Pour le développement durable du papier et de l'imprimé

N°35 / mai-août 2019

culture papier

LE MAGAZINE

Dossier

L'avenir du papier recyclé

Huguette Tiegna
Pierre-Yves Bais
Gabriel Langlois
Guillaume Le Jeune
Sébastien Calard
Stéphane Courtot

Faire confiance au papier

Sophie Gourmelen
Adèle Albano
Pascal Lenoir
Richard Dolando
Séverine Calmus

Culture Papier

Malaurie Auliac

Grand témoin

Jean-Luc Petithuguenin

Le meilleur geste pour la planète est d'imprimer

Que serait une société sans papier ?

+ d'addiction à la connexion
+ de surveillance généralisée
+ de marchandisation des données personnelles

Toute une filière de proximité effacée, de la forêt jusqu'au recyclage.

Il est temps de valoriser le papier dans notre société

+ de CO_2 capté par le bois cultivé
+ d'économie circulaire avec le papier certifié
+ de libertés individuelles et de respect de la vie privée

culture papier

Adhérez à l'association Culture Papier, militant responsable du papier, depuis la forêt jusqu'à son recyclage.
www.culturepapier.org

Le meilleur geste pour la planète est d'imprimer, car si vous avez stocké votre information sur un papier imprimé cela ne consomme aucune énergie.
Jean-Luc Petithuguenin, PAPREC. p.5

La pédagogie est primordiale. Elle a, jusqu'à présent, été le premier levier de l'amélioration du taux de recyclage du papier.
Huguette TIEGNA, Députée du Lot. p.6

Il est temps d'intégrer l'impact d'une campagne de communication sur l'ensemble des filières pour en mesurer l'efficacité et les performances.
Sébastien Calard, Gutenberg Agency, p.9

La promotion exclusive de la fibre recyclée provoquerait une raréfaction de l'offre.
Pierre-Yves Bais, UPM France p. 10

Le print représente 95% de notre diffusion.
Sophie Gourmelen, Le Parisien-Aujourd'hui en France p.14

L'instantanéité justifie des propos, des actions, des positions, au prix de toute vérité. Adèle Albano, MEDIAPOST. p18

La première responsabilité d'un livre : trouver son lecteur. Pascal Lenoir, SNE p.20

Nos clients recherchent à faire partager une émotion
Séverine Calmus, Fedrigoni p34

Dossier L'avenir du papier recyclé

4-5 **Grand témoin**
Jean-Luc Petithughenin, Président fondateur *Paprec Group*

6-7 **Parole publique**
Huguette Tiegna, Députée du Lot, Pdte Groupe d'études Économie Verte et économie solidaire

8-9 **Quel avenir pour le papier recyclé ?**
CR de **Yoan Rivière** *(Acteurs de la filière graphique)*
Avec **Jan Le Moux** *(COPACEL)*, **Sébastien Calard** *(Gutenberg Agency)*

10 **Pierre-Yves Bais** *(UPM France)*, **Guillaume Le Jeune** *(Stora Enso Paper Division France)*

11 **Gabriel Langlois,** *Directeur achats, Norske Skog*

13 **Stéphane Courtot,** *Président Antalis France*

Ils font confiance au papier

14-15 **Grand témoin**
Sophie Gourmelen, *DG Le Parisien - Aujourd'hui en France*
Les Trophées des maisons de la presse 2018

16-19 **L'impact civilisationnel du numérique en question**
Avec les alertes de : **Bruno Patino** *(La civilisation du poisson rouge)*, **Antony Mahé** *(La dématérialisation n'a pas eu lieu)*, **Adèle Albano** *(L'imprimé fait battre le cœur de la France)*, **Marc Dugain** *(Transparence)*, **Christian Salmon** *(L'Ere du clash)*, **Dominique Cardon** *(Culture numérique)*

21-22 **Le livre est-il éco-responsable ?**
Avec **Pascal Lenoir** *(SNE, Gallimard)*, **Richard Dolando** *(Editis)*, **Yves Chagnaud** *(Editions Apeiron)*, **Monique Barbaroux** *(Ministère de la Culture)*

23 Tana éditions fait parler les acteurs qui font bouger les lignes

21-22 **Le web ne suffit pas**
Hubert Pédurand *(Gutenberg & co)*, **Béatrice Sutter** (ADN)

26 Graphitec : Une 17ème édition sous le signe de l'Innovation !

27 **Agenda**

Papier et culture

29-30 **Artiste de Papier** **Malaurie Auliac,** *L'âme du papier*
Daniel Mar sculpte ses rêves dans l'épaisseur de la feuille

31 **Lieux de Papier** **Bestiaires de papier**

32 **Bonnes tables** Un nouveau MOF et deux ouvertures

33 **Des livres et des idées**

Culture Papier en actions

34 **Parole d'adhérent**
Séverine Calmus, Directrice générale Fedrigoni France

La Lettre Culture Papier N°35 - Mai-Août 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 / **Crédit photo de couverture :** Pierre Morel / **Dessin :** Agnès Lanchon / **Studio de création :** Vitamine-Z www.vitamine-z.net / **Pdf augmenté :** www.lessorciersducontenu.fr / **Papier :** Printspeed, 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 impr

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

Print Speed

En matière de technologies de recyclage, la France est en tête des pays les plus avancés au monde

En 25 ans, Jean-Luc Petithuguenin, président-fondateur de Paprec group, a transformé la PME en la première société française de collecte et de valorisation des déchets avec plus de 12 Mds de tonnes collectées par an. Plus que jamais, la collecte et le recyclage sont au cœur de l'économie circulaire.

Jean-Luc Petithuguenin

Paprec a, depuis près de 25 ans, défendu le recyclage par rapport à l'enfouissement. Votre engagement est-il mieux entendu ?

Lorsque j'ai démarré en 1994, tout le monde me disait que cette activité n'aurait pas d'avenir ! J'ai vécu le grand écart entre les années 70-80 où le pire était possible, jusqu'au début 1990 où là, que ce soit en France ou en Europe, il a été demandé à ceux qui traitaient les déchets de le faire sans polluer la planète. Des efforts considérables ont donc être entrepris pour que les décharges ne polluent plus les nappes phréatiques, pour que les incinérateurs n'envoient plus de dioxine dans l'atmosphère et que le compostage ne dépose plus de métaux lourds dans les sols.

En 30 ans les efforts du traitement des déchets ont porté leurs fruits : toutes les techniques sont dorénavant propres.

Peut-on dater la prise de conscience de l'enjeu du recyclage ?

En 2010, la Commission européenne va considérer qu'il existe un mode de traitement des déchets supérieur aux autres, à savoir le recyclage. Celui-ci va être privilégié par rapport au compostage, à l'incinération ou à la mise en décharge. De ce point de vue, une hiérarchie des déchets est apparue, reprise dans la loi relative de Transition énergétique pour la croissance (LTECV) publiée en août 2015. Le recyclage est devenu le mode de traitement prioritaire des déchets.

Ma définition du recycleur est quelqu'un qui transforme un déchet en une matière première. C'est la définition qui a été retenue par l'Europe.

Est-ce qu'il faut se battre sur des définitions ? Je ne le pense pas. Je dirais seulement que ce secteur est particulièrement performant en France avec deux champions du monde et deux champions d'Europe.

Quelles sont les performances du recyclage en France de la filière papier-carton, au regard des autres filières ?

Le taux de tri et de collecte des papiers progresse chaque année, celui issu des ménages est à plus de 67% et pour atteindre plus de 80% pour ceux venant des entreprises. Il n'y a que la filière ferraille et métaux qui a des pourcentages supérieurs – ce qui est assez logique car les métaux valent chers, et celle du verre est à peu près équivalente. Le plastique tourne autour de 22% avec des disparités : 50% pour les bouteilles mais sur le reste à moins de 5% seulement.

En matière de taux d'atteinte des objectifs, la filière papier-carton est la plus vertueuse (avec celle de ferraille et métaux).

Quant à l'objectif d'atteindre les 100% recyclés, je pense que si nous atteignons les 100% valorisés, ce serait déjà bien, notamment en utilisant les déchets pour produire aussi de l'énergie. C'est mieux que de faire tourner des centrales à charbon ou à gaz. 400 000 tonnes de déchets alimentent déjà les cimenteries en France.

Comment la France se positionne-t-elle sur le recyclage des papiers graphiques par rapport à nos voisins européens ?

Arrêtons de nous culpabiliser ! Sur l'ensemble des modes de traitement, la France se situe dans la moyenne européenne, légèrement inférieure aux pays du Nord et très supérieure à ceux du Sud.

Je plaide pour une nécessaire harmonisation des statistiques européennes sur le recyclage.

En effet, quand un déchet entre dans l'une de mes usines, il n'est considéré comme recyclé que lors de sa sortie alors qu'en Allemagne, est comptabilisé tout ce qui rentre dans une usine. Par définition, il faut commencer par harmoniser la façon de calculer. Actuellement, la France est affichée à 20% en dessous de l'Allemagne alors que dans la réalité, elle doit ne l'être que de 2 ou 3% seulement.

Comment peut-on améliorer la collecte du papier ? Faut-il privilégier des poubelles dédiées aux papiers et cartons ?

Concernant le papier, certains pays sont pour l'apport direct. En France, nous sommes dans un flux mixte où sont mélangés boites de conserves, plastiques et papiers. Quelle que soit la manière de collecter, le résultat est le même. Le modèle français fonctionne très bien avec des taux très élevés de recyclage de papier et des cartons. Je pense que ce sont des faux débats.

Les papetiers français argumentent pourtant que les papiers sont salis par ce mélange...

D'abord il n'y a plus de papetiers français depuis la fin d'Arjowiggins ! Il y a des papetiers étrangers installés en France. Cela n'a pas de sens d'aller dans ce débat. La France a décidé de faire des collectes mixtes : c'est son choix. Il est respectable.

Le papier recyclé va-t-il manquer de matière première due à la baisse de la consommation de papiers ?

Sûrement pas ! Oui le papier est en décroissance mais le carton est en croissance et effectivement nous le remarquons sur la collecte. Tout digitaliser n'est pas la bonne solution pour les années qui viennent. Il faudrait confier une étude à l'ADEME pour démontrer que le papier bashing est totalement mensonger.

La diminution de l'utilisation de papier n'est pas une très bonne nouvelle pour l'environnement, contrairement à ce qu'on veut nous faire croire.

Quand plusieurs milliards d'emails resteront pendant les 20 prochaines années dans les serveurs, le calcul de l'énergie nécessaire pour les conserver sera colossale. Déjà maintenant les serveurs sont enfouis sous la mer pour pouvoir bénéficier du froid des océans et cette année, en 2019, le secteur du numérique verra sa croissance de CO_2 augmenter pour égaler celle de l'aviation !

Le meilleur geste pour la planète est d'imprimer, car si vous avez stocké votre information sur un papier imprimé cela ne consomme aucune énergie !

Un jour il faudra calculer toute cette énergie nécessaire pour le stockage, même si cela n'arrange pas certains. La facture que vous réceptionnez par internet n'est pas bonne pour la planète.

La baisse de la consommation de papier affecte le gisement pour le recyclage, qu'en serait-il si la consommation affectait de manière plus drastique l'imprimé publicitaire ?

Culture papier avait fait un très bon dossier pour expliquer que ce n'était pas criminel pour la planète de déposer des catalogues publicitaires dans les boîtes aux lettres. C'est une vision à courte vue de le voir comme du gaspillage. Au contraire, recevoir des adressages numériques génère des besoins importants de CO_2 et de plus, aggrave la fracture numérique où une partie de la population, qui a peu de moyens, est moins habituée aux outils internet.

Propos recueillis par Patricia de Figueiredo

www.paprec.com

PAPREC Group en 2018

- 12 Mds Tonnes de déchets recyclés / an
- 8.5 Mds Tonnes de nouvelles matières premières
- 8 500 collaborateurs
- 210 sites
- 1,5 Mds€

© Paprec communication

Il est inconcevable aujourd'hui de ne pas faire de nos déchets une ressource

Huguette TIEGNA, Députée du Lot, est membre de la Commission des Affaires économiques et présidente du groupe d'études Économie verte et Économie circulaire. Ingénieure en génie électrique, cette spécialiste de la transition énergétique pose un regard objectif sur les enjeux du papier recyclé.

Huguette TIEGNA

Pourquoi être devenue présidente du groupe d'études Économie verte et Économie circulaire à l'Assemblée nationale ?

En tant que scientifique et députée, j'ai fait le choix de créer et présider, afin de réunir de façon responsable et transpartisane, les parlementaires souhaitant travailler sur la question écologique du cycle de vie des produits. C'est une problématique essentielle tant je suis persuadée que le modèle linéaire « fabriquer, consommer, jeter » est à bout de souffle et qu'il nous faut présenter d'une part, une vision et une approche nouvelle de cette économie circulaire, et, d'autre part, rendre compte des initiatives que nous allons prendre pour atteindre les objectifs ambitieux que le gouvernement s'est fixé.

L'émergence d'un modèle « circulaire » fait suite à la prise de conscience citoyenne des ressources limitées de la planète et du besoin de les préserver pour les générations futures, et ce, dans une société où la surproduction de déchets est devenue insupportable. Et quel chemin parcouru, depuis la création des Assises des Déchets de Nantes en 1991.

C'est la raison pour laquelle nous faisons la chasse aux gaspillages, nous nous mobilisons pour relancer le développement des filières de réparation, nous luttons contre les objets à usage unique, comme les sacs plastiques qui polluent notre planète.

Aujourd'hui, le tri nous semble une évidence, et pourtant nos actions individuelles ne sont pas souvent à la hauteur de nos ambitions.

L'économie circulaire peut-elle relancer l'économie, sans être dans la décroissance ?

Elle est le meilleur exemple possible de réconciliation entre l'économie et l'écologie. D'une part, parce que les bénéfices pour l'environnement sont massifs : 22,5 millions de tonnes de CO_2 sont évitées chaque année en France grâce au recyclage des déchets. D'autre part, parce que les bénéfices pour l'économie sont potentiellement très importants avec, comme j'ai pu le constater auprès des acteurs du département du Lot dont je suis élue, la création d'emplois non délocalisables.

