plus jeunes années, à la lecture numérique ? *« On ne peut faire que des hypothèses »* tempère Jean-Luc Velay, supposant alors qu'un éventuel lecteur numérique natif *« ne ferait pas les mêmes lectures, tant en termes d'acquisition que de prise d'information ».*

*Georges Sanerot et Géraldine Bannier Députée de la Mayenne*

### *« Ceux qui veulent défendre l'environnement ne doivent pas se tromper de combat» (G.Bannier)*

Même si l'exercice est compliqué, certainement faut-il se demander si, toutefois, un début de remise en cause de l'hégémonie numérique n'est pas en train de naître… *« Je n'ai jamais cru en la substitution d'un média par un autre. Et en l'occurrence, le poids du digital dans les revenus publicitaires commence à être questionné et certains dénoncent une opacité autour de sa prétendue efficacité »* note **Guillaume Pannaud, Président de TBWA France.** *« Certaines études évaluent jusqu'à 40 % des audiences vendues en digital comme étant en réalité inexistantes, c'est-à-dire uniquement générées par des robots cliqueurs »* illustre-il, sans qu'il soit tellement besoin d'ajouter qu'un phénomène aussi épineux et clivant que celui des fake news s'avère d'ordre essentiellement numérique. Car tout se fait plus vite sur les écrans, y compris (se) tromper.

*« Hors de question pour autant de déroger à l'idée selon laquelle les supports, imprimés ou digitaux, sont évidemment complémentaires,* a conclu **Géraldine Bannier, Députée de la Mayenne, présidente du groupe d'études 'Livres, économie du livre, économie du papier'.** *A condition d'en rééquilibrer raisonnablement les usages, à tout point de vue, notamment en intégrant le coût économique et environnemental des outils numériques, au regard des résultats qu'obtient la filière papier. »*

Encore faut-il pour cela engager des forces collectives capables de travailler ensemble, comme l'a exhorté Georges Sanerot, insistant sur l'importance *« de structurer une filière du Livre soudée, pour ne pas laisser la main aux acteurs de la désintermédiation ».* Si les occasions de se retrouver et d'échanger, voire parfois de se confronter, à l'image de ce que représente et permet le colloque de Culture Papier, sont indéniablement un pas en ce sens, va-t-il falloir passer la vitesse supérieure dans les mois et années à venir… Chiche ? *YR*

# Nous devons lutter contre l'arrogance de la modernité

**« Il faut remettre les tuyaux à leur place. »
Le sociologue Dominique Wolton, fondateur de l'Institut des sciences de la communication du CNRS et directeur de la revue internationale Hermès, revendique à contre-courant qu'il faut plus d'insolence au papier car la guerre idéologique est perdue pour le moment.**

**Quel est votre ressenti sur l'importance de ce qui est fixe par rapport au flux ?**

C'est probablement la bataille anthropologique et cognitive la plus importante à mener parce qu'aujourd'hui, la modernité, c'est le flux. Cela fait 40 ans que je réfléchis à la communication humaine et je vois les deux courbes se croiser : plus la communication humaine est difficile, plus la communication technique prend de l'ampleur. Les Hommes se méfient des Hommes mais adorent les tuyaux qui nous promettent une nouvelle civilisation. Les flux l'emportent, synonymes - à tort - de liberté.

**« La communication, c'est de la négociation, de la politique, de la diplomatie. »**

**Nous sommes donc en plein dans ce paradoxe ?**

Plus les êtres sont libres de parler, s'exprimer, aimer, plus on s'aperçoit que l'Autre n'est pas souvent en phase. C'est l'anomie de la communication humaine. Nous passons 90% de notre temps à chercher l'amour, l'autre, et la plupart du temps à ne pas réussir. Si vous êtes amoureux, profitez-en car c'est le seul moment où l'on croit se comprendre ! « Toi c'est toi, moi c'est moi ! » Un conseil, en matière d'enjeux affectifs ? Envoyez le moins possible de mails et de SMS, ce sont des machines à paranoïa car l'émetteur n'est jamais dans le même contexte psycho-affectif que le récepteur. Du coup, les échanges de plus en plus rapides créent de plus en plus de malentendus. D'autant plus qu'ils sont beaucoup plus faciles qu'il y a un siècle. Ce ne sont pas les tuyaux qui sont importants mais la lenteur, la répétition. On cherche le même et on tombe tous sur le différent, et quand on s'en aperçoit, on se sépare ou on se met à négocier. L'erreur est de foncer de plus en plus vers les tuyaux et de croire que la communication technique comblera les incommunications humaines. Hélas, il faut arriver à comprendre qu'il n'y a pas de lien direct entre le progrès technique et le progrès de la communication humaine, et que quels que soient les progrès de la technique, ce sont les échanges humains qui sont les plus importants.

Ma thèse est minoritaire dans le monde pour le moment, tellement les techniques sont fascinantes, mais progressivement on comprendra que l'essentiel est l'humain et on relativisera le rôle des tuyaux, quelles que soient leurs performances. Au bout du tuyau, il n'y a pas d'autres tuyaux, mais des Hommes et des sociétés. Les gens, un jour, brûleront l'ensemble des matériels qu'ils courent acheter.

**Pourquoi se pose la question de la place de l'écrit, du livre ?**

Parce que nous sommes dans une idéologie numérique. Les supports cohabitent pourtant depuis très longtemps. Quand la radio est arrivée, elle a déstabilisé la presse, idem quand la télévision s'est imposée, mais jamais au point du numérique et de l'informatique actuellement. On a pourtant bien besoin de toutes les techniques pour se comprendre. Aujourd'hui, l'idéologie technique l'emporte, hélas : si vous êtes intelligent et moderne, vous êtes devant un écran, si vous êtes bête et passéiste, vous êtes pour le papier. Voilà ce qu'on dit ! Si vous refusez de recevoir 250 mails par jour, on vous regarde comme un dinosaure.

**« Ce ne sont pas les tuyaux qui font la guerre mais les Hommes. »**

La question est de savoir si les tuyaux vont nous permettre de mieux cohabiter. Évidemment non. Cela n'apporte pas un millimètre de plus de respect d'autrui ou de paix parce que l'essentiel n'est pas la technique. Celle-ci permet de plus en plus de volume et de vitesse d'information, alors que l'intercompréhension et le respect de l'autre requièrent beaucoup de temps, de patience et de répétition.

### Que pensez-vous l'action de Culture Papier ?

Votre programme est très bien mais vous êtes trop poli, trop gentil, trop défensif ! Vous dîtes : « excusez-nous d'exister encore ! » Non ! Il faut mordre ! Il faut être mal élevé et argumenter ! Cette idéologie technique ne vaut pas grand chose! Je soutiens depuis longtemps les gens du papier. Il y a trois professions indispensable et qui sont en train de disparaître : archiviste, documentaliste et traducteur, trois métiers indispensables pour se repérer dans la connaissance et le dialogue des cultures.

J'admire le génie d'un traducteur qui est capable de gérer deux espaces mentaux différents. Alors que simultanément les algorithmes vont augmenter les contre-sens et les faux sens. Les multinationales et les chefs d'État le savent parfaitement. Ils recourent aux traducteurs pour éviter les faux sens ou les contre-sens qui peuvent avoir de graves conséquences.

### 71% des Français restent attachés au papier, que vous inspire ce chiffre ?

Les chiffres ne sont pas si mauvais que ça. C'est important de sortir de l'illusion de l'emprise de la modernité technique. Pourquoi y aurait-il un monopole des écrans ? Nous les subissons déjà 12, 13, 14 heures pour le travail, après dans les transports en commun et chez soi, on recommence.

## Pourquoi les activités humaines sont-elles à ce point englouties par les écrans sans aucune réaction critique ?

Si les parents pouvaient mettre les écrans dans le biberon des bébés, ils le feraient, car ils sont persuadés que c'est une preuve d'intelligence. Être internaute n'est pas une preuve d'intelligence. Même vis-à-vis de l'écologie, qui est une prise de conscience salutaire, on retrouve la même cécité. Personne ne parle du coût et des dégâts des industries électroniques en matière d'énergie. Il n'y a pas pire sourd que celui qui ne veut pas entendre.

### Pourquoi cette idéologie des écrans marche-t-elle si bien ?

Car elle représente la vitesse et l'interactivité. Et cela, à juste titre, nous fascine, mais il faut en sortir parce que les individus et les sociétés ne vivent pas à la vitesse de l'interactivité des tuyaux. Nous sommes très lents, regardez le temps qu'il nous faut pour accorder notre confiance, notre amour. Le nombre de négociations. Regardez les sites de rencontres : c'est très utile mais tout le monde ment. Tout commence quand on passe de la performance des écrans à la lenteur de la rencontre. C'est la troisième fois dans ma carrière que j'entends qu'avec l'IA, tout va changer.

*Dominique Wolton*

## Il est très important de rétablir l'histoire des sciences et des techniques pour relativiser, comparer.

Le business des pèlerinages est reparti, les abbayes font des cures de silence.

Aucun d'entre nous ne voudrait ralentir mais la vie et l'expérience vont probablement obliger à plus de modestie. C'est moins les tuyaux qui sont en cause qu'une forme de désespérance anthropologique. Oui à toutes les techniques, à condition de ne pas en faire une fin en soi. L'humain est toujours plus compliqué que la technique !

### L'idéologie numérique sera-t-elle l'enjeu politique du XXIe siècle ?

Il faut remettre les tuyaux à leur place. Le paradoxe est que cette technicisation croissante du monde aboutit non pas à plus de respect d'autrui, mais attise souvent la haine de l'autre. *Se voir facilement ne suffit pas à se respecter plus*. S'il n'y a pas un effort politique pour respecter l'autre, l'omniprésence des techniques et des performances peut au contraire susciter un phénomène de méfiance et de rejet. Trop de proximité ne suffit pas à se rapprocher parce que les différences sont réelles et demandent du temps pour être acceptées mutuellement. Étrange qu'il n'y ait aucune bataille culturelle et sérieuse pour réglementer les GAFAM et pour la question de leur place dans nos sociétés. L'Europe, qui aurait dû être en tête de tout cela, a été libre-échangiste pendant 30 ans. Désormais, elle essaye de mettre des amendes. L'Europe va être, sans le vouloir, le continent le plus en avant dans la bataille politique contre les GAFAM et c'est très bien. Je suis fier d'être Européen de ce point de vue-là, mais cela ne suffira pas. Le problème n'est pas seulement technique, économique et politique, il est aussi – et peut-être surtout – anthropologique. C'est le rapport à l'autre qui est fondamentalement en cause.

### Le combat principal se situe donc dans l'éducation et à l'école ?

Si jamais les GAFAM arrivent à convaincre les gouvernements que le « rendement » des professeurs n'est pas bon, qu'ils coûtent trop cher, et que grâce à une « personnalisation interactive » on pourra obtenir des résultats bien meilleurs, alors il y aurait une grande défaite de la pensée. Les gouvernements seraient tentés de réduire les professeurs à des « gardiens de parcs numériques »… Et cela coûterait moins cher.

Cela se joue entre la maternelle et le secondaire. Quant au milieu universitaire, nous n'avons guère de capacité critique. Il y a pourtant des enjeux de pouvoirs, d'argent, de viols des cultures. La bataille pour défendre l'écrit, c'est montrer que nous apportons autre chose. Nous n'avons pas à nous justifier d'être encore là. Il faut de l'humour et une certaine dose d'insolence car pour le moment, ce qui est une guerre culturelle et idéologique est perdu. Revaloriser la tradition, l'érudition, tout ce qui ne sert à rien et qui permet de prendre de la distance par rapport à l'encombrement du présent ! Même la génération des 15-30 ans en a besoin et réintroduit la cuisine, le tricot, le bricolage, le sport, et surtout les rencontres. « Perdre du temps » ensemble… Notre vision est à revoir. Nous devons lutter contre l'intolérance de la modernité.

# Le mot imprimé a plus de valeur que celui du flux

**Pour faire une Nation de lecteurs, Alexandre Jardin écrivain, co-fondateur de *Lire et Faire Lire* multiplie ou soutient depuis 20 ans toutes les initiatives qui mettent le livre et la lecture au cœur de la Cité.**

Plus on bascule dans un univers numérique, plus on a besoin de savoir ce qui est important et ce qui ne l'est pas. Et habituer l'être humain à lire des livres papier. Plus il y a de tablettes numériques plus il faut du papier, et plus il faut que l'on apprenne à nos enfants que le mot stable n'a pas la même valeur que le mot flux.

**Ce qui est important, ce qui a de la valeur, c'est ce qui est fixe et le monde numérique est un flux.**

Nos téléphones sont remplis de photos qui ne comptent pas puisqu'elles ne sont pas sur du papier. Lorsqu'une photo est importante, on l'imprime et le flux de photos dans lequel on vit ne va pas exister puisque c'est numérique. C'est pour cette raison fondamentale que je suis à l'initiative ou accompagnateur d'une foule d'initiatives qui visent à imposer le livre papier.

**Il faut soutenir tous les programmes qui mettent des livres en papier dans les mains des enfants.**

Peu importe que ce soit du Mac Do, du truc ou du machin, du moment qu'ils habituent les enfants à ce qui est l'écriture stable. Parce que la différence entre un livre imprimé en papier et ce que vous pouvez lire sur une tablette, c'est le flux. Puisque sur une tablette vous ne faites pas que lire, vous lisez essentiellement du flux. En tant qu'auteur, on n'écrit pas de la même manière un post qui va passer et ce qui va être imprimé sur du papier. Ça n'a pas du tout la même signification. **Sur le papier c'est fait pour durer des siècles, le flux c'est fait pour durer 5 minutes ou une heure, 24 heures. Le papier préserve le sens de ce qui est important et ce qui ne l'est pas.**

**Le papier a, en outre une énorme vertu, c'est que l'on achète quelque chose.** Quand Apple fermera…. Souvenez-vous lorsque vous étiez enfant ou adolescent, nous avions des ordinateurs IBM ; ils ont disparu ! Nous avions des portables Nokia, il y a quelques années ; Il n'y en a plus ! Toutes ces grandes compagnies soit décrochent soit perdent la main. Tout ce que vous avez acheté on ne sait pas où ça ira. Vous ne savez pas ce que vous achetez. Il y a un problème de propriété. **Quand vous achetez un livre en papier, vous en avez la pleine propriété.**

*Alexandre Jardin*

**Ce qui plaide en faveur du livre papier, c'est l'importance de la matérialité de la vie.**

Il faut qu'on apprenne à nos enfants que la vie est sensuelle. Nous sommes des animaux sensuels. Tout ne passe pas par le cérébral. Quand vous avez des objets chez vous, ce n'est pas simplement une propriété, vous vivez avec des objets. Vous vivez une vie matérielle. Et je pense qu'on ne peut pas bâtir une grande civilisation si nous n'avons pas ce sens-là. Le livre papier est absolument crucial. Mais **pour gagner ce combat, il ne faut pas sauter comme des cabris, il faut multiplier les portes d'entrées et les programmes.** Alliance avec les retraités, changement de modèle économique, passer par de la grande distribution, passer par tous les canaux.

**Puisque les écrans courent, nous devons courir plus vite en pensant autrement.**

Quand je dis 44 millions de livres avec Mac Donald's, c'est une invitation aux autres grands groupes français. Lorsque j'étais plus jeune, on allait chez Total, on faisait un plein et l'on repartait avec une BD. C'était en papier. **Je vous garantis que, dans un très grand nombre de nos banlieues aujourd'hui, les enfants ne savent plus qui est Astérix. Je parle d'Astérix !** Donc, si on veut une culture commune, des références communes, on ne va pas pouvoir passer uniquement par une distribution classique, à laquelle les gens éduqués sont habitués. Cela n'est pas vrai. **Pour gagner la bataille du livre papier, nous allons devoir passer par tous les canaux qui font vivre une société.** Ou alors se réfugier entre Happy few et considérer que les autres doivent être largués. Il ne vous a pas échappé que le pays est en train de se déchirer.

Dans ce contexte-là, **nous devons vraiment repenser nos outils de pénétration, dans le corps social, du livre papier**, comme par exemples, « Lire, c'est partir » qui implique un petit éditeur qui vend 2,5 millions de livres jeunesse à 80 centimes en bas des tours, ou le programme *Un livre avec le Happy McDonalds* [voir encadré].