Le papier demeure un exemple remarquable d'économie circulaire, pourtant nos concitoyens ne le voient pas ainsi…

Le papier fait partie intégrante de ce processus de recyclage tant il est un matériau essentiel : j'en veux pour preuve qu'il est le premier consommable de bureau, le premier matériau présent dans les poubelles des Français et le premier déchet traité dans les centres de tri.

Chaque année, un Français, une Française, consomme en moyenne presque son poids en papier… 60kg !

© Paprec communication

Actuellement, la France a un taux de recyclage des papiers graphiques qui s'élève à 49%, alors qu'il est de 64% en Espagne et 75% en Allemagne : ce qui montre le retard que nous avons pris au cours des années précédentes et la nécessité de collaboration des acteurs du secteur et l'impulsion de mouvement que nous devons, en tant que politique, renforcer. Des défis de taille, à la hauteur de nos ambitions, nous restent à relever, l'objectif étant de tendre vers une économie « 100% circulaire ».

Nous devons continuer à augmenter le taux de recyclage du papier et des cartons et impulser l'intégration croissante du papier recyclé dans les activités économiques.

Les Français trient mais peuvent-ils mieux faire ?

La pédagogie est primordiale. Elle a, jusqu'à présent, été le premier levier de l'amélioration du taux de recyclage du papier.

Des campagnes nationales ont été menées par les acteurs de la filière et les gouvernements pour montrer aux consommateurs la simplicité, l'utilité du geste de tri et les débouchés du papier recyclé. Un travail immense est fait avec les collectivités locales afin de simplifier les consignes de tri, en rationnalisant les centres de tri et en ouvrant des réflexions de proximité, notamment en ruralité.

La question de la recyclabilité du papier ne doit pas intervenir seulement une fois que celui-ci se trouve dans nos poubelles.

Nous devons développer en chacune et chacun une conscience écologique du process qui nous permette d'avoir dans nos mains du papier. Nous devons permettre à toutes et tous d'appréhender le cheminement qui va de l'arbre, cet organisme vivant qui peuple nos forêts, à ce produit transformé et fini que je tiens dans mes mains. Nous devons également donner de la visibilité aux citoyens sur les étapes du recyclage et le savoir-faire qu'il nécessite autour du pulpage, de la dépollution/nettoyage, du désencrage et du blanchiment. Nous sommes toutes et tous des recycleurs.

Nous devons accentuer et accompagner des programmes de recherche et développement, en favorisant la concertation entre l'ensemble des acteurs, notamment sur les alternatives aux perturbateurs de recyclage (colles, encres), mais aussi étudier d'éventuels nouveaux débouchés pour les vieux papiers, dans la construction et la chimie verte par exemple.

Quels leviers législatifs et règlementaires prévoit le projet de loi économie circulaire ?

Madame Brune Poirson, secrétaire d'Etat auprès du Ministre d'Etat, Ministre de la Transition écologique et solidaire, a présenté, à l'Assemblée Nationale, mardi 2 avril 2019, les grands axes du futur projet de loi économie circulaire, auquel le Groupe de Travail que je préside associera son travail d'investigation parlementaire. Les leviers législatifs et règlementaires que nous allons actionner, notamment en collaboration avec vous, acteurs de la filière, sont multiples :

- Sur la mobilisation des fonds nécessaires pour investir dans des dispositifs de collecte et des centres de tri modernes et performants ;
- Sur la question des débouchés des matières recyclées ;
- Sur la prévention des déchets ; sur la question de la fiscalité, pour qu'elle soit incitative et cohérente avec les objectifs fixés, il y a notamment de nombreuses initiatives locales à ce sujet.

Une condition essentielle pour réussir la transition est de s'assurer que les signaux économiques sont à la fois prévisibles et suffisamment incitatifs pour enclencher des investissements irréversibles dans les entreprises.

Ces mesures devront apporter des solutions opérationnelles aux différents enjeux, dans une approche globale et pragmatique. Il est encore temps d'identifier des verrous règlementaires à lever, il est encore temps d'agir et nous sommes à disposition de la filière.

L'enjeu-clef n'est pas tant de légiférer mais d'entraîner l'ensemble des acteurs (entreprises, collectivités, citoyens) dans la dynamique de l'économie circulaire.

Pourquoi faut-il encourager les acteurs de l'économie circulaire à témoigner des multiples initiatives qui sont menées sur le terrain, partout en France.

C'est un formidable réservoir d'histoires industrielles et citoyennes positives à raconter aux Français. C'est aussi une puissante source d'inspiration pour montrer que de nouveaux modèles économiques plus solidaires et plus respectueux de la planète sont possibles.

Il nous faut communiquer pour faciliter le passage à l'acte, massifier les exemples de réussite, en partant des expériences du terrain. De par mes déplacements dans le département du Lot, j'ai l'occasion de rencontrer des entrepreneurs, des collectifs de citoyens, des élus, des agriculteurs qui ont lancé des initiatives qui marchent et qui transforment les modèles économiques.

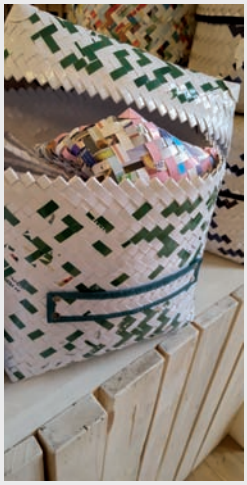
Je compte sur votre soutien et sur votre créativité pour que l'économie circulaire incarne, aux yeux de tous les Français, le basculement vers une économie écologique à la fois innovante, sobre en ressources mais riche en emplois et en cohésion sociale.

Propos recueillis par Olivier Le Guay et Patricia de Figueiredo

Des exemples concrets de recyclages de papiers

Il n'y a pas qu'en France ou qu'en Europe que l'on se préoccupe du recyclage du papier. L'association GOSC (Go Green in Style) basée à Madagascar combine recyclage et développement humain et économique. Des chutes de papier issues de travaux d'imprimerie et notamment des magazines sont récupérées et recyclées par des femmes de l'association Mah'Gassy, pour devenir des sacs, des corbeilles, des paniers… et offrir à ces femmes un revenu stable. En vente sur place mais aussi en France et en Europe.

www.vasyvert.com



Quel avenir pour le papier recyclé ?

La mise en redressement judiciaire d'Arjowiggins n'a pas manqué de remettre au premier plan les questions liées aux usages du papier recyclé en France, de ses gisements à ses débouchés. Yoan Rivière, Rédacteur en chef d'Acteurs de la filière graphique revient sur le débat Culture Papier qui a évoqué son avenir.

Compte rendu du petit déjeuner Culture Papier du 4 avril

Si le sujet n'est pas neuf, le ton était forcément un peu plus grave et les discours pesés. En cause : la défaillance récente du Groupe Arjowiggins, acteur papetier évidemment majeur qui fournissait notamment une pâte recyclée marchande (150 000 tonnes par an) de première qualité sur son site « Greenfield » de Château-Thierry dans l'Aisne. Si le dénouement fut plus heureux pour cette unité de production, les 75 salariés du site ayant été « sauvés » suite à son rachat par l'Allemand WEPA, spécialisé dans la production de papier hygiénique, les difficultés qui auront mené à cette situation posent forcément question. Et ce d'autant plus que les quasi-injonctions à privilégier le papier recyclé se retrouvent à divers titres dans les objectifs affichés par les pouvoirs publics, notamment au sein de la Feuille de Route pour une Economie Circulaire (FREC).

Sans toutefois vraiment répondre, hélas, à cette éternelle problématique : comment dans le même temps encourager l'économie numérique – priorité politique actuelle béante –, la baisse des volumes imprimés et prôner à la marge le tout recyclé ? Armés d'éléments de contexte forcément douloureux, les intervenants conviés par Culture Papier ont tenté de raccrocher les wagons du bon sens…

Des bonnes intentions aux raccourcis

« L'enjeu de notre temps consiste à passer d'un modèle linéaire à un modèle circulaire. Par conséquent, nous luttons contre les objets à usage unique » fait entendre en préambule **Huguette Tiegna, Députée du Lot. La Présidente du groupe d'étude « Économie verte et Économie circulaire »** rappelle les probables raisons ayant incliné ce Gouvernement (ainsi que le précédent, à minima) à insister sur les mérites du papier recyclé. On comprend alors très vite quelle logique sous-tend cette sur-représentativité du papier recyclé dans les notes d'intention politiques, celui-ci devenant en effet le parfait antonyme du « support à usage unique » dont il faudrait se débarrasser d'urgence. Il ne s'agit pour autant aucunement officiellement de substituer un modèle à un autre…

Un papier se recycle 5 à 7 fois, selon sa nature et l'ajout de fibres vierges.

« Un modèle 100 % recyclé serait catastrophique. Ce serait même un non-sens, car la fibre a une durée de vie limitée » objecte à raison **Gabriel Langlois, Directeur achats de la division 'papiers récupérés' Norske Skog.** *Sur les 600 000 tonnes de papier journal produites chaque année sur le site de Golbey, les approvisionnements sont constitués à 70 % de papiers récupérés et à 30 % de fibres vierges. »* Et les fibres vierges sont produites en valorisant les sous-produits de la filière bois des Vosges… une forme de valorisation matière également. De quoi rappeler en effet qu'un papier dit « recyclé » ne l'est toujours qu'en partie, dans ce qui s'apparente ensuite à une affaire de proportions dépendantes de différents facteurs : la qualité et la disponibilité des matières premières, le rendu final attendu selon le produit concerné, les éventuels écueils techniques face auxquels il faut encore composer, etc. Dit plus simplement : les fibres vierges et recyclées sont profondément complémentaires et ne s'envisagent pour ainsi dire jamais les unes sans les autres, dès lors en tout cas qu'il est question, justement, de recycler. *« L'outil industriel nous pousse de toute façon à ne pas les opposer »* précise **Pierre-Yves Bais, Directeur général UPM France et Président du Groupe de Travail Papiers graphiques de COPACEL.** L'essentiel des machines opérantes pour traiter les papiers récupérés sont pensées et calibrées en ce sens et ne peuvent donc pas être converties pour du papier vierge. Enfin faudrait-il souligner – comme s'y attache **Jan Le Moux, Directeur Economie Circulaire et Politiques Produits de COPACEL** – que *« les (re)valorisations possibles de matières ne s'arrêtent pas au recyclage : la biomasse présente dans le bois sert à générer de l'énergie. Là encore, c'est un exemple de complémentarité, la production de papier vierge présentant un bon bilan carbone, et celle de papier recyclé une bonne performance énergétique ».*

La qualité des papiers récupérés en cause ?

Cet éternel malentendu d'une industrie valorisant une ressource naturelle étant levé, reste à évaluer le potentiel d'un segment de marché visiblement encore sous-exploité… *« L'incitation à l'usage de recyclé doit aller de pair avec le développement d'une bonne collecte des vieux papiers. Nos entreprises sont demandeuses et savent*

le vendre, mais font face à une situation compliquée, notamment du fait d'une qualité dégradée des papiers à recycler » alerte Jan Le Moux. Il est rejoint en cela par **Pierre-Yves Bais (UPM France)**, qui dresse un constat amer de la façon dont la situation a évolué ces douze dernières années : *« En 2007, nous disposions d'un gisement de 26 millions de tonnes de papiers, pour 16 millions aujourd'hui. A cet effondrement de fibres recyclables disponibles, il faut ajouter que la collecte ne s'est pas faite comme attendu »* regrette-t-il, estimant notamment devoir travailler avec *« des produits trop mélangés, dont une part croissante se révèle inutilisable pour produire des papiers graphiques ».*

Il est temps de penser le gisement du papier recyclé dans sa globalité

Même constat de **Gabriel Langlois (Norske Skog Golbey)** qui décrit à son tour *« une qualité des papiers récupérés en baisse ».* Il précise : *« Beaucoup de moyens ont été mobilisés sur la récupération plastique, parce que l'urgence environnementale et politique était et reste celle-ci. Mais paradoxalement, on en a délaissé la filière de collecte papier/carton, qui s'est lentement délitée… Chez Norske Skog, nous constatons une dégradation de 4 à 5 % de matière réutilisable en moins de sept ans. Nous récupérons même jusqu'à 13 000 tonnes de plastique par an, ce qui est absolument anormal »*, alerte-t-il. *« Nous voyons par ailleurs une hausse des contaminants plastique migrer dans le papier et avec un taux de contaminants de 7,5 % en moyenne, la capacité des chaines de tri à retrier en aval de la collecte ne suffit plus »…*

Le contexte récent, où la Chine a choisi de ne plus importer de déchets, en particulier de papier carton en mélange, a eu un impact fort sur les approvisionnements des usines – tant pour la production de papier pour ondulé que pour le secteur graphique. Certes les prix ont baissé – *« une occasion de souffler un peu après des années de hauses constantes et élevées »*, rappelle Jan Le Moux- mais les matières qui ne sont plus acceptées par les Chinois contribuent à accentuer la dégradation de la qualité observée depuis plusieurs années. Pierre-Yves Bais observe malgré tout *« une demande européenne de fibres à recycler insatisfaite, faute de volumes disponibles suffisants ».* D'où l'intérêt – décidément – de penser le gisement dans sa globalité, sans se contenter de *« promouvoir la fibre recyclée à tout crin »,* et surtout d'envisager une politique industrielle ambitieuse développant l'industrie papetière en France, permettant de répondre à la demande chinoise de produits finis…

Délesté d'une image de « sous-papier », un élan à traduire ?

« Comment peut-on entendre aujourd'hui qu'une capacité de production en papier recyclé ferme en France ? » déplore **Sébastien Calard, Directeur RSE Gutenberg Agency,** assurant par ailleurs que le procédé est aujourd'hui suffisamment au point pour que *« le papier recyclé apparaisse comme un produit de qualité satisfaisante sur de nombreux produits ».* Effectivement délesté de cette image de « sous-papier » dont il a pu souffrir jadis, le recyclé n'est certainement pas égalitairement éligible à tout type de produit, mais il ne manque pas de débouchés parfaitement viables. Ainsi CITEO (éco-organisme en charge d'organiser, piloter et développer le recyclage des emballages et des papiers ménagers, mis en marché en France dans le cadre de la Responsabilité Elargie du Producteur) assure-t-il que 38 % des metteurs sur le marché soumis à l'éco-contribution bénéficient du bonus visant à récompenser les produits contenants au moins 50 % de fibres recyclées.