Alors si l'habitude vient tant mieux ! Cela veut dire que tout va bien. Je vous invite tous à prendre des initiatives, puisque *« Lire et faire lire »* a été construit à la force du poignet avec la Ligue de l'enseignement, l'Union Nationale des associations familiales et puis tout un puzzle d'associations départementales. **Ces combats-là se gagnent par les organisations professionnelles.** /

## Un livre avec le Happy McDonalds a fait pénétrer 44 millions d'exemplaires dans tous les quartiers.

Le programme de ***Un livre Happy McDonalds*** a été concu et animé par Alexandre Jardin durant les deux premières années : *« Notre raisonnement a été de nous appuyer sur tous ceux qui ont un impact réel sur le comportement, et que des groupes à forte puissance sociétale comme Mac Donald's, fassent leur part. Cela fait maintenant 5 ans déjà, que le programme a été lancé avec un homme qui n'était pas le patron actuel de Mac Donald's mais qui y croyait. Inciter les personnes qui achètent ce qu'on appelle les « Happy Meals » pour les enfants, à prendre un album jeunesse, un véritable livre de qualité, imprimé édité par Hachette plutôt que le jeu en plastique. Nous en sommes aujourd'hui à 44 millions d'exemplaires qui ont été diffusés dans les quartiers où les Mac Do sont implantés, où il n'y a pas de maison de la presse, où il n'y a pas de marché du livre, où il n'y a pas de distribution du livre papier. Aussi,* ***je remercie Mac Do d'avoir fait sa part. Il n'y était pas obligé et quoiqu'il arrive les 60 millions d'Happy Meals, il les aurait vendus.*** *Des tas de gens vont dire : « oui mais Mac Do se fait une image ». Non ! ils ont utilisé leur image pour donner les livres, il ne faut pas inverser. Les gens ne rentraient pas dans les Mac Do pour acheter des bouquins. »*

## Trois questions à Perrine Lebrun Directrice de la communication Mac Donald's France

### Le livre est-il important pour Mac Donald's ?

A double titre. Il permet de partager des moments forts entre parents et enfants. Le livre est vraiment très apprécié des enfants - 68 à 70% préfèrent le livre au jouet - et de leurs parents. Aujourd'hui nous sommes chez 70% de familles françaises. **Et le livre ne se dématérialise pas. Également parce que justement c'est un vrai moment de partage, sans être sur une tablette.**

### Sont-ils réellement attirés par le livre ?

La question est légitime. **Notre enjeu - avec nos coéquipiers que nous formons pour cela - et c'est un vrai combat - est leur faire préférer la lecture, jusqu'au jour où l'enfant de lui-même choisira le livre.** Cela arrive de plus en plus, avec des premiers chiffres intéressants sur la préférence du livre pour les parents mais surtout aussi pour les enfants.

### Développez-vous d'autres actions pour le livre ?

En 2018, 650 restaurants ont organisé très régulièrement des ateliers de lecture, toutes les semaines ou mensuellement, et les équipiers viennent faire la lecture aux enfants, pour les habituer aussi au goût du livre, et évidemment à les habituer aussi à aller dans une bibliothèque, médiathèque etc. **C'est très important de les envoyer vers d'autres lieux de démocratisation de la lecture et du livre.**

# Le papier est le support adapté aux enjeux sociétaux du XXIème siècle

**L'analyse de Georges Sannerot, ancien président Bayard Presse**

## Le Livre Jeunesse, une responsabilité d'inventions

Il y a une phrase clé pour nous tous : « N'oublions pas la jeunesse ! » N'oublions pas les enfants parce que les enfants, eux, n'ont pas oublié ni la presse, ni le livre. Les deux plus fortes progressions des ventes de ces 10 à 15 dernières années sont les livres jeunesse et la BD. C'est aussi une production qui s'internationalise beaucoup car la création jeunesse est reconnue dans le monde entier. Par rapport à ce public, nous avons tous une responsabilité majeure qui est celle d'inventer, de faire naître, chaque année de nouveaux lecteurs du livre. Cela est fondamental. Que nous soyons parents, enseignants, éditeurs, auteurs, libraires, pouvoirs publics, imprimeurs, nous sommes tous mobilisés dans cette nécessité, cette urgence naturelle d'inventer des nouveaux lecteurs du livre physique.

## Imaginer ensemble les avenirs du Livre

Le « monde du Livre » - j'aime bien cette expression - est un écosystème très complexe, parce qu'il associe des gens très différents : des individus (auteurs, lecteurs) des entreprises petites ou moyennes (éditeurs, imprimeurs) mais aussi des grands acteurs au niveau mondial qui ont des positions intéressantes pour diffuser notre culture. Il semble important que tous ces acteurs travaillent ensemble pour définir des visions d'avenir du Livre (de l'écriture, à l'impression, à l'édition, à la diffusion jusqu'à l'appropriation du livre). Un écosystème complexe, s'il ne définit pas ses visions d'avenir, va donner une chance implacable à tous ceux qui veulent jouer la désintermédiation ou qui veulent simplification figée des choses.

## Nous avons des raisons d'espérer

Il y a aujourd'hui plusieurs initiatives qui vont dans ce sens. La précédente ministre a nommé un Commissaire général aux États généraux du Livre francophone, une occasion de se retrouver. Il existe des commissions techniques qui fonctionnent au sein des syndicats ou entre syndicats pour faire des avancées très significatives sur le livre au niveau de sa disponibilité - je pense à l'expérimentation de ClicEdit, un langage qui permet de mieux communiquer entre éditeur et imprimeur. Avec Jean-Philippe Zappa, qui a été nommé Ambassadeur du Livre de l'UNIIC, notre mission est de rencontrer les différents acteurs du livre pour échanger ensemble. Il se dégage de ces premiers contacts un désir de partager, même d'aborder des sujets dont certains difficiles. Il faut savoir donner sa chance à ce type de réflexion transversale.

Avec tout ce qui s'est dit aujourd'hui, c'est du domaine du possible à condition d'être innovant dans nos approches et manières, d'avancer sachant que nous œuvrons pour le même bien commun, c'est la création à la disposition de tous. /

# On ne lit pas qu'avec ses yeux, on lit avec ses mains

**La lecture et l'écriture changent beaucoup avec le numérique, avec notamment des inflexions cognitives et, voire, cérébrales. Jean-Luc Velay, du Laboratoire de Neurosciences Cognitives (LNC) du CNRS à Marseille détaille ses recherches sur les relations entre cerveau et écriture et, cerveau et lecture.**

## La matérialité du support de lecture compte.

Les écrans sont néfastes au plan visuel, c'est-à-dire qu'une exposition prolongée à des écrans induit des impacts visuels, sur lesquels je ne rentrerais pas.

Dès qu'on lit un texte long, de plusieurs pages, se pose la question du support sur lequel le texte a été écrit. Et jusqu'à présent le support c'était le livre papier, un livre papier qui fait 500 pages n'a pas exactement le même volume d'un livre papier qui fait 100 pages. Et à ce moment-là, l'interaction entre le lecteur et le support de lecture, entre le lecteur et le livre, commence à jouer un rôle. C'est-à-dire que **quand on lit un texte long, on ne se contente pas de mettre en jeu la vision, mais aussi sa motricité, en particulier sa motricité manuelle, ses mains et d'un certain point de vue, tout son corps.** C'est cet aspect physique qui intéresse mon équipe. Un livre papier de 500 pages a un certain poids, un certain volume etc. En revanche un livre numérique, qu'il fasse 500 pages, 2 pages ou 20.000 pages, a toujours exactement la même densité, la même taille, poids….

## L'espace du texte coïncide aussi avec le temps de l'histoire.

Premier constat, dans une lecture numérique, on a tendance à être égaré dans l'espace du texte. Si le texte est un peu long et si nous voulons revenir en arrière, nous avons plus de mal à le faire que sur un document papier où l'on est plus à l'aise pour aller et venir dans l'espace du texte, qui coïncide, aussi, avec le temps de l'histoire. Si la narration est linéaire, quand on se situe au début du texte, nous sommes au début de l'histoire. Quand on est à la fin du texte, nous sommes à la fin de l'histoire. Donc si on est un peu égaré dans l'espace, dans le volume du texte, nous sommes moins capables de nous repérer dans le temps de l'histoire.

Ces résultats nous laissent penser **qu'il y a quelque chose qui est dû à cette matérialité du papier, à cette tangibilité qu'on a moins avec un livre numérique.** Pourquoi ? Peut-être qu'on ne traite pas l'information de la même façon sur un livre papier et sur un livre numérique.

**Les informations paratextuelles et spatiales sur la manipulation des livres ont encore plus d'impact sur les lecteurs dyslexiques.**

Nous avons renouvellé l'expérience avec des lecteurs adultes dyslexiques, des gens qui, malgré leurs difficultés de lecture, ont réussi à faire des études supérieures, en université. Il faut qu'on comprenne les mécanismes compensatoires qu'ils mettent en place, ça peut être utile pour les enfants, et on a constaté que les lecteurs dyslexiques encore plus que les lecteurs ordinaires utilisent des informations qui ne sont pas dans le texte, qu'on appelle paratextuelles, informations spatiales sur la manipulation des livres.

## Eviter les conclusions hâtives : les impacts changent avec les générations

Par contre, au cours d'une expérience en cours d'analyse, on voit que la différence entre lecture sur papier et lecture numérique est moins marquée voire absente chez des adolescents. La conclusion, peut-être un peu trop hâtive, voudrait dire que quand on est adolescent, on utilise les informations de la même façon sur un livre numérique que sur un livre papier, mais **il faut être nuancé car d'une manière générale les adolescents sont moins bons lecteurs que les lecteurs adultes,** ce qui va un peu de soi puisque ce sont des adolescents, de 15 ans, des élèves de seconde.

**Le test de la chronologie et de la localisation d'une histoire policière**

Nous avons proposé à des lecteurs ordinaires de lire une histoire policière d'une trentaine de pages sur papier et sur tablette. A la fin de la lecture, des tests permettent de mesurer leur compréhension de l'histoire : sur la mémorisation, sur les relations entre les personnages, les lieux de l'histoire etc. Ce que nous avons constaté, c'est que **les lecteurs qui ont lu l'histoire sur le livre papier sont meilleurs pour localiser et les événements dans l'espace du livre** et pour recomposer la chronologie temporelle de l'histoire.

## Autre impact des écrans : l'apprentissage de l'écriture

Nous n'écrivons pas de la même façon sur papier et sur numérique. Si on apprend à des enfants de maternelle à écrire avec des claviers, ils ont plus de difficultés à reconnaître les lettres de notre alphabet que si on leur apprendre à les écrire à la main.

Quand on agit avec sa main pour écrire, on se construit une représentation motrice grâce aux gestes de l'écriture, et après très probablement, l'intérêt pour la lecture arrive, parce que **même si la lecture est une activité visuelle, notre cerveau apprend à associer le geste et la vision**, et quand on voit, on réactive quelque chose en rapport avec le geste.

# Il faut réfléchir aux valeurs que nous voulons transmettre à nos enfants

**Présidente de la Maison du langage* et orthophoniste, Véronique Boudji ne constate pas d'impact particulier des écrans sur l'enfant, lorsqu'il y est exposé d'une manière raisonnable. Par contre, elle note que peu de parents connaissent les possibilités de restrictions d'usage, prévues par les fabricants afin de protéger leurs enfants. Elle souhaiterait que soit imposé aux fabricants de remettre une notice explicative à l'usage des parents, pour une protection plus efficace des enfants en fonction de leur âge.**

Après la phase de séduction des smartphones et tablettes, nous sommes désormais dans une phase de régulation des usages. **J'ai envie de dire tout va bien, pas de panique.** Ce constat s'appuie sur près de 33 années d'expérience, des centaines d'enfants rencontrés, certains avec des pathologies, mais aussi beaucoup de parents et d'enfants sans pathologies venus participer à mes actions de prévention dont mes ateliers langage autour du livre.

## Sur le terrain les questions des parents évoluent

Que ce soit dans les milieux favorisés ou défavorisés, nous observons les mêmes travers ; des mamans ou des papas très occupés, qui donnent le portable à leurs enfants pour avoir un peu de calme. Ou bien encore, des personnes n'ayant pas grandi en France et qui pensent bien faire en proposant la tablette aux enfants pour qu'ils apprennent rapidement l'alphabet, les chiffres... pour réussir à l'école. D'autres parents croient encore qu'un bébé peut s'ennuyer et que ce n'est pas bon pour lui, le mettre devant un écran les rassure mais je leur réponds : *« un bébé ça ne s'ennuie pas, il explore, il manipule les objets pour les découvrir, il se déplace pour visiter les lieux... Bébé est toujours occupé ! ».*

## Il faut réfléchir aux valeurs que nous voulons transmettre à nos enfants.

Je n'ai pas rencontré de très jeunes enfants addicts aux écrans tel que ce terme d'addiction peut être défini médicalement. Par contre, **j'ai rencontré des parents en mal avec leur parentalité pour différentes raisons : sociales, de santé, économiques, familiales. Il est alors important de communiquer sur la question des écrans, avec eux.** Mon rôle peut être de les informer sur l'importance donnée au langage dans notre société, la nécessité de parler avec leurs enfants, d'échanger, d'encourager leurs enfants à se questionner sur leur environnement afin de leur faciliter leur inclusion scolaire future.

## Les écrans sont des outils

Ils permettent de découvrir ensemble des jeux ou qui soutient les apprentissages, à la seule condition de guider l'enfant dans ses usages et non de le laisser l'utiliser seul, dès le plus jeune âge. **Réfléchir ensemble à leurs valeurs familiales, les aide aussi à mieux gérer cet "invité" dans la famille et à poser des limites gérables pour chacun de leurs enfants en fonction de leur âge.** Les petits ne peuvent pas jouer aux mêmes jeux que les adolescents, ce n'est pas une évidence pour tous, malgré les recommandations PEGI notées sur les jeux. J'ai rencontré quelques enfants traumatisés par des images qu'ils avaient vues et dont ils n'avaient pas osé parler à un adulte, heureusement les mots ont été là pour les aider à donner du sens à ce qui les avait choqués. Je dirai que mon rôle d'orthophoniste s'est élargi avec l'arrivée des nouvelles technologies, **le sujet de la protection des enfants vis à vis des écrans est maintenant souvent abordé dans les prises en charge au même titre que l'importance de parler avec son enfant.**

## La carence d'informations sur les restrictions possibles d'usage des tablettes et smartphones est une réalité choquante : les familles doivent savoir comment protéger leur enfant des dangers d'internet.

Les associations de consommateurs devraient agir pour imposer aux constructeurs de vendre avec leurs appareils, une notice explicative écrite. Tous ces appareils vont sur internet, le contrôle parental de chez soi ne suffit pas, internet se capte n'importe où. J'ai moi-même fait les frais d'un manque d'information avec mon enfant le plus jeune, je ne savais pas à cette époque qu'il était simple d'entrer dans les réglages de mon iphone pour restreindre les accès aux vidéos, livres, magazines et bien d'autres choses encore, en fonction de l'âge. Mais qui le sait ? **Il serait si simple de donner un avertissement et des explications accessibles en vendant l'appareil pour protéger les enfants !** Culture Papier pourrait peut-être nous aider à faire évoluer la situation pour le bien de tous ?!

Et je constate que le livre et le papier continuent de faire rêver petits et grands. Je dirai donc que les outils numériques ne font qu'ajouter de nouvelles manières de jouer et de lire. Les livres peuvent devenir interactifs, amusant non ?! Alors pas de panique, régulons nos usages, informons, formons-nous et profitons des avantages de l'écran sans en abuser !

**L'association de prévention des troubles du langage s'adresse au grand public, aux professionnels de l'enfance et de la petite enfance. www.maisondulangage.fr*

**Témoignage de terrain**

## Patrice Franceschi, écrivain, auteur de Dernières nouvelles du futur.

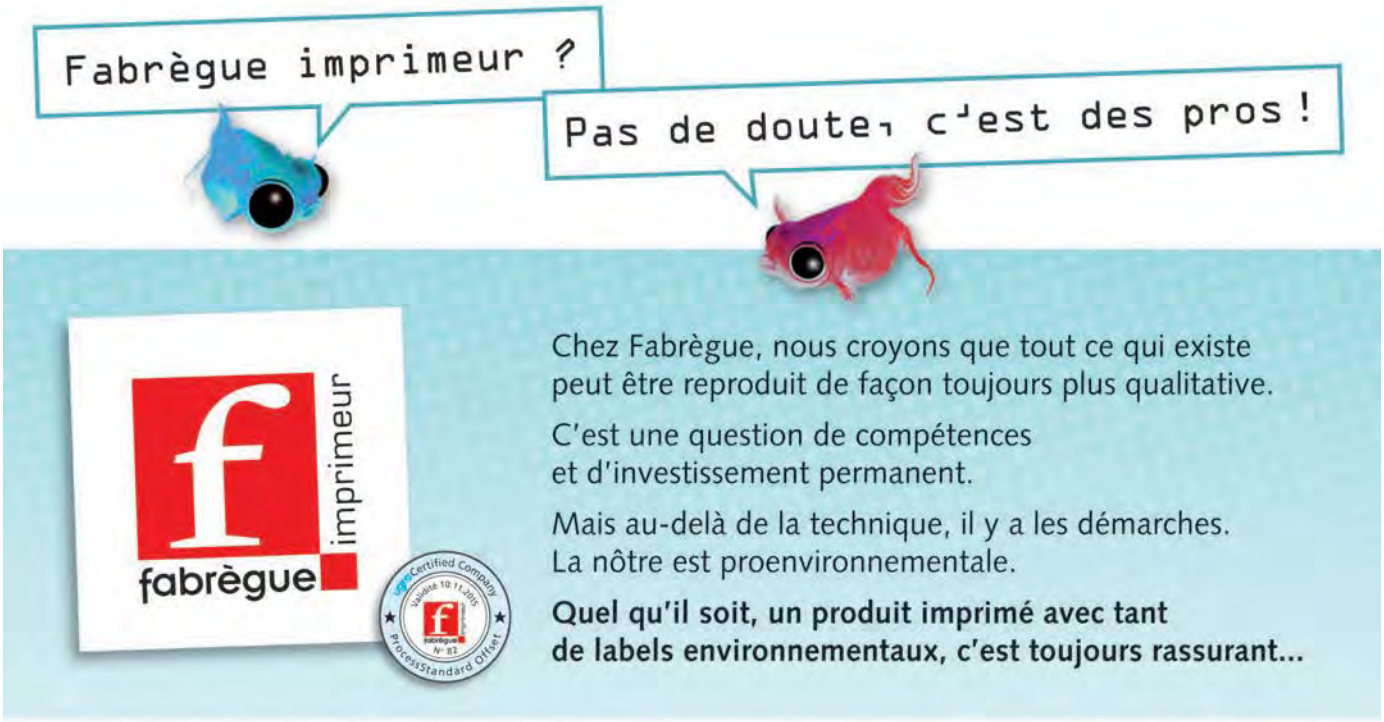
L'écriture de son récit fictionnel sur le front de la bataille de Mambij, auprès des Kurdes de Syrie, s'est imposée malgré des conditions extrêmement difficiles qu'il qualifie d'« apocalyptiques ». C'est sur papier, et sous les bombardements, qu'il écrit les 14 fables de son livre. Il témoigne de cette expérience extraordinaire où il a retrouvé la différence entre écrire à la main et écrire sur ordinateur.