La volonté de « préserver nos capacités de recyclage sur le territoire » ?

De fait, un intérêt sensible existe, mais un paradoxe demeure. **Deborah Dorosz, Ambassadeur Développement Durable, Antalis** pointant à juste titre *« une dissonance terrible entre les discours politiques* (cf. le Rapport Bardy précisément dédié à développer différents chantiers en faveur du recyclage et de l'éco-circularité dans l'Industrie papetière) *et la réalité, avec la disparition d'une des plus grandes usines de recyclage en Europe, si ce n'est la plus grande, si l'on parle de pâte à papier marchande ».* Au-delà des regrets et des mines un peu défaites, il faut certainement voir en ces constats un brin désabusés la profonde volonté de *« préserver nos capacités de recyclage sur le territoire »*, dixit – une nouvelle fois – Gabriel Langlois. Une évidente nécessité à vrai dire, à l'heure des circuits courts et des emplois non-délocalisables…

Yoan Rivière, Rédacteur en chef d'Acteurs de la filière graphique

Gutenberg Agency

- **500 collaborateurs**
- **5 sites en France**
- **350 M € de CA**
- **80% des achats réalisés en France**

Notre communication est réalisée à 99% sur des papiers responsables

Gutenberg Agency imprime plus de 200 000 tonnes de papier par an. Ce tonnage est relativement stable, voire en légère augmentation et 99% de son approvisionnement est certifié PEFC ou FSC. Pour Sébastien Calard Directeur RSE, le papier reste un support complémentaire du support digital.

Il faut travailler sur le bon ratio papier vierge/papier recyclé pour assurer la pérennité de cette filière dans le temps, sans pousser au 100% de recyclé impossible à satisfaire.

Gutenberg Agency est très localisée sur le territoire français. Nous travaillons pour la grande distribution mais aussi des marques de divers secteurs : assurances, communication. L'usage du papier recyclé est un fait. Et il n'est plus de mauvaise qualité. Ses qualités et celles des produits finis répondent aux attentes de l'ensemble des donneurs d'ordre. L'éco-organisme, ECOFOLIO, avec le label éco-différencié a contribué à son utilisation massive dans nos productions : 50 à 60% de nos achats papiers sont du papier recyclé.

Il est temps d'intégrer l'impact d'une campagne de communication sur l'ensemble des filières pour en mesurer l'efficacité et les performances.

Tous nos clients se rendent compte dès le devis de l'impact de l'imprimé sur l'environnement. Mais avant de discriminer l'imprimé, il faut intégrer tous ses impacts en termes de développement durable et de RSE ceux qui touchent à l'environnement, mais aussi l'économique et le social et les mettre en cohérence. Quand un seul critère est pris en compte, les autres sont distendus. Nous avons participé aux études sur l'affichage environnemental avec l'ADEME et l'AFNOR en 2008 ce qui a donné la décomposition A.B.C.D.E des produits. Malheureusement notre secteur n'a pas réussi cette simplification de l'affichage, seulement l'indicateur associé à l'éco-barème. Il reste du travail à faire.

« D'ici 1 ou 2 ans, avec les capacités de production de carton packaging qui ont été lancées, la demande de fibres à recycler sera supérieure à l'offre disponible. Cela va créer un grand déséquilibre en Europe. » *PY Bais*

UPM est l'un des leaders mondiaux de production de pates et de papier avec 8 Millions de Tonnes (MT) en Europe et aux États-Unis. Pierre-Yves Bais, directeur général de UPM France donne son analyse du marché de la fibre recyclée.

La consommation de papier s'est effondrée et, par la même, le gisement de fibres recyclables. La production mondiale de papier était de 26 MT en 2007. 10 ans plus tard, le gisement n'est plus que de 16 millions de tonnes. Dans le même temps, le tri de ces fibres ne produit plus un papier de qualité suffisante. Les papetiers qui doivent désencrer le papier – comme UPM avec son usine de La Chapelle Darblay - souffre économiquement de ce flux en mélange impropre.

La promotion exclusive de la fibre recyclée provoquerait une raréfaction de l'offre.

La matière à recycler se répartit en deux usages : 9 MT de fibres disponibles pour faire du papier graphique, du papier désencrable blanc et 10 MT de papiers mélangés avec du carton qui vont rester dans le produit brun. Faute d'avoir été triée correctement dès le départ, une partie de la ressource recyclable qui pourrait être disponible pour faire du papier va être absorbée par le carton. Le gisement de fibres blanches de 12 MT en 2007 n'est plus que de 9 MT en 2017.

Le packaging et le sur-emballage sont de très gros consommateurs de fibres recyclées, couplés à la réduction des importations chinoises. **La fibre vierge reste donc nécessaire. C'est un point qu'il faut avoir en tête pour éviter d'opposer fibres recyclées et fibres vierges.**

D'autant que le marché de l'impression se réduit fortement dans la presse quotidienne, magazine ou catalogues, et ceci pour diverses raisons économiques, mais aussi pour des raisons de taxation que les éditeurs considèrent comme punitive. Nous sommes une des rares filières de contribution à la REP à hauteur de 10 à 12% du prix de la matière première.

De l'énergie verte est produite à partir du désencrage. Les encres sont en effet séchées, compactées en briquettes. Les fibres inutilisables sont transformées en énergie verte qui est remise sur le réseau, c'est une boucle complète.

L'écocircularité du papier a besoin d'une matière de qualité. Il est nécessaire de renforcer la qualité du tri du papier en amont, pas la taxation.

Machine PM6 Chapelle Darblay, @UPM

Mais certains acteurs personnalisent leur publication avec de plus en plus d'impression digitale. Or le numérique est un perturbateur du recyclage et de la qualité des fibres. En passant aujourd'hui d'un marché de masse dans la presse à un marché plus personnalisé, il faut intégrer l'impact de cette évolution dans les capacités industrielles du tri et de l'avenir de la matière à recycler. /

« Le marché du papier recyclé est relativement fragile et peut basculer rapidement. »

Guillaume Le Jeune, Area Sales Director, Stora Enso Paper Division France analyse le marché du papier recyclé en France au regard de son expérience européenne :

Bien que le groupe Stora Enso n'ait plus à ce jour d'unités de production papetière en France, le marché français reste toutefois très important pour notre groupe. Non seulement parce qu'il représente une partie substantielle des ventes de sa division Paper mais également parce que nous y opérons une partie non négligeable des approvisionnements de vieux papiers pour notre usine de recyclé de Langerbrugge à Gand (Belgique). Celle-ci a une capacité annuelle de production de 550 000 tonnes de papiers 100% recyclés et il nous faut près de 700 000 tonnes de matières premières (PFR). Le marché du papier recyclé est transfrontalier du moins pour la partie continentale de l'Europe.

La baisse actuelle de consommation de papier (et donc de matière première pour la fabrication de qualités recyclées) est un phénomène général en Europe même si l'on ne peut pas parler à l'heure actuelle à proprement parler de pénurie de matière première sur le marché français ce serait plutôt même l'inverse.

En effet, un facteur extérieur permet pour l'instant (cela devrait être durable) de maintenir une offre assez soutenue et des prix relativement bas, et c'est le marché chinois. Depuis maintenant plus d'un an les autorités chinoises ont décidé de réduire de façon drastique les imports de « déchets » de toute sorte dont les vieux papiers font partie.

L'hypothèse la plus plausible et en même temps le risque le plus important serait de passer à une situation de pénurie due à un manque de matière première.

Etant donné qu'il s'agissait d'un acteur important sinon majeur dans ce domaine de par les volumes concernés, ces quantités restent maintenant en Europe, notamment en France et viennent enrichir l'offre d'où des prix plutôt bas.

Les conséquences à court terme se traduiraient dans un premier temps avec une envolée des prix des vieux papiers. Dans le cadre d'un tel schéma, plusieurs hypothèses sont alors possibles :

- les prix du papier recyclé augmenteraient à leur tour si les conditions de marché le permettent (i.e. si l' offre papier recyclé (en produit fini) est inférieure ou égale à la demande),
- une désaffection des producteurs (et sûrement de certains consommateurs) pour ce type de support si les prix du recyclé venaient à trop augmenter,
- à terme, cela pourrait engendrer de nouvelles fermetures d'usines de papier recyclés, remettant en cause le maintien même de toute cette filière (tant en production qu'en récupération),
- un danger certain pour l'existence même de la presse journal (nationale et régionale) car la plupart des qualités papiers journal sont fabriquées à base de recyclé.

Si demain une réglementation plus contraignante était instaurée sur le marché de l'imprimé publicitaire qui fournit environ près un tiers de notre matière première, cela pourrait avoir un effet d'assécher purement et simplement les usines françaises et celles frontalières.

3 questions à Gabriel Langlois

Directeur achats de la division « papiers récupérés », Norske Skog

Que pèse le papier récupéré à Golbey ?

Notre usine, située près d'Épinal, fabrique 600 000 tonnes de papier journal par an, issues pour 70% des papiers récupérés, soit environ 500 000 tonnes par an et 30% de fibres vierges - 250 000 tonnes par an. Contrairement aux idées reçues, ces fibres proviennent de déchets de l'industrie du bois : produits connexes de scieries, de coupes d'éclaircies, et de l'entretien de la forêt. L'achat de papiers recyclés représente 60 millions euros d'achats par an et reste le plus gros poste de dépenses.

Norske Skog Golbey est un pilier clé pour toute l'activité bois dans les Vosges.

Vous insistez qu'opposer fibre vierge et recyclée est un non-sens, pourquoi ?

Vouloir basculer sur un modèle 100% recyclé serait catastrophique pour l'industrie papetière et tout particulièrement pour notre usine. La fibre de cellulose qui sert à fabriquer le papier a une durée de vie de 5 à 7 fois. Si demain, il ne reste que du papier recyclé dans le processus de fabrication, on aura une peau de chagrin, et notre journal se transformera en poussière à peine entre nos mains.

Il est donc important de continuer à apporter de la fibre vierge issue d'une ressource naturelle renouvelable dans cette filière. Nos clients éditeurs de presse doivent être conscients que pour garder des propriétés mécaniques intéressantes pour l'édition, il faut continuer à injecter de la fibre vierge dans le process. Pour soutenir la filière en amont, Norske Skog participe à un fonds de replantation « Plantons pour l'avenir » doté de 2,5 m€ qui vient en aide aux propriétaires forestiers pour les inciter à replanter les bonnes essences pour fabriquer une fibre de qualité.

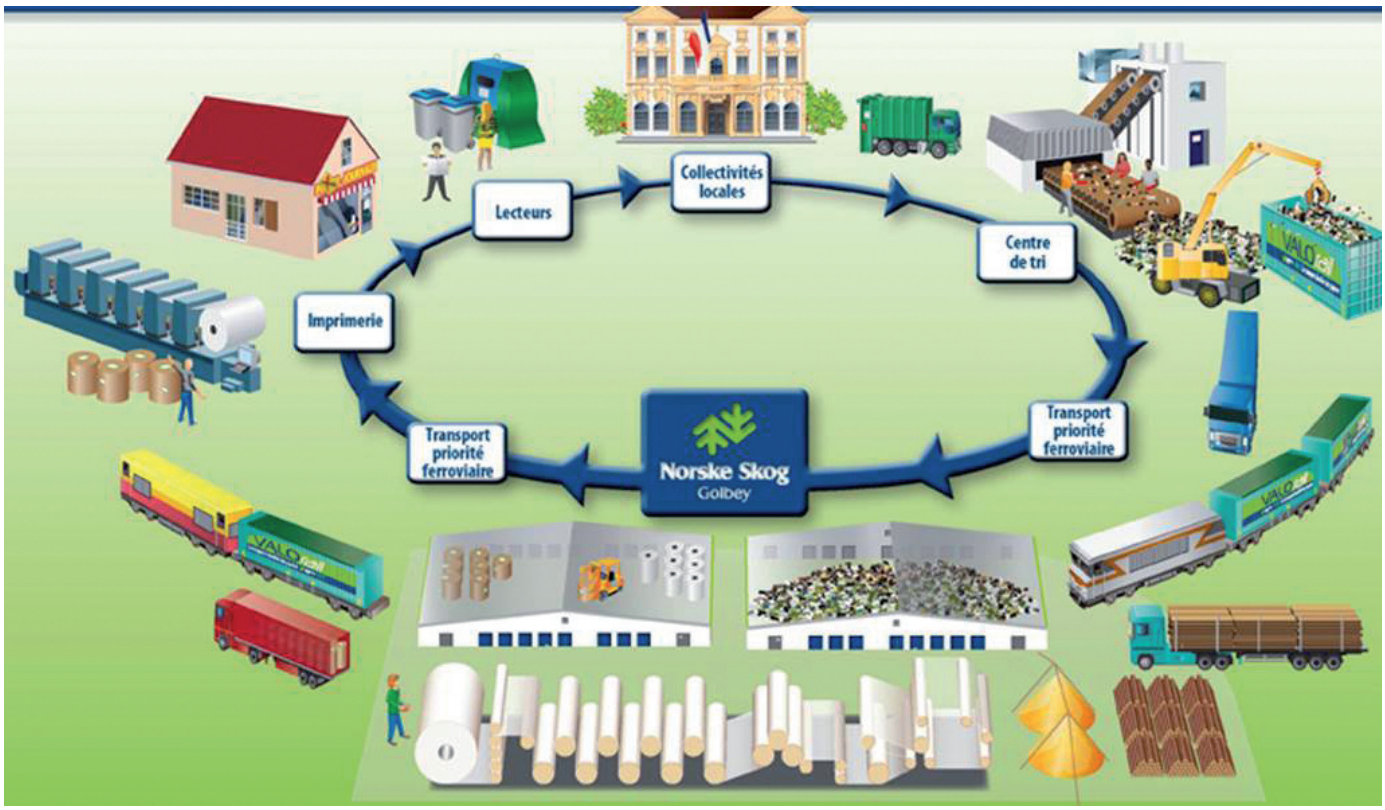
Aujourd'hui 1 tonne de papier recyclé = 750 kilos de produits finis (dans les années 90, c'était 850 Kg). De plus dans 500 000 tonnes de papiers récupérés par an, on retrouve 13 000 tonnes de plastique !