### On n'écrit pas de la même manière, effectivement, à la main, même dans des circonstances difficiles.

Dans une société où on lit de moins en moins - le peu qu'on lit c'est sur du numérique - l'écrit a étrangement pris une importance inédite. Et le statut d'écrivain, celui qui met des « choses » sur le papier, est devenu si enviable que tout le monde est saisi par le désir de publier - sur du papier, cela va sans dire, pour bien fixer les choses et ne pas être emporté par le flux du numérique, si instable.

Depuis deux-trois ans, **avec la libération progressive des territoires kurdes, on assiste à la ré-institution de librairies, de bibliothèques, et la présence des livres fascine cette jeunesse qui n'en n'avait jamais vu, ou si peu.** Je reste donc optimiste sur l'avenir du papier parce que, dans une société en guerre, comme celle des Kurdes, qui n'a pas le même rapport que nous avec le numérique et l'écrit papier, la découverte du livre, dans une sorte d'imaginaire collectif, est devenue plus importante que n'importe quoi. Le livre, c'est solide, palpable, charnel, ça « dit » quelque chose. Et si en plus c'est un bel objet, on veut se l'approprier...

Bernanos a affirmé que le monde moderne serait une conspiration contre la vie intérieure. Au fond quand on retire sa tablette à un enfant, on lui épargne ce mal. On lui redonne cette idée que **la première source de liberté demeure le dialogue avec soi-même**, avant même la communication avec les autres - et que ce sont les deux, corrélés ensemble, qui produisent quelque chose. Il en ressort aussi cette idée qu'il y a des choses sacrées dans la vie pour lesquelles il faut se battre. Pour moi, écrivain, le livre papier, et surtout la relation que nous tissons avec lui, possède ce caractère sacré ! De surcroît, le papier apporte une stabilité qui fait défaut à tout ce qui est virtuel ou digital. Je crois que rien n'est perdu, mais il faut mener bataille...



# Le digital porte en lui aujourd'hui une part de « fake » qui envahit la société

**Témoignage d'un expert en stratégie de communication de marques**

## Trois questions à Guillaume Pannaud, Président du groupe de communication TBWA France.

### Comment évolue l'usage du papier dans les stratégies de communication des marques ?

**En 10 ans (2008-2018), l'investissement publicitaire presse est passé de 35% à 13% alors que le web de 12% à 39%.** Ces chiffres sont des grands indicateurs du marché. Il atteint le plus bas niveau d'une approche quantitative. Car il n'y aura pas à terme, la complète substitution du support papier par rapport au digital.

D'une manière qualitative j'observe avec intérêt que nombre de gros annonceurs, dont Mac Donald's avec qui je travaille, commencent à reconsidérer le poids du digital dans leurs investissements. Pour une simple raison : **Il existe une opacité autour de l'efficacité du digital qui commence à être dénoncée au niveau mondial, qui ne l'est pas encore suffisamment en France.** Mark Richards patron monde du marketing de Procter & Gamble, le plus gros investisseur mondial en matière de communication avec publicité considère que **40% des audiences vendues sur le digital n'existent pas en réalité !** Pour l'essentiel ce sont des *« robots cliqueurs »* basés en Europe de l'Est.

Si nous voulons aller plus loin dans le combat, et je commence à aller dans le subjectif, il y a un point sur lequel vous devez vous défendre, c'est que le **digital porte en lui aujourd'hui une part du « fake » qui envahit la société** à l'image de fameux « fake news » du Président Trump. **Il y a un combat autour de la vérité du papier qui devrait être mené.** Car on a probablement plus de mal à écrire n'importe quoi quand on imprime qu'à écrire n'importe quoi - de surcroît anonymement - dans le flux.

### L'imprimé publicitaire est très attaqué, souvent pour de mauvaises raisons. Est-il remplaçable ?

Pour être franc, aujourd'hui, il n'y a pas un seul de mes annonceurs qui n'ait pas envie d'arrêter les tracts, pour une question de coût. Maintenant la bonne nouvelle c'est qu'ils ont été nombreux à essayer. Le dernier en date que je connais bien, c'est Serge Papin quand il était à la tête de Super U. Il a fait une tentative de diminution qui s'est soldée par 14% de moins sur les ventes. Donc, ils continuent tous, j'allais dire malgré eux. Vous avez encore pour vous en tant qu'industrie **le fait générationnel, c'est-à-dire la génération de la « silver économie » encore très attachée aux tracts et qui pèse 30% de l'économie française.**

Mais la jeune génération est beaucoup moins attachée ou en tout cas beaucoup moins influencée par ses tracts publicitaires. Le point de bascule qui vous sera défavorable sera le moment où le paiement basculera sur mobile. Là, les distributeurs auront accès aux données personnelles individuelles et donc pourront sophistiquer, dans des proportions très importantes, les messages qu'ils adresseront à leurs clients. On le voit en Chine, où les paiements passent tous sur mobiles avec « Alipay » et où les supports papiers promotionnels n'existent absolument pas.

*Guillaume Pannaud*

### La spécificité du média papier n'a-t-elle pas un atout à jouer ?

Je suis, malgré tout, venu avec une bonne nouvelle ; une étude récente sur l'indicateur Bêta qui mesure la moyenne de mémorisation des messages publicitaires, c'est-à-dire la probabilité pour qu'un message soit mémorisé en fonction du nombre de fois où il va passer et ce, selon les médias.

La meilleure mémorisation, autour de 90%, se passe au cinéma, parce que nous avons une audience captive, puis vient la télévision. Le moins bon des Bêtas reste le digital avec 5%. **Vous devriez vraiment utiliser en complément l'Alpha qui lui mesure de l'attention.** Les résultats média par média vous sont très favorables : la valeur d'attention, pour le cinéma est de 61%, pour le média presse 40%, pour la télévision 38%, la radio 32%. Le digital tombe à 21% ou 22% suivant les bannières ou la recherche internet. **Le coefficient d'attention du papier est deux fois supérieur à celui du digital.**

Mon métier consiste à laisser une trace, à cristalliser les imaginaires, à développer un langage commun sur une marque. Si je parle de Nike, on verra tous la même chose parce qu'on est d'accord sur l'imaginaire qui entoure cette marque-là. **Je ne crois pas à la création d'un imaginaire dans le flux, parce que le flux ne fixe rien. Et là où le papier aide énormément car le papier sédimente, c'est le papier pose.**

# Contrat de lecture, investissement dans la création et écosystème français

**Avec ses 1.2 millions d'abonnés en presse jeunesse, soit un enfant sur deux qui lit l'un de ses 20 magazines dès l'école primaire, Pascal Ruffenach, Président du Groupe Bayard explique les trois raisons du succès de ses deux grandes marques, Bayard et Milan.**

## Un contrat de lecture, entre un public et un éditeur

Aborder la presse c'est s'intéresser à l'inquiétude et au stress des enfants, des adolescents. Apprendre à parler, apprendre à lire, apprendre à vivre en communauté, découvrir son identité sexuelle… Ce sont des angoisses que découvrent aussi les parents au travers de leurs enfants.

Des histoires sont indispensables pour construire son imaginaire. Chacun de nos magazines - « Popi » « Astrapi » « Phosphore » « Okapi » - répondent à une inquiétude. Il faut toujours partir des plus fragiles et des plus faibles, pas de ceux qui savent lire déjà à 4 ans ou à 5 ans, mais de ceux qui vont avoir du mal à lire à 8 ans, à 9 ans. C'est à partir d'eux qu'il faut penser les conditions même de production des écrits. Dans les années 70, nous travaillions avec l'orthophonie, sur l'interlignage, l'importance du blanc sur les côtés parce que le regard tourne et revient etc., la taille des caractères, la syntaxe des phrases, la grammaire… Ce savoir permet que plus de 150.000 enfants abonnés (2,5 millions de lecteurs) peuvent se réunir autour d'une même histoire, partager leur imaginaire.

## L'investissement dans la création

Le groupe Bayard fait travailler des milliers d'illustrateurs et d'auteurs. Si aujourd'hui il y a une création fabuleuse sur internet, au papier de faire appel à ces créateurs pour qu'ils aient envie de venir, envie de créer sur le support imprimé.

## L'existence d'un écosystème de la vente au numéro au prix unique du livre

Le dispositif extraordinaire de la vente au numéro, gratuit, libre d'accès, démocratique est unique en Europe. Ce n'est pas le cas en Allemagne, pour chaque point de vente, il faut payer l'accès. Chaque éditeur allemand n'a pas les mêmes droits, ni les mêmes capacités. De plus, en France, un éditeur a la chance de pouvoir être distribué par la Poste et d'arriver en boîtes aux lettres. Ce n'est aussi pas le cas dans d'autres pays.

Pour le livre, il faut évidemment des imprimeries et l'écosystème extraordinaires des librairies en France, protégées par la loi sur le prix unique qui a permis également de préserver la création.

Nous avons aussi la chance d'avoir les enseignants qui nous suivent. Les bibliothèques connaissent des difficultés mais le réseau est important. Nous devons être en contact permanent avec les nouvelles générations d'enseignants car il existe un risque que cette culture que nous défendons, de la presse, du livre, ne devienne une forme d'aristocratie moderne, avec une séparation entre les plus fragiles qui iront sur YouTube et les réseaux sociaux, et ceux qui ont les moyens culturels.

## Écrire, Lire et Vivre.

**Témoignage de Matthieu de Vilmorin, Président de Schizo ? … Oui ! Faire face à la schizophrénie.**

Il m'a fallu passer par la folie pour revenir dans le Monde moderne actuel. Je me suis approprié la devise du Royaume des Pays-Bas : « Je maintiendrai ». Certes, cette souffrance est absolument insupportable lorsqu'elle vous tient mais j'ai pu extraire ma tête de l'étau de la souffrance psychique. Et l'un des outils qui m'a permis cette extraction a été mon écriture manuscrite sur du papier.

C'est justement cette part inaltérée de mon être qui a résisté au schize (la fracture du raisonnement) avec le réel qui m'entourait. Je dois mon bien être et ma vitalité d'aujourd'hui à la faculté que j'ai développée de ne garder aucun ressentiment et de croire en la Vie avec un grand V.

Cette résistance est une réponse à l'accélération grandissante qui pousse les êtres hors d'eux-mêmes et qui participe ainsi à la perte du sens de la Vie.

Donc Écrire - Lire participent à une définition de notre Humanité. Tant écrire et écrire « introspectivement » que lire de la poésie ou de la littérature du for intérieur – deux actes libres (et quasiment gratuits) !

C'est une solution au mal vivre d'aujourd'hui. Écrire et Lire sont efficaces et agissent en profondeur pour celui qui cherche à se restaurer.

Il serait urgent de prescrire ces remèdes à ceux qui souffrent de la dérive du Monde Moderne.

À quand le retournement ? À quand ce retour à soi et à Dieu (car ces mouvements vers soi et vers l'âme procèdent de la même dynamique) ?

Auteur des : ***Lunatiques - mon séjour chez les fous,*** *Bayard, janvier 2018.*

# Vous recherchez l'art du contraste ?

Au cours des deux dernières décennies, la gamme Print Speed s'est imposée comme la référence dans le monde des papiers non couchés offset et pré-imprimés. Que ce soit pour des textes, des photos ou des illustrations plus élaborées, Print Speed et Print Speed laser-jet renforcent les contrastes pour sublimer tous vos documents imprimés.

Et parce que les contrastes sont partout, consultez Antalis, tout simplement !

www.antalis.fr

Print Speed®

antalis EM
Just ask Antalis

# À vos agendas

**5 au 7 février**

*C!Print Euroexpo Lyon* - **www.uniic.org**

**mardi 5 février**

***Petit-déjeuner Culture Papier : Le média papier est-il un média efficace pour la philanthropie ?***

Alors que les associations caritatives souffrent d'une baisse inédite des dons des Français et des entreprises, l'efficacité réelle des outils de collecte est elle aussi interrogée. Au-delà des effets de mode, la philanthropie ne se réinvente-t-elle pas aussi avec les médias classiques ?

**Inscription sur www.culturepapier.org**

**12 et 13 février**

***All for Content – New Cap Event center – 75015 Paris***

Les solutions et les applications pour la Création, la Gestion, la Production, la Diffusion et la Monétisation du contenu de marques à 360° valorisant papier et numérique

**www.allforcontent.fr**

**15 au 18 mars**

***Livre Paris - Parc des expositions de la Porte de Versailles***

Grand public, professionnels du livre, amoureux de la lecture et Culture Papier se donnent rendez-vous notamment le 15 (14h-15h) pour un atelier dédié à des aspects du livre objet.

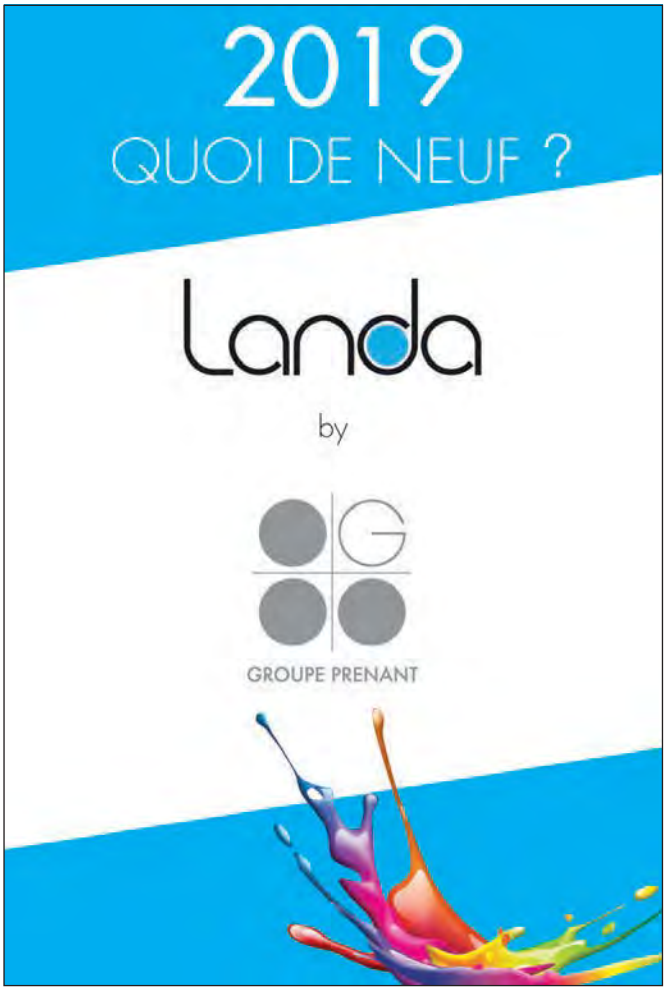
**www.livreparis.com**

**23 et 24 mars**

***Expo Presse 2019 - Parc des expositions de la Porte de Versailles***

Le salon des marchands de presse se dote d'un espace entièrement dédié à l'innovation dans le point de vente qui accueillera experts, universitaires pour anticiper les enjeux du drive to store.