Votre inquiétude réside dans la dégradation de la qualité du gisement à recycler ?

Le système de recyclage s'est mis en place au début des années 90. Au début, le papier était très présent dans la poubelle : avec une tonne de papier, on arrivait à faire 850 kilos de produits finis d'où un rendement de 85 %. Chez un papetier, un point de rendement peut coûter jusqu'à 800 000 euros par an. Aujourd'hui, outre que le plastique monte en puissance, les rendements sont en baisse, la qualité se dégrade, avec de plus en plus de contaminants et une présence plus importante de charges minérales. **Avec une tonne, 750 kilos de papier sont désormais produits. La qualité a donc baissé de 3 à 5% en 6 à 7 ans.** C'est problématique. Nous retrouvons de plus en plus de déchets de plastiques et de cartons dans nos papeteries à usage papiers graphiques : pour 500 000 tonnes de papiers récupérés par an, 13 000 tonnes de plastiques sont retrouvées, c'est totalement anormal et c'est un non-sens ! L'explication est simple : d'énormes moyens ont été mis en œuvre sur l'extension du tri des plastiques, mais le papier a été oublié.

Propos recueillis par OLG

Il faut continuer à travailler sur le tri et la qualité de la fibre récupérée, c'est vital pour conforter l'écocircularité de cette ressource naturelle !



LE GREEN STAR SYSTEM[1]

[1] Système étoile verte
[2] selon les critères des certifications FSC® et PEFC
[3] avec le % de fibres restantes respectant les critères des standards FSC® ou PEFC

Le papier est un élément essentiel de la politique de Responsabilité Sociale des Entreprises. Parce que définir ce qui constitue exactement un produit éco-responsable est un véritable enjeu, Antalis a mis en place le **Green Star System.**

Le **Green Star System** classe tous les papiers distribués par Antalis en fonction de leur niveau d'éco-responsabilité grâce à une grille allant de une à cinq étoiles selon 2 critères principaux : **l'origine de la fibre et le procédé de fabrication.**

Seuls les papiers ayant à minima trois étoiles, apportant ainsi de solides garanties environnementales, sont considérés comme éco-responsables.

antalis™
Green Connection

« La qualité du gisement de papier recyclé dépend de la collecte et du tri »

3 questions à Stéphane Courtot

Président Antalis France, Directeur Général Europe de l'Ouest & Asie / Western Europe & Asia Managing Director

Beaucoup de stéréotypes sur le papier recyclé ont été gommés, notamment l'impact du désencrage plus respectueux de l'environnement.

Quelle est est votre analyse de l'évolution du marché du papier recyclé en termes de demandes ?

Le marché dont je vous parle, est le marché du papier graphique (ramettes et folio - format imprimeur). L'usage de papier graphique recyclé se développe depuis des années, tiré par une véritable dynamique au niveau de la demande. Celle-ci est portée notamment par les politiques de développement durable des annonceurs, qui privilégient toujours plus, pour leurs communications imprimées, des papiers éco-responsables, certifiés ou recyclés.

Le recyclage est un phénomène de fond quels que soient les matériaux. La fibre de cellulose dispose d'atouts convaincants. Elle se recycle entre 5 et 7 fois : les premières fois, lorsque les fibres sont encore solides, cela donnera du papier à usage graphique. Quand les fibres commencent à perdre certaines caractéristiques indispensables pour les usages graphiques, nous aurons d'autres applications au sein desquelles la fibre se recyclera encore (papier pour magazine, pour carton graphique et d'emballage, ...).

Rares sont les matières qui peuvent avoir un cycle de vie aussi long et varié. Il est donc tout à fait juste de parler de produit éco-conçu dès lors que la fibre de cellulose en est le premier composant. Cela, les professionnels et le grand public l'ont bien compris : c'est cette écoconception qui est recherchée quand il s'agit de remplacer des gobelets ou de la vaisselle plastique par l'équivalent en carton ou d'opter pour des rapports, magazines, emballages en papier/carton graphique recyclé.

Antalis - Chiffres clés

Distributeur N°1 en Europe – n°2 dans le monde

- 1.3 MT papier distribué
- 41 pays – 115 centres de distribution
- 2.3Mds€ CA (2018)
- 126 000 clients
- 5200 employé(e)s

Grâce à un travail constant de sensibilisation, les donneurs d'ordre (entreprises, administrations) ont désormais intégré la complémentarité des fibres vierges issues des pates produites à partir de forêts gérées durablement et des fibres recyclées. Il est d'ailleurs inutile de les opposer, fibres vierges comme recyclées donnent un résultat équivalent en termes de rendu d'impression.

En fonction de leurs besoins et de l'image qu'ils souhaitent donner à leur production, ils disposent d'une gamme complète de papier : depuis la haute blancheur (qui a envahi le marché) à une blancheur dite « naturelle »

Notre « Green Star System », classement de tous nos produits distribués en fonction de critères d'éco-responsabilité leur permet de faire leur choix en connaissance de cause.

La fermeture des sites d'Arjowiggins va-t-elle avoir des conséquences sur l'offre de papier recyclé en France ?

Le marché du papier recyclé graphique continuera à se développer malgré l'arrêt malheureux des sites d'Arjowiggins qui avait pourtant réussi à se tailler une position de leader sur ce marché. En conséquence, nous constatons et vivons depuis quelques semaines une raréfaction du papier recyclé à usage graphique, situation partagée par tous les acteurs du secteur en France, Les donneurs d'ordre se sont en majorité reportés, dans l'attente d'une nouvelle offre, sur du papier certifié FSC/PEFC, afin de rester sur un support éco-responsable. D'ici quelques semaines, les volumes de papier recyclé chez les principaux acteurs et chez Antalis vont refaire leur apparition et les donneurs d'ordre pourront à nouveau se tourner vers ce type de support.

A moyen terme, il semble que le nouveau propriétaire du site de Greenfield, la société Wepa, continuera à commercialiser une partie significative de sa production de pâte recyclée haute blancheur, aux acteurs du marché des papiers graphiques, et non à consacrer la totalité au marché hygiénique, comme beaucoup le redoutaient.

Quelle serait l'action prioritaire pour favoriser l'ecocircularité du papier ?

Antalis a beaucoup investi sur le développement durable (dans la promotion du papier issu de fibres en provenance de forêts gérées durablement et certifiées, et du papier recyclé d'une part, mais aussi dans la promotion du geste de tri d'autre part) parce le papier comme ressource naturelle recyclable est un véritable enjeu environnemental comme sociétal. **Cet engagement porte ses fruits au vu de la qualité toujours accrue du papier recyclé mis sur le marché mais aussi au vu des chiffres de Citéo sur le tri, la collecte et le recyclage des vieux papiers en France, en augmentation ces dernières années.** Le grand public comme les donneurs d'ordre ont bien intégré qu'un papier éco-responsable peut être soit issu de forêts gérées durablement soit recyclé, et ils ont aussi, en grande partie, intégré que le papier était une ressource recyclable, mais que pour cela il fallait faire le bon geste de tri !

Propos recueillis par OLG

Notre marque a un vrai potentiel de diversification

Face à un effet de ciseaux économique redoutable, Sophie Gourmelen, directrice générale du groupe « Le Parisien-Aujourd'hui en France » mise sur la diversification des activités éditoriales pour trouver « de nouvelles sources de revenus afin de continuer à faire jouer l'orchestre. »

Sophie Gourmelen

Dans un contexte difficile pour la presse quotidienne, comment se porte le groupe Parisien/ Aujourd'hui en France ?

Nos quotidiens ont des tendances au numéro qui suivent le marché, c'est-à-dire en cumulant les deux titres, une baisse de 12%, sachant que les abonnements print restent plutôt stables. Notre politique s'axe donc sur les abonnements numériques pour compenser la baisse qui a lieu sur le papier.

Concernant les contenus, **le titre est toujours aussi réactif. Les évènements de Notre-Dame l'ayant démontré, où nous avons refait le journal entre 19h et 20h. À la suite, nos ventes ont augmenté de 50% et cela s'est poursuivi toute la semaine. Preuve que le papier reste un support attirant.** Nous imprimons à Mitry-Maury pour Paris et la zone Nord, et dans des imprimeries en Région pour les autres zones.

Quand se déroulent des événements exceptionnels, nous sommes en capacité d'aller chercher de nouveaux lecteurs.

Vous sortez le vendredi un supplément magazine et un TV magazine, comment cela influence-t-il les ventes ?

Lors du lancement du magazine il y a quelques années, nous avions augmenté son prix et cela avait baissé nos niveaux de vente. Aujourd'hui, nous vendons un peu moins qu'en semaine mais **la tendance des ventes des vendredis, grâce à cette offre étoffée, est meilleure que les autres jours de la semaine.**

Le papier reste-t-il au centre de votre modèle économique ?

Le print représente 95% de notre diffusion. Nous avons mis des moyens pour développer l'abonnement print et pour que la vente au numéro résiste le mieux possible dans un marché qui baisse. Nous disposons d'une société de distribution, Proximy, qui gère en propre l'ouverture de points de ventes sur la zone Île de France. À titre d'exemple, nous sommes diffusés dans des Franprix, des PVQ, des magasins de proximité. 20 % de nos ventes se font dans ces points de ventes. **Nous avons toute une stratégie interne pour résister le plus possible sur le papier et pour nous permettre de compenser l'érosion que l'on subit sur la fermeture de points de ventes traditionnels. Il faudrait ouvrir 5 fois plus de points de vente pour compenser la fermeture d'un point de vente traditionnel.** Maintenant il faut être conscient que le développement de la presse quotidienne ne passera pas par le papier.

Il est nécessaire de maintenir un mix papier vierge/papier recyclé pour garantir la qualité du papier recyclé.

La réforme de la Loi Bichet est-elle une solution pertinente pour améliorer la distribution de la presse ?

La proposition de loi est proche de la recommandation faite dans le rapport Schwartz. Il y a enfin dans un texte de loi une définition claire de la Presse d'Information Générale et qui la protège dans sa distribution.

Elle permettra de réguler l'assortiment des journaux dans les points de ventes. Confier la régulation de la distribution à l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes) est plutôt une bonne nouvelle, car cette organisme a déjà l'habitude réglementer la Poste.

Vous utilisez massivement du papier recyclé pour le quotidien (100%) et le magazine du vendredi (50%). Si le projet d'un malus de CITEO exigeant 100% de papier recyclé entrait en vigueur, quelles en seraient les conséquences ?

Nous payons une contribution trop importante à CITEO dont nous devons publier la publicité. Nous sommes évidemment en faveur d'une politique plus vertueuse et en faveur de l'environnement mais pas gérée de cette manière. Si il devait nous être imposé 100% de papiers recyclés, nous combattrions cette injonction.

Il faut créer de nouvelles sources de revenus pour continuer à faire jouer l'orchestre.

Quelle vision avez-vous de la presse au futur ?

J'espère qu'elle existera toujours ! La presse d'information locale conserve un rôle démocratique à jouer. Il suffit de regarder aux États-Unis : les communes qui ont perdu leurs journaux locaux sont celles où Donald Trump a obtenu le plus de suffrages. Il faut continuer à l'aider et soutenir les projets. Nous avons réalisé, au sein de l'Alliance, un plan filière pour demander à l'État de continuer à nous soutenir. Dans ce plan, figure le dossier important des droits voisins qui a été approuvé au Parlement Européen. **Nous travaillons à sa mise en place en France pour être rétribué justement par les GAFA lors de l'utilisation de nos contenus.**

La presse dans son ensemble voit baisser ses revenus liés à la diminution des ventes papier. Des coûts fixes - rédaction, impression, distribution - qui ont tendance à augmenter et le numérique est très peu monétisé, que ce soit en publicité ou en abonnements dont le prix est bien inférieur à l'abonnement papier. Or c'est la même équation, la même rédaction qui produit ces contenus.

Beaucoup de groupes, y compris le nôtre, s'en sortent en créant des activités de diversification. A titre d'exemple, nous réalisons beaucoup d'évènements comme le salon VIVATEC qui a eu lieu en mai, et qui est l'un des premiers salons sur la Tech. Ils nous permettent de compenser la baisse des ventes. ▰ *Propos recueillis par PdF*

www.leparisien.fr

La crème de la presse

Pour la deuxième année consécutive, *« Les Trophées Magazines Maisons de La Presse »*, décernés en partenariat avec Culture Presse, démontrent toute la vivacité et la créativité d'un secteur, malgré la concurrence du numérique.

Ce sont 1400 marchands de presse, via le réseau NAP, qui ont dû choisir entre les 70 titres envoyés par 40 éditeurs.

Trois catégories étaient décernées et les lauréats ont été révélés lors de la manifestation. Les trophées ont été remis à l'occasion du salon Expopresse par Arnaud Ayrolles, président du groupe NAP et Daniel Panetto, président de Culture Presse.

« L'offre de presse se renouvelle et évolue en permanence, il est primordial pour notre réseau de spécialistes de contribuer à la mettre en avant quotidiennement en réponse aux attentes des consommateurs », explique Arnaud Ayrolles, président du groupe NAP.

Catégorie Nouveauté / Nouvelle formule : YUMMYPETS, Uni Medias

Ce nouveau magazine trimestriel, paru pour la première fois le 13 décembre dernier est conçu par et pour les passionnés des animaux de compagnie.

Catégorie Presse culturelle et loisirs : GEO AVENTURE, Prisma Media

Entre reportages d'aventuriers et photographies spectaculaires, GEO Aventure, se fait depuis porte-parole de toutes les communautés d'aventuriers modernes.

Ce titre bimestriel, qui paraît depuis juin 2017, est adapté au lectorat de curieux et de voyageurs qui souhaitent s'évader.

Coup de cœur du réseau : LE 1, FGH Invest

Lancé en 2014 par Eric Fottorino, « Le 1 » décrypte chaque semaine un sujet d'actualité.

Dans un format innovant, le sujet est traité selon différents angles et points de vue, convoquant les regards croisés de philosophes, d'historiens, d'économistes, d'écrivains, de scientifiques, d'artistes...