**www.expopresse.fr**



# Maud Argaïbi

## Lauréate du Grand Prix de la photographie du patrimoine gastronomique



Elle a commencée sa carrière sur le terrain comme chef cuisinière, formée à l'Ecole Supérieure de Cuisine Française dont elle sort major de la promotion 37, puis comme créatrice de l'entreprise, *Les dîners d'Eloïse.* En côtoyant les grands noms de la gastronomie française comme Yannick Alléno et Alain Passard, Maud Argaïbi découvre son véritable domaine d'expression, la photographie culinaire. Forte de ses expériences gourmandes, la passion culinaire s'est transférée au fil des collaborations prestigieuses et créatives à celle de l'image réalisant des clichés publicitaires et éditoriaux.

Pour le 9ème Festival International de la Photographie Culinaire qui avait pour thème « La cuisine du Bonheur » Maud Argaïbi et sa sœur, Lucie Lorrain, styliste culinaire, ont cherché à reproduire des sensations et des souvenirs d'enfance. Leur mise en photo des trois verbes : « Cuisiner », « Déguster », « Partager » avec sobriété, gourmandise et élégance a séduit le jury du Grand Prix de la photographie du patrimoine gastronomique, co-présidé par la Sénatrice de Paris Catherine Dumas et Olivier de Tilière, directeur de la rédaction du Journal du Parlement. *PdF*

www.maudargaibi.fr

*Le bonheur de déguster : Œuf à la coque et ses mouillettes*

*Le bonheur de cuisiner : camembert rôti au miel.*

# Bonnes tables
# Saveurs d'ailleurs à prix modérés

## Ma Goldo

Dans le quartier tranquille du 16ème arrondissement près de la Porte Dauphine, Ma Goldo est un restaurant d'amis, de copains où il fait bon se réunir pour déguster une excellente cuisine italienne concoctée par le chef napolitain, Vincenzo Stravino. Le décor cosy aux banquettes bordeaux et crème - le soir avec une ambiance tamisée – est animé de photos d'artistes italiens et de polaroids laissés par des clients visiblement heureux de leur passage. Reconnaissance très compréhensible tant les patrons Philippe Goldberg et Charles Agniel (déjà propriétaire du restaurant Charlot à Deauville) sont au petit soin pour vous faire voyager avec de délicieux antipasti faits maison, des pizzas somptueuses et un florilège de pasta dont une aux truffes qui fait la renommée de l'établissement, sans oublier un vrai vitello tonnato. Un tiramisu aérien terminera le repas dans cette ambiance conviviale !

Ma Goldo, 18 rue Dufrenoy - 75116 Paris
Tel: 01 45 03 45 67
**fr.facebook.com**

*Charles Agniel, Vincenzo Stravino et Philippe Goldberg vous acceuillent au Ma Goldo*

## New Jawad

Depuis quelques années déjà, Monsieur Nazim règne en maître sur les restaurants indo-pakistanais de Paris. A la tête de trois établissements, il sait proposer une cuisine de qualité, goûteuse, parfumée. Le New Jawad se situe à quelques encablures du CESE et du Musée Guimet. Tables espacées, décor chaleureux, on s'y sent instantanément bien pour les découvertes concoctées par Mr Nazim.

Côté carte, on peut débuter par une spécialité du Penjab, les « samossa », des beignets en forme de triangle à la viande ou aux légumes puis poursuivre par des crevettes Shaï Korma servies dans une sauce crémeuse ou si l'on cherche plus d'épices, le poulet Punjabi. Différents pains au choix accompagnent le repas : au fromage, à l'ail, aux légumes… Enfin il serait dommage de faire l'impasse sur les desserts, du gâteau à la carotte ou aux rafraichissants Lassi.

Menus 20€, 25€. Carte : 35€. Ouvert tous les jours
30 rue de Longchamp - 75116 Paris
Tel : 01 47 27 24 14
**www.newjawadlongchamps.fr**

## Makham Thaï

Dans le quartier des grands boulevards, au cœur du 9e arrondissement, dans un décor simple mais ponctué de quelques objets dépaysants, le jeune San Chao conseille ses clients dans le labyrinthe des plats thaïlandais plus ou moins épicés mais toujours savoureux et parfumés. Parmi lesquels on peut retenir la Soupe de poulet, noix de coco et galanga ; le padthaikung - nouilles aux légumes, crevettes et cacahuètes une des spécialités du chef… Pour finir avec un délicieux flan thaï au coco.

Menus 14,50 ; 17,50€ ; 21€.
Ouvert tous les jours sauf le dimanche midi.
*11 rue Montyon – 75009 Paris.*
**Tel : 01 47 70 40 95**
**www.makhamthai.fr**

# Des livres et des idées



## Thibault de Montalembert
### Et le verbe se fait chair
***L'observatoire, 136p. 16€. Récit***

*« La littérature a toujours été pour moi ce lieu où l'imaginaire se déployait et prenait son envol ».* C'est ainsi que conclut Thibault de Montalembert, ancien sociétaire à la Comédie française, et désormais le célèbre agent Mathias Barneville dans la série Dix pour cent, dans ce petit opus dédié aux lectures qui l'ont construites. Elles ont suivi les dédales de sa vie et des êtres qui l'ont marqué : son père, son frère Hugues, ses maîtres d'apprentissage théâtral – Marcelle Tassencourt, Patrice Chéreau… À l'appel : Alexandre Dumas, Le Club des Cinq ou les album de Lucky Luke, qui l'aidèrent à combler sa solitude, puis *« Le Comédien désincarné »* de Louis Jouvet et bien sûr les auteurs de théâtre : *« Molière, Racine, Corneille en premier »* ; Tchekhov, von Kleinst, côtoient *Les mystères de Paris* d'Eugène Sue, sans oublier les romans enregistrés du *Voyage dans le passé* de Zweig à *Parlez-leur de batailles, de rois et d'éléphants* d'Enard. Un récit alerte qui rappelle ce que l'on doit à la littérature, formatrice dans l'enfance, indispensable tout au long de la vie.

## Christophe Barbier
### Le monde selon Sacha Guitry
***Tallandier, 304p. 19,90€. Biographie***

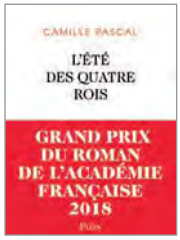
Les amoureux du théâtre et particulièrement ceux de Sacha Guitry ne doivent pas manquer cette plongée dans l'univers de celui qui incarne un esprit français dans tout son sel, sa verve et son ironie décapante. Ce monde est découpé en chapitres : Sacha Guitry et… les femmes, le diable, la politique... Avec en prime une certaine idée du théâtre et de la France croquée avec brio et légèreté.

## Pauline Delabroy-Allard
### Ça raconte Sarah
***Éditions de Minuit, 189p. 15€. Roman.***

L'histoire d'une passion dévorante entre une professeure de lycée, mère d'une petite fille, vivant une existence policée et Sarah premier violon, libre, exubérante, vivante.
Pauline Delabroy-Allard raconte un vertige, une chute rythmée par le quatuor de cordes

de Schubert dans un style sauvage, brut, percutant, écrit en chapitres plus ou moins courts mais qui touchent leur cible à chaque fois. On comprend que le roman ait séduit les membres du jury du « Prix du Style » qui l'ont choisi pour être leur lauréat 2018.

## Camille Pascal
### L'été des quatre rois
***Plon, 643p. 22,90€. Roman.***




Juillet 1830, Charles X publie trois ordonnances, réduisant la liberté de la presse, l'accès au droit de vote et dissolvant la Chambre, qui entraineront sa chute et l'avènement de Louis-Philippe.
Agrégé d'histoire, Camille Pascal a été collaborateur de plusieurs ministres et conseiller du président Sarkozy. Il décrit parfaitement, d'une écriture fine et ciselée, les rouages de la révolution des *« Trois glorieuses »*, l'aveuglement des puissants et la colère du peuple. Avec toutes une galerie de portraits des « stars » de l'époque : Dumas, Châteaubriant, Thiers, Hugo… Un roman à lire en ces temps troublés et qui a reçu le Prix de l'Académie française.