L'impact civilisationnel du numérique en question

La récente crise que traverse notre pays, si elle n'est qu'un signal parmi tant d'autres, nous interroge sur les promesses d'un monde globalisé et hyper connecté, face à ses limites. Des lanceurs d'alertes - sociologues, journalistes et écrivains - viennent confirmer la nécessaire urgente prise de conscience.

Au cœur du réacteur digital, l'économie de l'attention transformée en addiction

« L'addiction qui se développe, les effets de bulles informationnelles, de déséquilibre, de dissémination de fausses nouvelles et de contre réalités sont aussi et sans doute surtout une production intrinsèque du modèle économique des plateformes. » Et les algorithmes *« les machines-outils de cette économie ».*

Si l'alerte civilisationnelle venait d'un autre, elle serait disqualifiée pour digital bashing. Mais **Bruno Patino**, auteur de *« La civilisation du poisson rouge »*, connait si bien 'la transition numérique' qu'il promeut depuis deux décennies (du *Monde* à France Télévision) que son 'Petit traité sur le marché de l'attention' solidement étayé et glaçant doit être entendu et médité. *« Pour ceux qui ont cru à l'utopie numérique, dont je fais partie, le temps des regrets est arrivé. »* L'alerte de l'actuel directeur éditorial d'Arte France face au nouveau capitalisme digital capable *« de contrôler, manipuler et espionner comme nul autre auparavant »* et qui a remplacé *« l'habitude par l'attention et la satisfaction par l'addiction »* est réelle.

Arrêtons notre servitude volontaire

Le doyen de l'école de journalisme de Sciences Po refuse toute fatalité, devant la puissance des GAFA : ***« Le modèle de servitude volontaire est amendable. Mais il faut s'y mettre. De toute urgence. Il y a une voie possible entre la jungle absolue d'un Internet libertaire et l'univers carcéral de réseaux surveillés. Cette voie possible, c'est la vie en société.*** *Mais nous ne pouvons laisser à ces plates-formes le soin de l'organiser seules, si nous souhaitons qu'elle ne soit pas peuplée d'humains au regard hypnotique qui, enchaînés à leurs écrans, ne savent plus regarder vers le haut.*

Les pistes proposées pour ne plus être *« des poissons rouges enfermés dans le bocal de nos écrans, soumis au manège de nos alertes et de nos messages instantanés »* sont multiples : de la séparation des activités des GAFA à la transparence des algorithmes… et le retour à 'la vie en société' en se libérant de la dictature de son smartphone.

Bruno Patino
La civilisation du poisson rouge
Ed. *Albin Michel*
184 p. 17€.

L'immatériel est la nouvelle utopie postindustrielle

« L'imaginaire de la dématérialisation n'est ni bon pour l'industrie de référence ni pour les acteurs du numérique. Elle donne les arguments permettant à ce microcosme de se couper, se déraciner littéralement de l'espace commun et ainsi se soustraire, l'air de rien, à sa responsabilité sociale, celle qui consiste à s'associer à l'ensemble des acteurs qui tissent la solidarité sociale. »

Avec une certaine provocation, **Antony Mahé, directeur de la connaissance du cabinet Eranos,** déconstruit le mythe fondateur de la dématérialisation, *« un mot valise ».*

L'analyse, appuyée sur les meilleurs auteurs, est bien argumentée et démontre que cette numérisation profite à ceux qui dominent *« l'économie du chiffre ».*

« nouvelle matérialité » : même un message numérique, lu sur un écran plutôt que sur papier, induit l'utilisation d'un dispositif physique (*« smartphone ou tablette »*), une action corporelle pour le consulter. Avec ses conséquences sur la réception, l'attention et la mémorisation qui impliquent la responsabilité collective et éthique des entreprises ; qu'elle soit dans la survalorisation des messages *« lorsque la course à la récupération des datas ainsi que leurs efforts déployés pour être l'appli préférée des utilisateurs, prend le pas dans le mode de communication ».* Ou encore dans leur rôle social : *« en se saisissant des responsabilités politiques, au sens de la vie de la Cité, qui incombent à ces acteurs qui sont manifestement ancrés dans le territoire. »*

« Une communauté locale a besoin d'une continuité matérielle pour exister. » **C'est donc logiquement par un plaidoyer pour une incarnation du territoire que plaide Anthony Mahé à *« ceux qui pensent que c'est en s'attachant à dessiner un territoire commun que l'on donnera du sens à nos échanges et à nos modes de vie qui en découlent ».*** Rien de plus concret et incarné que cette utopie-là.

8 secondes = le temps d'attention du poisson rouge
9 secondes = la capacité de concentration du Millennial
Nous vivons dans le monde des drogués de la connexion stromboscopique. *BrunoPatino*

« Il ne suffit pas de marteler un message, il faut trouver « une bulle d'attention ».

A. Mahé. Cabinet Eranos

Loin d'opposer digital et papier, l'étude du Cabinet Eranos décortique l'efficacité et la complémentarité des deux canaux de communication.
Anthony Mahé, son auteur, distingue les effets d'un message selon trois objectifs : *« chercher à Modeler, à (faire) Eprouver, à (faire) Exister »* permettant d'anticiper le résultat si *« une organisation (ou un individu) active l'un de ces effets dans une démarche d'information ou de communication. »*

Modeler, Eprouver, Exister.
Les impacts tangibles du média courrier ouvrent de nouvelles perspectives de communication pour tous, du citoyen à l'entreprise.

- **Le rite**. 9 Français sur 10 déclarent relever leur boite aux lettres chaque jour et 7 Français sur 10 apprécient ce moment, considéré comme un rituel *(source BALmétrie).*
- **L'émotion**. Relever son courrier procure une émotion positive : c'est un moment de curiosité pour 23% des interviewés et de véritable plaisir pour 17% *(source étude Paper Emotion réalisée en 2018 avec Iligo).*
- **L'effet haptique** (le sens du toucher). 91% des jeunes mamans se sont déclarées comme intéressées par la réception d'échantillons et 28% des femmes déclarent s'être déjà inscrites sur un site internet afin de recevoir un échantillon par voie postale *(source Etudes 2018 'Jeunes Mamans' & Etude 'Beauté').*
- **La considération**. Le courrier adressé est lu en priorité. La réceptivité d'un message est accrue lorsque le message est ciblé : le courrier adressé apparait comme privilégié à 20% devant internet (15%) et l'e-mail (11%) *(source Paperscope).* En effet, le message matérialisé est le signe qu'on a fait quelque chose pour le destinataire.
- **Le temps suspendu**. L'ouverture du courrier est un temps dédié pour 50% des Français *(Source : BALmétrie)*

Anthony Mahé
La dématérialisation n'a pas eu lieu : Enquête sur le mythe du numérique

À paraître en octobre 2019.
Ed. *Les Influences*

L'imprimé, le média qui fait battre le cœur de la France

Comme le montre le Baromètre des Territoires 2019 réalisé par l'Institut Montaigne, les changements liés aux défis de la mondialisation (échanges financiarisés, métropoles urbanisées, entreprises digitalisées...) suscitent des incertitudes et des craintes chez de nombreux Français. Pour Adèle Albano, l'immédiateté en est une. La Directrice générale de MEDIAPOST plaide pour faire confiance à l'imprimé*.

A. Albano

L'instantanéité justifie des propos, des actions, des positions, au prix de toute vérité.

À tel point que les fake news se propagent, sans que l'on connaisse nécessairement leurs origines. L'instantanéité oppose et divise. Aucun sujet n'échappe à cette tendance, à ces excès. C'est le cas de l'imprimé, le fameux « prospectus ». Il est facile aujourd'hui d'ouvrir une controverse à son sujet, de travestir la réalité de son efficacité et de sa présence citoyenne auprès de nos contemporains. Il est également facile de dénigrer l'imprimé publicitaire en mettant en avant des considérations écologiques alors qu'il s'agit pour certains de faire des choix économiques. Ces considérations écologiques, que nous partageons tous, doivent être vues de façon globale et non dans le seul objectif de servir une cause. Preuve de l'efficience de l'imprimé publicitaire et de sa complémentarité avec les médias digitaux : il y a quelques semaines, sur Twitter, un extrait d'une émission française était largement partagé. Cette émission faisait témoigner une femme assise dans sa cuisine qui comparait le prix des lessives en promotion grâce à la lecture de prospectus.

L'imprimé n'est pas le média d'une France usée, dépassée. Non. Il est plus que cela. Il est le média d'une France unie et positive qui évolue dans la mondialisation. Faisons lui confiance et arrêtons les préjugés.

L'imprimé n'appartient pas à l'ancien monde.

Au contraire. Il équilibre le nouveau, celui qui s'ouvre à nous, et aux générations futures. Complémentaire de la radio, de la télévision ou d'Internet, du digital, il atteint nos compatriotes au cœur. Parce qu'il suscite la confiance, l'imprimé est le support naturel des idées et de notre démocratie. Parce qu'il entre dans le quotidien de chacun, sans condition de revenu, d'éducation ou d'équipement, l'imprimé renforce nos liens sociaux. Parce qu'il permet à des milliers de personnes de disposer d'emplois non-délocalisables dans nos territoires, l'imprimé dynamise nos vies locales. Parce qu'il concentre des bons plans et des promotions, il stimule les achats, optimise nos dépenses. Parce qu'il offre l'opportunité à des commerçants et à des artisans de se faire connaître, l'imprimé préserve nos savoir-faire, notre économie. Parce qu'il est issu d'une filière engagée, sensible aux équilibres écologiques, l'imprimé respecte notre santé, notre environnement.

** extraits d'une tribune parue dans CBNews le 31 mars 2019*

Il y a une limite à la numérisation de l'expérience, ce qui reste est explosif

Comme la monnaie, trop de récits dévaluent la narration pour créer ce que **Christian Salmon, L'ère du clash**, appelle *« la spirale du discrédit » : « Sur les réseaux sociaux comme sur les marchés financiers ce qui compte désormais c'est la volatilité créée par des avis imprévisibles » :* cette agonistique fondée sur la surenchère du buzz et la souveraineté des algorithmes définit « l'ère du clash », selon le créateur du concept de 'storytelling' dix ans plutôt.

Si l'auteur se concentre sur la dépréciation de la communication politique - d'Obama à Trump, de Sarkozy à Macron, - son analyse foisonnante éclaire la relativité, voire le discrédit de toute expertise scientifique ou médiatique dopée par « la gouvernementalité algorithmique ». Mais la confiance de la 'pensée calculante' a ses limites *« déclenchant en retour une contre-puissance obscure, celle du monde social qui résiste aveuglement à sa mise en récit. ».*

Face à ceux qui peuvent de mieux en mieux prévoir la plupart des phénomènes sociaux et des comportements humains, *« non pas seulement contrôler, mais neutraliser tout à fait l'expérience »* Salmon nous invite à réinventer la délibération démocratique, les récits collectifs, le souci de l'intérêt général. *« Si la violence se substitue à l'échange, c'est la parole elle-même qui est menacée. »*

Christian Salmon, L'ère du Clash
Fayard 384 p.20,90€.

« Il est utile de dire que le numérique est une culture »

Pour **Dominique Cardon, auteur de Culture numérique,** il est urgent de comprendre la généalogie et l'impact de la « littéracie » digitale, c'est-à-dire la somme des conséquences qu'exerce sur nos sociétés la généralisation des techniques de l'informatique. Il s'agit de décoder ce que les écrans font à nos sociétés, pour (mieux) y vivre avec agilité et prudence. Car pour le sociologue des médias et des technologies de l'information et de la communication à Sciences Po : *« si nous fabriquons le numérique, le numérique nous fabrique aussi ».* Aussi il ne faut pas tomber dans cette facilité qu'il suffit d'être agile avec les outils numériques pour les comprendre, ou de critiquer les grandes plateformes pour connaître le véritable potentiel créatif du web. Loin des Cassandre ou des exaltés, Cardon reste lucide : *« Le web se ferme par le haut, mais toute son histoire montre qu'il s'imagine par le bas. »*

« Être plus réflexif, savoir coder et décoder » telle est l'ambition lucide et éclairante de ce stimulant pédagogue. Nous rappelant à notre devoir de conscience *« sur les limites que nous devons fixer aux calculateurs »* et de curiosité : *« nos usages du web restent très en deçà des potentialités qu'il nous offre. »*

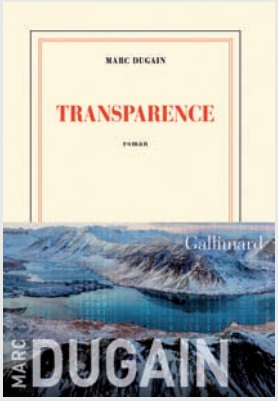
Dominique Cardon
Culture numérique
Sciences Po Les Presses, 430 p. 2019, 19€

Le danger, ce n'est pas tant le transhumanisme qui est une avancée de recherche, c'est la société numérique telle qu'elle est aujourd'hui

« La société numérique a généré une telle masse d'informations disponibles qu'il en a résulté pour les individus une désinformation personnelle créée par l'abondance et l'incapacité de chacun à exercer un esprit critique sur cet ensemble mis à sa disposition. C'est là qu'est né le pouvoir de firme comme la nôtre » affirme le personnage central du dernier roman de **Marc Dugain**, *Transparence*, une entrepreneuse transhumaniste qui, avec son programme 'Endless', prend le pouvoir des corps qui abandonnent toutes fonctions vitales et de Google pour sauver l'humanité.

« Les gens de notre époque ont arrêté progressivement de lire depuis le début du siècle. La lecture a été évincée par les technologies vocales et l'impatience de communiquer au plus vite (...) Au final, sa possibilité de tout savoir l'éloignait de toute construction intellectuelle et culturelle minutieuse, lui évitant le fardeau d'avoir à penser le monde dans lequel il vivait au prétexte d'avoir peu de moyens pour le faire. »

Aujourd'hui la vérité n'est plus du tout une obligation, c'est une option parmi tant d'autres. Dans la continuité de son essai, *L'Homme Nu* (Plon, 2016), le romancier anticipe l'impact d'une numérisation à outrance de nos vies et de notre consentement à la servitude volontaire aux données et à la conformité qu'elle impose. Par un effacement progressif de l'introspection et de la lecture.



Marc Dugain, ***Transparence,***
Ed. *Gallimard,* 222p, 19€.