## Patrick Bézier
### Sauver la culture. Protéger pour mieux créer.
***Nevicata. 96p. 9€***

L'appel à la solidarité et à l'imagination pour sauver ce bien commun fragile qu'est l'impertinente exception cultuelle française, vient de Patrick Bézier. L'ancien président d'Audiens Care, groupe de prévoyance dédié aux métiers de la Culture, se refuse qu'elle soit en voie de disparition, sous les coups de la marchandisation et de la gratuité pronées par les GAFAM. Les solutions existent sans abdication de l'essentiel. *« Notre mobilisation pour la défendre, mais aussi pour l'expliquer et la repenser pour le rendre plus pertinente et efficace doit être générale. »*

## Olivier Rey
### Leurre et malheur du transhumanisme
***Desclées de Brouwer. 196 p. 16.90€***

La seule façon de ne pas céder au *« fantasme mégalomaniaque et enfantin »* du transhumaniste est d'en décortiquer méthodiquement les contradictions et les fausses promesses d'un homme augmenté et libéré de toutes ses - ô combien handicapantes - contraintes naturelles. Avec érudition, clarté et beaucoup d'ironie pour cette utopie portée par tous, sauf des biologistes, le philosophe oppose les vertus de notre précarité, la chaleur de la relation à l'autre et assume la responsabilité de notre communauté de destin. Il est urgent de lire cet humaniste qui nous exhorte à retrouver le « courage d'avoir peur » : *« Pour être à la hauteur de ce qui vient, ce ne sont pas d'innovations disruptives, de libertés morphologiques ni d'implants dont nous aurons besoin, mais de facultés et de vertus très humaines.»*

## Zenon Mezinski
### L'arbre dans la peinture
***Mazenod Citadelles. 192 p. 59€.***
***Livre d'art.***

Le constat est plutôt paradoxal. Malgré son omniprésence comme motif essentiel de notre environnement visuel, *« l'arbre est,* selon Zenin Mzeinski, *le grand absent de l'histoire du paysage dans l'art. »* Son récit très érudit comble un vide, celui de *« la fabrique de l'arbre »* dans nos représentations. Son langage pictural ne cesse de se renouveller depuis l'art antique à celui du XXIé siécle. Avec force d' illustrations éclairantes, Zenin Mzeinski montre comment l'arbre passe d'une dimension décorative, *« un objet prêt à peindre »* à la fonction symbolique qui « annonce par sa seule présence, celle de la nature même. » N'ayant de cesse d'informer et élaborer notre propre conception du monde. En effet, aujourd'hui conclut l'auteur *« Le paysage devient le lieu de l'introspection et l'arbre un motif d'identification pour l'artiste. »* Et une médiation stimulante pour le regardeur.

# Réponse à Monoprix

## Monoprix annonce la fin des catalogues papier au bénéfice de l'environnement : stop au greenwashing et aux idées reçues sur l'imprimé publicitaire !

Monoprix, par les déclarations de son président Régis Schultz, annonce l'arrêt de la distribution de ses catalogues papier au nom d'*« une meilleure préservation de l'environnement »* et au profit *« des outils de communication clients bien plus responsables »*. Cette annonce, qui ne respecte pas la réglementation et les normes en matière de communication environnementale et repose sur des chiffres incomplets et inadaptés, joue à bon compte la carte des idées reçues.

**Two Sides et Culture Papier, deux associations engagées pour la performance environnementale du papier et de l'imprimé, souhaitent alerter sur le greenwashing qui consiste à opposer - sans étude sérieuse- l'impact environnemental du papier et du digital.** L'arrêt unilatéral du papier n'est-il pas d'abord pour l'entreprise un moyen d'économie dans des temps difficiles ? Cette annonce ignore en outre les deux autres piliers du développement durable, que sont les enjeux économiques et sociétaux associés à l'abus de communication digitale, laquelle vise à rendre clients nettement plus captifs par des relations commerciales intrusives.

**Rappel de quelques vérités sur l'imprimé publicitaire**

- **Performant du point de vue de la lecture :** 68% des français lisent au moins un prospectus par semaine (source Balmétrie, sur12 000 interviews réalisées par Ipsos et process labellisé par le CESP).
- **Responsable d'un point de vue économique :** les entreprises concernées assument déjà leur responsabilité environnementale et financière à travers leur contribution à la filière REP de recyclage des papiers graphiques (plus de 80 M€ d'écocontribution versés en 2017) et via le rachat par les entreprises papetières des déchets de papiers (à hauteur de 120 M€ en 2017, versés notamment aux collectivités locales) qui permettront de produire des papiers recyclés dans une logique vertueuse d'économie circulaire locale.
- **Responsable du point de vue des forêts :** 94% des imprimés sont produits en 2017 de manière responsable, 54% à partir de bois issus de forêts gérées durablement, et 40% produits avec du papier recyclé. Contrairement à une idée reçue très répandue, le papier ne contribue pas à la déforestation, puisque la surface des forêts européennes est en croissance : elle croît chaque année de 660 000 hectares et que la superficie totale disposant de certification de gestion forestière ne cesse d'augmenter.
- **Efficace du point de vue du recyclage :** Il est produit à partir d'une ressource renouvelable, gérée durablement, et parfaitement recyclable, avec un taux d'environ 70%, très largement supérieure aux 20% des métaux contenus dans les DEEE (déchets d'équipements électriques et électroniques) passant par des circuits officiels de recyclage (Source : Université des Nations Unies 2017). Seulement 1% des métaux rares contenus dans les DEEE sont recyclés (source CEE),
- **Solidaire du point de vue de la responsabilité environnementale :** à travers la contribution des parties prenantes à la filière REP de recyclage des papiers graphiques *(plus de 80 M€ d'écocontribution versés en 2017)* et via le rachat par les entreprises papetières des déchets de papiers *(à hauteur de 120 M€ en 2017, versés notamment aux collectivités locales)* qui permettront de produire des papiers recyclés dans une logique vertueuse d'économie circulaire locale. Le support imprimé est donc issu d'une ressource renouvelable, recyclable, et gérée de manière responsable.

**« Les outils de communication clients digitaux » soi-disant « bien plus responsables » sont soumis à des obligations environnementales largement insuffisantes en matière de développement durable.**

Les contraintes de la RGDP européenne justifient largement les pratiques constatées d'hameçonnage et l'exaspération des internautes face au harcèlement publicitaire sur internet. De fait, si **le 'Stop Pub' est apposé sur 20% des boîtes aux lettres, 36% des navigateurs internet étaient équipés en 2016** par leurs utilisateurs de systèmes de blocage de publicité, selon le baromètre adblock d'Ipsos.

**La communication numérique, dite abusivement « dématérialisée », fait appel à des moyens dont les impacts environnementaux, pour être moins visibles, n'en sont pas moins considérables :**

- Par l'extraction des matières nécessaires à leur fabrication extrêmement polluante : **environ 80% de l'impact environnemental intervient avant la vente des outils digitaux** (source groupe Ecoinfo du CNRS, spécialisé dans l'impact environnemental des TIC),
- Par l'épuisement des gisements des métaux non renouvelables extraits de plus dans des conditions environnementales catastrophiques *(voir G. Pitron. La guerre des métaux rares. 2018. Les Liens qui libèrent)*,
- Par le **taux de recyclabilité très faible 33% en tonnage des DEEE mis en marché en France** (source ADEME) - laisse en jachère les métaux rares utilisés,
- Par l'énergie importante engloutie sur la durée de leur utilisation : **les TIC comptent pour environ 200% des émissions mondiales de gaz à effet de serre, deux fois plus que l'industrie papetière** *(Ecoinfo)*
- Si le cloud était un État, il se classerait 6ème au monde en termes de demande annuelle en électricité, avec une demande qui devrait augmenter de 63% d'ici à 2020 *(Source Greenpeace)*

**En faisant l'impasse sur les impacts considérables des outils numériques, Monoprix engage sa stratégie sur la base d'une analyse incomplète et inadaptée de la performance environnementale du support imprimé.** L'imprimé publicitaire reste un outil de communication responsable et essentiel à la dynamique du commerce français. Il reste aussi l'un des meilleurs modes d'information des Français les plus modestes pour optimiser leur budget familial, notamment alimentaire !

**Culture Papier et Two Sides regrettent que Monoprix, appartenant à un des plus grands groupes de la distribution française, affichant des objectifs ambitieux en la matière, n'ait pas engagé un dialogue avec les parties prenantes concernées, préalablement à une campagne de communication assurant de manière incomplète une promotion abusive de la communication digitale.**

***A lire sur www.culturepapier.org***

AGEFOS PME-CGM ET L'IDEP PRÉSENTENT

**L'APPRENTISSAGE DANS LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION GRAPHIQUE & PLURIMÉDIA**

# LE POUVOIR D'APPRENDRE

## Des métiers graphiques et plurimédia

**LEPOUVOIRDAPPRENDRE.FR**

Avec le soutien des branches

Prépresse • Imprimerie • Sérigraphie • Façonnage • Routage

AGEFOS PME CGM COMMUNICATION GRAPHIQUE ET MULTIMÉDIA

IDEP Institut de développement et d'expertise du plurimédia

sense • 12465

Conception et réalisation : Nouvelle Cour

# Nous préservons plus que notre planète.

PAPREC
GROUP

Si nous sommes **leader du recyclage en France**, c'est parce que nous voulons préserver la planète pour les générations futures. Et cette mission commence aujourd'hui avec vous.