Ce qui ne va pas dans l'être humain, c'est son enveloppe charnelle

Dans cette dystopie située en 2068 dont la construction réserve des rebondissements et des références au retour du religieux, l'auteur imagine que si l'humanité continue sur sa lancée, l'appauvrissement de l'espèce humaine, de la culture, et de toute ressource naturelle sera notre finalité. Le capitalisme n'aura d'autre d'issue que d'effectuer la transition dématérialisée de nos âmes. Convaincu de faire le bonheur de l'humanité, l'héroïne, secondée par ses 12 collaborateurs, laissera les algorithmes décider qui pourra accéder à cette immortalité proposée, provoquant chez certains un vertige, une excitation mais aussi pour d'autres une déshumanisation et la peur d'un ennui profond. Au pied du mur, l'espèce humaine pourra-t-elle sauver ce qui fait l'essence de son existence ? / *PdF*

LIVRESHEBDO

Le média expert des professionnels du livre

Choisissez votre formule d'abonnement

Livres Hebdo, sur tous vos supports, en fonction de vos besoins

Formule
1 AN

FORMULE PRINT : 418€

FORMULE NUMÉRIQUE : 369€

FORMULE INTÉGRALE : 468€

45 NUMÉROS & 5 SUPPLÉMENTS + ACCÈS COMPLET AU SITE

OFFRE LH CLUB

CLUB

- Livres Hebdo en version numérique et papier + site livreshebdo.fr accessibles pour tous les collaborateurs de votre maison
- Accès personnel pour chaque utilisateur avec identifiant et mot de passe
- Magazine disponible dès le jeudi soir, sur desktop ou appli mobile

Offre sur mesure en fonction de votre effectif

Contactez-nous : abonnement@livreshebdo.fr – 01 44 41 28 46

Le livre est-il écoresponsable ?

Pour Yoan Rivière, l'atelier Culture Papier ambitionnait moins de traiter de manière exhaustive la problématique usée de l'écoresponsabilité du livre que d'infléchir quelques stéréotypes qui collent à la filière du livre encore trop souvent stigmatisée.

Compte rendu de l'atelier Culture Papier Livre Paris du 15 mars

« La première responsabilité d'un livre : trouver son lecteur » *P. Lenoir*

« Un livre écoresponsable est avant tout un livre qui trouve son lecteur. On peut ensuite travailler la provenance des matières, évoquer les problématiques de transports ou autres, mais le meilleur livre éco-conçu sera celui qu'on a vendu » choisit de poser pour premier constat **Pascal Lenoir, Responsable de la Commission Environnemental du SNE, Directeur de la production chez Gallimard,** dans un contexte qui voit à la fois le tirage moyen continuellement baisser (environ 5000 exemplaires à ce jour selon le SNE) et les nouveautés être sans cesse plus nombreuses chaque année (68 199 ont été publiées en 2017 en France selon les données Livres Hebdo/Electre.com).

Le livre consomme 2.5% des 8.9 MT de de papiers et pâtes utilisés en France

Conjuguer diversité éditoriale et visibilité commerciale

Car de ces réalités statistiques lourdes découlent effectivement diverses problématiques, qu'il s'agisse de conjuguer diversité éditoriale et visibilité commerciale ou qu'il faille effectivement réduire le delta entre ce qui est fabriqué et ce qui est vendu.

Si une large part des efforts récemment consentis pour rationaliser la production et la distribution se concentre sur ce type d'ajustements, c'est bien parce que les bases plus directement liées à l'approvisionnement en matières premières et à la fabrication du livre sont solides et relativement éprouvées… *« 93 % des papiers pour l'édition sont certifiés FSC et/ou PEFC. Pas uniquement en France, mais dans le monde entier ! »* précise en effet Pascal Lenoir, qui ne manque pas de citer également la percée de labels comme Imprim'Vert (majoritairement en France, pour le coup), des certifications ISO (14001, notamment), en marge des exigences strictement règlementaires (RBUE, Règlementation Jouet…) qui s'imposent de fait, pour signifier à quel point la filière s'est emparée d'une forme indéniable d'auto-responsabilisation, assurant à la fois l'amélioration fondamentale de ses process ainsi qu'une meilleure traçabilité.

« On ne peut pas accuser le livre d'être nuisible à l'environnement » *P.Lenoir*

Il reste toujours des chemins de progrès

« De vrais problèmes subsistent, comme la décarbonation du transport de livres. Nous mobilisons souvent trop d'énergie pour transporter 200 grammes en 24 heures » tempère Pascal Lenoir, dans ce qui est notamment un effet pervers de l'explosion du e-commerce : les commandes sont éclatées, les livraisons également. Rappelons toutefois que 70 % du bilan carbone d'un livre imprimé est lié au papier, ce qu'il faut évidemment dissocier des procès en déforestation qui lui sont encore faits, la réalité étant qu'il faut en attribuer la faute à de tout autres causes qu'à l'activité papetière (c'est-à-dire à la conversion permanente et définitive des sols pour l'agriculture, l'élevage, la plantation de palmiers à huile, le développement de l'activité minière etc.).

Revenir de la lubie du tout papier recyclé

Reste également le persistant problème de la promotion, parfois quasi-incantatoire, du papier recyclé, dont les 'jusqu'aux boutistes' tendent trop souvent à penser qu'il pourrait assurer à lui tout seul une majeure partie des volumes imprimés produits aujourd'hui. Il ne saurait pourtant s'intercaler partout et sans limite, pour des raisons simples : la boucle de recyclage nécessite un apport constant de fibres vierges d'une part, et nombre de produits imprimés ne sont pas (ou peu) éligibles au papier recyclé d'autre part, pour des raisons souvent industrielles. *« C'est impossible à ce jour de recourir au recyclé sur le segment de l'édition scolaire notamment »* affirme ainsi **Richard Dolando, Directeur des Achats Manufacturing chez Editis,** évoquant notamment des délais de production souvent extrêmement réduits, des formats de plus en plus complexes et différenciés, ainsi qu'une place grandissante de l'iconographie en leur sein, avec les exigences qualitatives qui vont avec. *« Sans oublier des réalités économiques conjoncturelles, rajoute Richard Dolando. L'actuelle flambée des cours mondiaux de pâte à papier impacte d'autant les prix d'approvisionnement, sachant que les fibres à recycler sont aujourd'hui plus chères que les fibres vierges, ce qui est certainement dissuasif en soi… ».*

« Arrêtons de compter l'économie du livre en arbres, le papier se fabrique à partir des résidus du bois »
Culture Papier

Célébrer une écoconception de proximité

Porté par la volonté de fonctionner en « filière directe », **Yves Chagnaud, fondateur des Editions Apeiron,** a tenu à faire fabriquer ses livres *« à moins de cent kilomètres autour de la maison d'édition »*. Illustrant son propos avec le livre *« Histoire de l'Oiseau qui avait perdu sa chanson »*, récompensé par un prix décerné par La Nuit du Livre en 2015, l'éditeur précise avoir fait appel à Maugein Imprimeurs, élaboré une couverture en carton recyclé fabriquée en Creuse grâce à la cartonnerie Jean et veillé à n'imprimer les exemplaires (mille, en tout) qu'à la demande, sans prendre le risque de générer un surplus de stock. Conscient d'opérer ici en quasi-militant, Yves Chagnaud ne sera pas surpris d'entendre notamment Pascal Lenoir souligner qu'avec plus de 60 000 nouveautés par an, un phénomène de péréquation économique voit les gros tirages, difficilement solubles dans des logiques 100 % locales, permettre l'existence de ces initiatives dites « de niche ».

Il n'empêche : la détermination manifestée par Yves Chagnaud s'avère incontestablement communicative et partagée : son *« Effraie Ma Nuit »* a été lauréat de La Nuit du Livre 2019 dans la catégorie 'livre responsable'. *« L'ancrage territorial défendu par Yves Chagnaud est formidable, c'est quelque chose auquel nous sommes évidemment attachés. »* abonde **Monique Barbaroux, Administratrice générale au ministère de la Culture, Haute fonctionnaire au développement durable,** en un temps où ce sont effectivement les circuits courts et les enjeux de proximité, adossés par essence à des emplois non délocalisables, qui doivent incliner les politiques dites « éco-responsables ».

Lauréat Nuit du Livre 2019, Livre éco-responsable. « Effraie ma nuit », Ed Apeiron.
Auteure : Bertille Fallisard
Fabricant : Yves Chagnaud

« Le seuil de basculement pour qu'une tablette soit plus compétitive d'un point de vue écologique se situe entre 40 à 60 livres, alors qu'un Français moyen ne lit que 10 titres par an. » *F.Berthoud, Ecoinfo*

Le voile se lève progressivement sur l'impact réel environnemental du numérique

« Au Ministère, nous sommes avant tout attachés au livre papier. Nous savons ce que coûte le numérique »
Monique Barbaroux

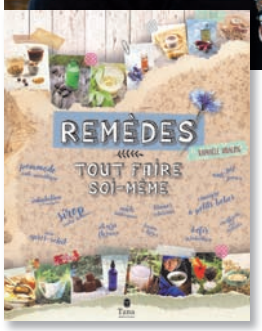
Elle souligne que les arguments de la « dématérialisation verte » ne la duperont pas. Outre que la part du livre numérique dans le chiffre d'affaires total des éditeurs stagne encore en France autour de 7,6 % (il s'est stabilisé autour de 20 % dans les pays les plus enclins à « plébisciter » l'ebook), la véritable empreinte environnementale des tablettes numériques commence enfin à se préciser à travers de nombreux travaux notamment d'Ecoinfo, adossé au CNRS sur leur cycle de vie qui intègrent les ressources rares et non renouvelables indispensables à leur fabrication, les sources d'énergie pour les alimenter et la capacité de recycler des outils aux durées de vies extrêmement courtes…

Le nécessaire rééquilibre des discours environnementaux entre papier et digital reste donc bien une histoire à écrire…

Tana éditions fait parler les acteurs qui font bouger les lignes

Suyapa Hammje, directrice éditoriale à la tête de Tana Éditions depuis janvier 2019, donne une nouvelle orientation écologique à cette maison, jadis spécialisée dans les beaux livres.

Suyapa Hammje



Le scarabée, ce précieux animal emblème de l'éditeur, nettoie les forêts, les bouses de vaches et il participe au recyclage. *« J'ai eu plaisir à découvrir sa symbolique quand j'ai hérité de ce challenge »* se réjouit Suyapa. Dans le groupe Editis depuis plusieurs années, notamment chez Solar, cette passionnée d'écologie prêche en interne pour que le groupe se dote d'une vraie maison d'édition tournée vers la défense de l'environnement. C'est désormais chose faite au moment même d'une prise de conscience sociétale généralisée française et internationale. *« Nous sentons une soif de comprendre de la part de toutes les générations, qui s'accompagne d'une angoisse liée au mouvement de la « collapsologie ». Pour un éditeur, c'est passionnant, je peux faire parler les acteurs qui vont bouger les lignes. »*

Traiter tous les aspects de l'écologie

Livres pratiques, d'analyses sur le climat ou la préservation de l'environnement, ou encore spirituels avec l'écoféminisme, les *« nouvelles utopies »* pour repenser l'économie, la ligne éditoriale dépolit toutes les facettes de l'enjeu *« sans être moralisatrice ou adepte du sacrifice »*. Avec également des romans car *« c'est une bonne manière de traiter ces sujets de façon plus détendue, avec des thèmes de science-fiction ou sur le retour à la nature. »*

Côté fabrication, c'est la même exigence d'éco-conception

« J'ai été grandement aidée car le groupe Editis travaille depuis longtemps avec des papiers FSC. Tana passe par des imprimeurs Imprim'vert - Pollina et Popeck - qui font la totalité de la chaîne et privilégie le papier fabriqué le plus près possible. » On trouve ainsi de l'ORIA PRINT / ORIA PAPEL venant du pays basque espagnol et du MAGNONATURAL de chez SAPPI qui vient d'Allemagne. *« Nous allons aussi débuter à partir des titres de août/septembre une collaboration avec la papeterie CLAIREFONTAINE dans les Vosges. Je ne prends pas de papier recyclé car la filière française est très fragile avec la fermeture des usines d'Arjowiggings. Il faut aller en chercher en dehors de la France et c'était à mes yeux une combinaison antinomique. »*

La directrice souhaite également privilégier des encres végétales, *« même si cela enlève le côté brillant des photos. »* De même, les couvertures sont fabriquées avec des pelliculages sans plastiques. *« L'exercice est très stimulant. Je mobilise mes créatifs pour obtenir de très jolies couvertures en partant d'une contrainte. »* Les premiers titres sortis sont très réussis : *Le potager du paresseux* se retrouve 2ème meilleure vente *« potagers-permaculture »*. Une autre collection *'Tout faire soi-même'* est bien implantée avec 8 titres pour le moment.

PdF

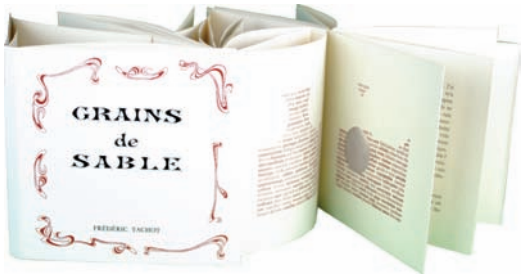
www.editions-tana.com

Nuit du livre : les lauréats 2019

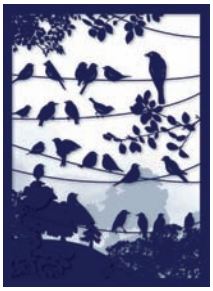
Beaux Livres
34 guitares classiques en taille réelle, Camino Verde
Auteur : **Alberto Martinez**
Fabricante : **Clémentine Jouffroy**

Livres Pratiques
Collection Mathieu Pacaud, Glénat
Auteurs : **Mathieu Pacaud, Philippe Vaures Santamaria**
Fabricantes: **Khadijah Bougrine, Elena Kulikova**

Livres Animés
Famille Acrobate, Hélium
Auteurs : **Anouck Boisrobert, Louis Rigaud**
Fabricante : **Camille Desproges**



Littérature
Grains de sable, Editions du Cassetin
Auteur, concepteur, réalisateur : **Frédéric Tachot**



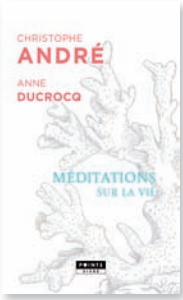
Références
Les Milles secrets des oiseaux, Rustica
Auteure : **Valérie Rideau**
Fabricante : **Gwendoline Da Rocha**

Livres de Photographies
No mor no less
The (M) Editions
Auteurs : **Thomas Sauvin et Kensuke Koike**
Fabricant : **Cyril Taieb**

Livres d'Art
Quatre histoires de blanc et noir gravées par Kupka
RMN/Grand Palais
Auteur : **Frantisek Kupka**
Fabricante: **Isabelle Loric**

Bandes dessinées/ Mangas
Les Montagnes hallucinées
KI-oon
Auteur : **Gou Tanabe**
Fabricante : **Marine Barreyre**

Albums Jeunesse
Pleine Mer, Gauthier Languereau/ Hachette Livre
Auteur : **Antoine Guilloppé**
Fabricante: **Virginie Vassart-Cugini**



Livres de Poche
Méditations sur la vie, Points
Auteurs : **Christophe André, Anne Ducrocq**
Fabricante : **Virginie Kiffer**

Mécénat : Pensez à Biblionef

UN CONSTAT
D'innombrables enfants et adolescents défavorisés à travers le monde restent en marge de toute évolution car ils n'ont pas accès au livre et à la lecture, dans des pays où les systèmes éducatifs sont carencés et insuffisants.
Selon l'Institut statistique de l'UNESCO, en 2015, 751 millions de personnes à travers le monde sont analphabètes, soit 14% de la population mondiale, et encore 617 millions d'enfants et d'adolescents n'atteignent pas les seuils minimaux de compétence en lecture, écriture et mathématiques.
« En dessous du seuil de 50 % d'alphabétisation, aucun développement n'est durable. », revendique Dominique Pace, fondatrice et directrice générale de Biblionef.

L'éducation est la clé de sortie de la pauvreté.

UN OBJECTIF
Biblionef se mobilise depuis 26 ans pour faire accéder chaque année des dizaines de milliers d'enfants et adolescents vulnérables à la lecture en langue française, pour leur ouvrir les portes de l'imaginaire et du rêve, leur donner des clés pour leur avenir, les aider à construire les bases d'un savoir et d'une connaissance auquel tout être humain a droit.

Combien d'enfants demain encore, grâce à nous tous ?

NOTRE PROPOSITION
Une opportunité de donner un sens pragmatique à votre politique RSE.

Un mécénat sur mesure.
Une fiscalité avantageuse.
La Loi Aillagon permet une déduction fiscale égale à 60 % du montant du don effectué dans la limite de 0, 5 % du chiffre d'affaires. A titre d'exemple, un don de 10 000 €, coût réel de 4000 €, permet la fourniture et l'expédition de 3000 livres neufs et choisis d'une valeur de marché minimum de 36 000 €, et la création de 5 bibliothèques scolaires.

Une action de développement durable depuis 26 ans.

- **5 continents**
- **100 pays**
- **+ de 1000 projets**
- **+ de 3000 bibliothèques**
- **+ de 3,5 millions de livres neufs et choisis**
- **+ de 100 millions d'enfants épanouis**

Exemples d'action :
Des centimes qui font du sens.
Vous pouvez aussi mobiliser vos clients autour d'une cause cohérente avec vos valeurs, en leur proposant, par exemple, une légère surfacturation de quelques centimes ou dizaines de centimes d'euros sur leurs factures de consommables, ou une surfacturation plus substantielle sur du matériel d'équipement.

En retour :
- Identification de votre entreprise comme mécène de Biblionef.
- Visibilité de vos actions sur notre communication.

Nous sommes à votre disposition pour envisager toute forme de mécénat.

www.biblionef.com
dominique.pace@biblionef.com
coordination@biblionef.com
Tél : 01 43 40 76 10 / 06 63 18 16 39

BIBLIONEF
"Pour un monde à livre ouvert"

Gutenberg One, un robot-imprimeur bien en marche !

Présenté en 1ère mondiale lors du salon du Livre Paris 2019 à la Porte de Versailles, Gutenberg One est un robot-imprimeur, conçu et produit en France par Gutenberg and Co, qui fabrique un livre en quelques minutes sur le lieu de lecture, d'écriture ou de consultation.

Avec Gutenberg One, le livre accède aux circuits courts.

« Il supprime les coûts logistiques et les délais, avec un minimum de concession sur le livre fini, précise son inventeur **Hubert Pedurand, Président de Gutenberg and Co.** *L'ambition d'ouvrir 222 cafés littéraires en phase avec le Plan Cœur de Ville de l'État pour la redynamisation de centres-villes et générer plus de 700 emplois à travers la France est bien engagé. Le 1er concept store designé par la prestigieuse agence Malherbe Paris est toujours prévu pour Nevers sur 40 m² d'ici septembre 2019 et pour la fin d'année à Paris, « nous recherchons activement 80 à 100 m² dans la capitale ».*

http://www.gutenbergandco.com/

Garantir une exploitation permanente et suivie des ouvrages

S'il intéresse l'Afrique de l'Ouest et toute la Francophonie, dont le taux d'équipement en bibliothèques est très faible, Gutenberg and Co veut se concentrer sur la France et donner de la visibilité aux titres du fonds *« qui sont menacés par la place prise par les best-sellers et le Poche »* ainsi qu'être une alternative aux ruptures des nouveautés via une démarche d'achat de droits auprès des éditeurs. ***« La plupart des éditeurs accueillent favorablement notre souhait de création de notre propre catalogue de nouveautés*** *sous nouvelles couvertures, nouveaux ISBN en mettant en avant des prix supérieurs de 10% au prix catalogue des éditeurs pour ne pas concurrencer le réseau classique »* ajoute Hubert PEDURAND. Gutenberg & Co entend également gommer les désagréments que peuvent rencontrer les libraires : retards croissants dans la préparation des offices et des réassorts, multiplication des ruptures de stock, livres endommagés parce que mal conditionnés etc… avec à la clé une réponse dynamique aux plateformes de distribution qui garantissent une livraison à J+1, y compris le week-end. / *PdF*

Un futur canal de distribution alternatif, écologique, responsable

Une première levée de fonds de 600 KE a été bouclée, la seconde de 1 M€ est en cours, une 3ème de 3 millions est d'ores et déjà prévue mi-2020. Les investisseurs intéressés sont priés de contacter M. Etienne Rosenstiehl, directeur général de Gutenberg & Co via :

e.rosenstiehl@gutenbergandco.com

Le renouveau papier de la revue ADN

Créée en octobre 2014, ADN dédié au marketing, au business, et à la communication, fait peau neuve pour son passage en kiosque.

Béatrice Sutter, rédactrice en chef de L'ADN

Le papier permet de donner le temps de la réflexion, le temps long de l'écriture journalistique avec des enquêtes et témoignages.

La diffusion sur 200 points de vente oblige à penser différemment

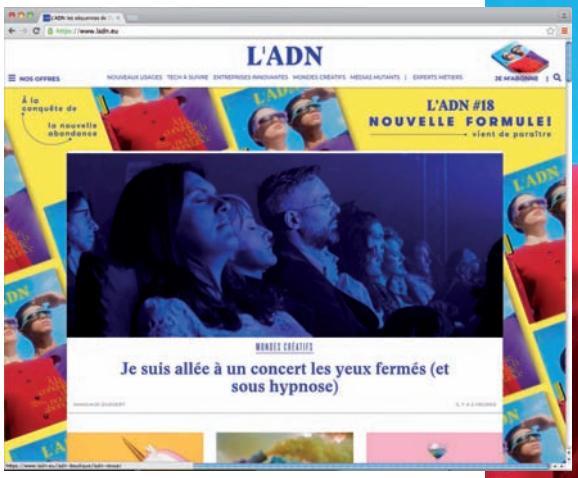
« Élaborée à sa naissance comme un outil de tendances plutôt destinée aux professionnels, l'ADN était seulement disponible sur abonnement et disponibles dans quelques librairies, tandis que son public sur internet s'étoffait, brassant la culture numérique, le business et devenant leader sur la partie BtoB, explique Béatrice Sutter, rédactrice en chef et fondatrice de l'ADN. Nous avons ressenti l'envie de passer en kiosque pour toucher cette clientèle plus large qui nous suit sur internet. »

Du cahier de tendances au magazine

De l'ancienne revue bâtie comme un cahier de tendances avec 6 dossiers sur un papier épais, la nouvelle formule, plus souple, se présente plus comme un magazine : avec des séquences, des grandes interviews de penseurs de l'époque - Peter Singer pour ce premier n° -, un grand dossier et un portfolio d'un artiste, une partie média au cœur de la culture numérique. L'architecture éditoriale se fait autour d'une même thématique : *« De la nouvelle abondance »* pour cet opus. Le trimestriel - de 130 à 200 pages suivant les numéros - est imprimé à 5 000 exemplaires, par Gibert Claray à côté de Tours.

Le site ne pouvait pas se suffire à lui-même

La rédaction a voulu, dès le début de l'aventure, un support papier *« car nous portons un regard critique sur la culture numérique replacée dans une perspective plus longue, revendique Béatrice Sutter. Nous n'écrivons pas de la même façon pour le papier et le numérique. L'ADN s'adresse aux professionnels mais il faut qu'ils soient conscients que la culture numérique a une incidence sociale et politique et que ce n'est pas qu'une affaire de professionnels justement. Les deux formats se complètent très bien. Le format papier reste très exigent mais il permet de décliner et d'approfondir nos propos et nos recherches, il reste essentiel pour nous. »* / PdF



Graphitec : Une 17ème édition sous le signe de l'Innovation !

Graphitec, le ralliement convivial de la filière graphique réunit durant 3 jours du 4 au 6 Juin 2019 en un seul lieu plus de 100 exposants, près de 100 intervenants « experts » pour 8 000 visiteurs (imprimeurs, agences, donneurs d'ordre, créatifs ...) attendus.

Quelles sont les principales tendances pour cette 17ème édition ?

Les innovations 2019 présentées sur le salon concernent principalement les marchés suivants

- La finition et l'embellissement avec une recherche de la personnalisation « extrême »,
- Le web to Print, avec de plus en plus d'offres agiles et modulables,
- Le papier qui ne cesse d'innover pour répondre aux nouveaux défis environnementaux, économiques et sociétaux,
- Les solutions de courrier transactionnel au cœur de la réussite des campagnes de marketing direct.

Comme chaque année, le salon présente-t-il ses « coups de cœur » ?

Bien d'autres nouveautés sont à découvrir sur le salon mais effectivement, le 4 juin au matin, la 17e édition présenté ses *« Coups de Coeur »*. Ce rendez-vous toujours surprenant permet de vérifier la capacité d'innovation de notre filière.

Graphitec reste-t-il le pouls technologique d'une filière qui intégre l'impact du digital ?

La technologie, en permanente évolution, a fait que, ces dernières années, tous les métiers et pas seulement ceux de la filière, ont dû se réinventer.
Côté visiteurs, qu'ils soient imprimeurs, agences de communication ou donneurs d'ordre, nous ressentons un vrai besoin d'information et de formation sur des sujets que nous traiterons lors des conférences, tels l'Intelligence artificielle et la RPA et son impact sur l'industrie des Arts Graphiques, ou encore les investissements stratégiques à entreprendre dans un contexte économique difficile.
Graphitec reste pour tous les visiteurs du salon un lieu de veille et d'échanges

Retrouvez Culture Papier à Graphitec

L'association est présente sur le stand Frenchprint et son Délégué général, Olivier Le Guay anime trois ateliers.

Mercredi 5 juin

10h15 : Catalogues et prospectus, peut-on vraiment se passer de papier ?

Alors que tout un dispositif réglementaire se peaufine pour éradiquer l'imprimé commercial accusé trop systématiquement de gaspillage, les marques et les enseignes de proximité constatent son efficacité en termes de faire venir et de valeur ajoutée. Les consommateurs l'apprécient en termes de pouvoir d'achat et de protection de leurs données personnelles.
Avec *Jean-Marc Piquet, Directeur des marchés publicitaires et catalogues, Groupe Maury, Anthony Mahé, sociologue, Directeur de la connaissance, Eranos (auteur La dématérialisation n'a pas eu lieu. A paraître Editions Passerelles 2019),Damien Verstraete, PDG, 100% VAD, Benoit Frassaint, Président, PO Groupe, Christophe Bossut, cofondateur d'ARGO*

Jeudi 6 juin

9h30 : Création et production : les papiers innovants ou comment s'en servir ?

Ressource naturelle renouvelable et recyclable, le papier ne cesse d'innover pour répondre à de nouveaux défis qu'ils soient environnementaux, économiques et sociétaux. Il est aussi matière à de nouvelles initiatives de complémentarité avec le digital ou de substitutions efficaces aux plastiques.
Avec *Arnaud Jouvance, Sales manager France, PAPTIC, Frédéric Delage, Agent des usines Drewsen, EFP, Béatrice Juillard, co-fondateur, Amplilib, Philippe Mérer, Directeur commercial, Cloître Imprimeurs, Guillaume Pineau-Valencienne, cofondateur et head of sales, ARGO*

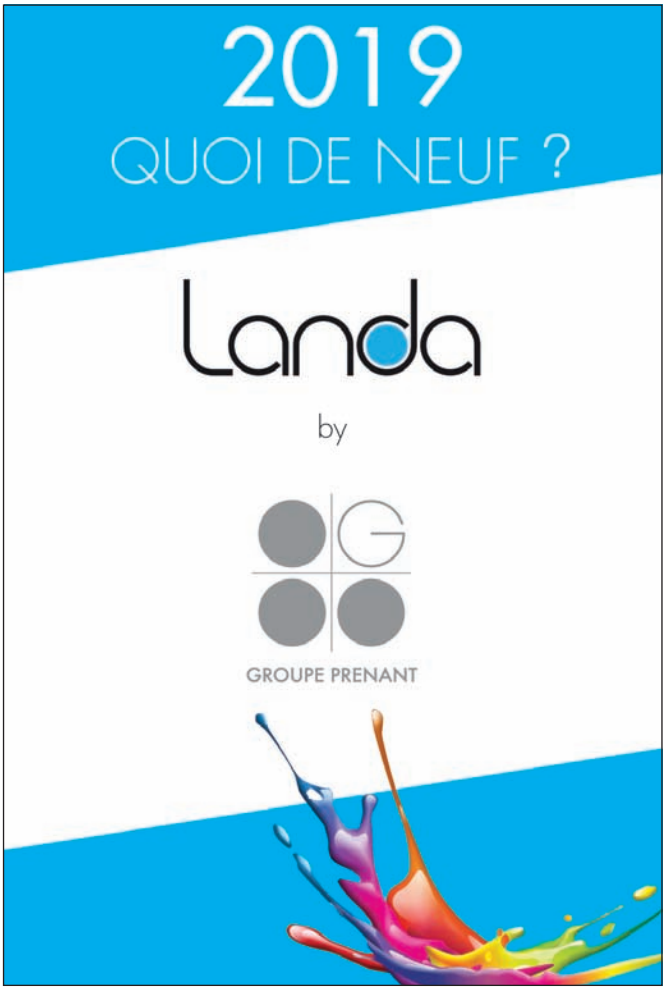
Jeudi 6 juin

14h15 : Comment la communication imprimée peut-elle valoriser ses atouts à l'heure du numérique ?

Tous ceux qui opposent papier et digital oublient que l'imprimé s'est réenchanté avec les outils numériques, avec des circuits de création plus courts, des complémentarités à forte valeur ajoutée. Le papier porte des valeurs d'attention, de réflexion et de proximité qui en font une matière unique pour les marques.
Avec : *Géraldine Gaspard, Responsable marketing de production impression, Canon France, Isabelle Mical, Directrice de la communication, Relais Châteaux, Yvelise Lebon, Directeur Général, Compos Juliot, Cécile Assayag-Zimmermann, Marketing Manager France & Benelux, online printers, Stéphane Cazaud, responsable Agence Ccom, Philippe Bezaguet, Directeur Commercial, Graphique-alliance*

Contacts : 01 44 39 85 00

Programme complet et badge gratuit et permanent sur : www.graphitec.com



À vos agendas

Evènements – atelier – Culture Papier

20 septembre 8h30

Petit-déjeuner Culture Papier

Renseignements et inscriptions :
communication@culture-papier.org

Partenaires Culture Papier

7 juin

Congrès UNIIC – Gardons le cap
« Combien de marins, combien de capitaines »

Armada de Rouen
www.uniic.org

12 juin

Fête de Saint Jean-Porte Latine, Diner CCFI, Cadrat d'Or

École Militaire des Invalides
www.ccfi.asso.fr

Autres événements

du 3 mai au 3 novembre

Papiers peints Tout un art

Maison Bergès
www.maison-berges.fr

du 4 au 7 Juillet

JAPAN EXPO

Parc des Expositions – Parc des Expositions de Paris-Nord-Villepinte
Le rendez-vous incontournable de la culture japonaise et des mangas
www.japan-expo-paris.com

6 juillet

13eme Nuit des Livres (16h- minuit)

Esquelbecq (59470)
www.esquelbook.com

30 septembre, 1 et 2 octobre

LUXE PACK MONACO

L'évènement majeur de la créativité du packaging
Grimaldi Forum Monaco
www.luxepack.com

5 et 6 octobre 2019

L'Eure du Livre

- Le 5 octobre à Saint-Georges-Motel de 10 h 00 à 19 h00, 30 auteurs régionaux
- Le 6 octobre à Chérisy de 10 h 00 à 19 h 00 Festival autour des Mangas et de la BD

www.mairie-cherisy.fr

Retrouver l'âme du papier

Carte Turgot avant restauration

Malaurie AULIAC dans son atelier de Saint-Maurice-de-Satin (Côte-d'Or) restaure tous les types de papier en 2D ou 3D. Son enseigne L'âme du papier, qui fait partie des Entreprises du Patrimoine Vivant (EPV), résume sa philosophie : faire revivre le papier sans en effacer l'histoire.

Malaurie Auliac

www.lamedupapier.fr

Quelles sortes de documents imprimés traitez-vous ?

Tous types de papiers, aussi bien d'origine végétale qu'animale comme les parchemins. Ainsi je retrouve des affiches, des livres, des lettres, des documents publicitaires, des journaux et magazines, des peintures sur papier, des manuscrits. C'est une spécialité très riche et variée et j'ai notamment eu la chance de réparer une enluminure du IXème siècle toute petite, très abimée, même si je l'ai surtout stabilisée.

Les propriétaires sont plutôt les institutions publiques ?

En effet, elles constituent 90 % de ma clientèle – le Musée d'Orsay, celui des Invalides, le Musée Magnin de Dijon… Les 10% restant étant des particuliers, des collectionneurs qui peuvent posséder parmi les plus belles pièces existantes et donc des objets de grande valeur. Ce sont souvent des plans domaniaux, de très grandes cartes. En Bourgogne, cela ne manque pas avec les domaines viticoles ! Il y a 3 ans, j'ai travaillé sur le Paris Turgot de la ville de Paris, datant du 18ème siècle, qui fait près de 2,5 mètres sur 3. Il est constitué de plusieurs planches de gravures assemblées et appartient à un collectionneur privé. Ma clientèle est exclusivement sur le territoire français.

Quelles sont vos principales techniques ?

Elles proviennent essentiellement du Japon, tout comme les matériaux. Des papiers japonais permettent de stabiliser les déchirures et les plis. Je fais ainsi des doublages, ajoute des bandes de papier qui renforcent, à l'aide de colles, les éléments dégradés qui ont perdu leur souplesse ou fragilisés. S'il y a un trou, j'utilise du papier japonais contemporain que je peux teinter et je fais une greffe discrète. Les fibres du papier japonais ont l'avantage d'être naturellement neutres, d'excellente qualité, sans traitement chimique. Il est difficile de trouver son équivalent en Occident.

Est-ce un métier qui intéresse les jeunes ?

Cela fait une dizaine d'années que j'enseigne à l'École de Condé et j'observe un intérêt grandissant des jeunes pour les arts graphiques et la restauration du patrimoine en général. C'est un métier qui leur plait. Ils ont besoin de se recentrer sur le passé et sur de la matérialité. *PdF*

Daniel Mar sculpte ses rêves dans l'épaisseur de la feuille

Dans un langage visuel épuré, Daniel Mar travaille le papier, pas seulement avec des objets contondants mais avec des idées délicatement ciselées.

La vie est belle (détail)

« Les idées n'ont qu'une valeur tactique » *Francis Ponge*

Si certains ont l'angoisse de la page blanche, Daniel Mar a, lui, trouvé dans l'épaisseur du papier un puits d'imagination. La poésie peut naître des images aussi bien que des mots, surtout chez un artiste qui, aimant écrire, a un sens très aigu du titrage et de son pouvoir de suggestion pour donner une pluralité de sens à ses œuvres. Comme souvent, nul besoin besoin d'en connaitre le titre d'un tableau pour en savourer la subtilité spirituelle, dans les deux sens du terme. L'exposition *« Paper Art »* joue sur la confrontation - ou plutôt l'intime rapprochement - de ses deux moyens d'expression et de la vérité substantielle qui en surgit ?

Dans l'épaisseur d'une feuille de papier

Il y a, dans les tableaux sculptés de Daniel Mar, au prix d'un immense travail, de la substance des plus grands poètes – la magie du collage cher à Prévert ou de l'association décalée chère à Ponge. Difficile de les résumer tant ils captent l'air, la profondeur ou le fuite du temps. Ce temps qui tient comme suspendu dans ses découpages magistraux, inspirés des techniques et portés par des papiers venus du monde entier. Chacun pourra - comme sur toute véritable œuvre d'art - y jeter des mots ou élever ses émotions. Mais la vérité se glisse parfois ailleurs - non pas entre les lignes - mais dans les fibres de cellulose.

Surprendre votre premier regard

Une poésie et une morale s'en dégagent, avec une espèce - pardon plutôt – un 'espace' d'évidence. Tableau et titre poursuivent ici le même but : dissocier les séquences de nos habitudes mentales (le papier n'est plus une surface balisée par des caractères en surface) mais un relief propice à toutes sortes de divagation, de l'évasion à l'enchantement. Daniel Mar joue sur nos images pour les bousculer et corriger notre quotidien, donner aux lieux communs et aux bienséances le coup de pouce qui fait chavirer le décor, et nos murs.

Mais leur véritable sens se cache dans une enveloppe scellée au dos de chaque tableau concerné (heureusement elles figurent aussi, en intégralité, dans son catalogue *« Paper Art »*. Daniel Mar n'a pas fini de surprendre votre premier regard. *OLG*

Enracinement

L'échappatoire

Paper Art. Daniel Mar sculpteur d'histoires

MUSÉE DU PAPIER
jusqu'au 5 janvier 2020
Musique du papier Angoulême
134 rue de Bordeaux - Angoulême

www.maam.angouleme.fr

Bestiaires de papier, du rouleau peint à l'affiche publicitaire

Deux expositions consacrent l'imagerie animale dans notre mémoire collective à force d'être exposée sur nos murs.

Madagascar Design et édition Papier peint des années 70, Langenwetzendorf, Allemagne Imprimé en Allemagne Papier continu, impression mécanique, héliographie

Manufacture Inconnue, France Années 1860 Papier continu, fond mat, impression à la planche .jpg

Domestiques ou sauvages, familiers ou exotiques les animaux n'ont pas seulement été au côté de l'homme, ils ont forgé son imaginaire. Depuis l'art pariétal, l'être humain requiert l'animal, réel ou fantastique, pour intercéder en sa faveur. Entre réalité quotidienne et monde imaginaire, magique ou religieux, il le réinvente pour agrémenter la vie ou en expliquer les mystères.

« Le papier peint, comme les autres arts décoratifs, le représente fréquemment, rappelle les commissaires du Musée du papier peint, de façon naturaliste ou stylisée, en jouant sur l'émotion qu'il procure : le cheval et le chien instaurent un climat de confiance, les oiseaux et les insectes s'insèrent dans des ramages verdoyants et apaisants tandis que la faune sauvage stimule l'imagination en évoquant des contrées lointaines »

« La réclame, à la fin du XIXe siècle, puis la publicité s'en sont efficacement emparées, confient de leur côté Diego Zaccaria et Marc H. Choko, les commissaires du Centre du graphisme d'Échirolles, pour établir un lien de connivence entre le produit (voire l'idée) à promouvoir et le public ciblé. Jouant sur la sympathie que suscite l'animal, les publicités, qui l'utilisent, provoquent le sourire et emportent l'adhésion à l'achat d'un billet d'avion ou d'un bien de consommation courante. »

À partir de l'apparence de l'animal et du caractère qui lui est prêté, des systèmes de valeurs esthétiques, sociales et morales ont été portés par du papier au fil des siècles. *PdF*

Musée du papier peint, un fonds permanent

Situé à Rixheim en Alsace, ce Musée labélisé Musée de France recèle des papiers peints datant du 18ème siècle jusqu'à aujourd'hui. Le visiteur peut découvrir les machines d'époque de la manufacture ainsi que 8 papiers peints panoramiques survolant l'évolution des modes : scènes historiées – guerre d'indépendance de la Grèce, vues exotiques de pays lointains (Inde, Brésil) Puis paradisiaques, jusqu'à une récente œuvre du dessinateur Alain Le Foll de 1975.

A visiter

Le bestiaire du mur

Jusqu'au 23 septembre
Commanderie de Rixheim
www.museepapierpeint.org

Bêtes d'affiches, une saga publicitaire.

Jusqu'au 30 août
Centre du graphisme.
Place de la Libération 38130 Échirolles
www.echirolles-centredugraphisme.com

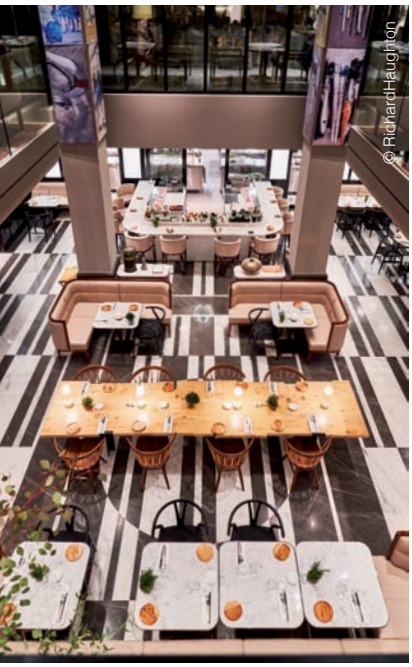
Un nouveau MOF et 2 ouvertures

Frédéric Simonin

25 rue Bayen – 75017 Paris - Tel : 01 45 74 74 74
www.fredericsimonin.com

Menus déjeuner :
44€ (2 plats), 55€ (3 plats).
Carte : 130 € env

Décor noir et blanc comme une évocation des touches d'un piano à queue, la partition que joue Frédéric Simonin dans son restaurant éponyme de la rue Bayen réserve de très belles envolées. Tout juste devenu Meilleur Ouvrier de France (MOF) Cuisine cet automne, ce chef étoilé s'engage pour promouvoir une alimentation éthique et responsable. Coté sociétal, Il est l'Ambassadeur de l'association 'Bleu Blanc Cœur', qui réunit des éleveurs soucieux de *« bien nourrir les animaux pour bien nourrir les hommes »*. Coté cuisine, ses recettes sont empreintes de la patte Robuchon, dont il fut le disciple, tout en ayant su aussi s'en affranchir, comme en témoigne son récent livre *« La cuisine d'un chef engagé » (Chêne 2018).*
Tout commence par le mythique amuse-bouche qu'il développa à La Table de Robuchon justement : le petit pot de foie gras, réduction de Porto Vintage, émulsion de parmesan reggiano, puis Tourteau, pétales de navet daïkon et radis Bleu Meat ; Asperges vertes gratinées au vieux parmesan, anchois de Cantabrie ; ris de veau à la fregola au goût d'une carbonara. Les desserts de Guillaume Levasseur suivent avec allégresse le tempo : soufflé au Yuzu ou meringue à la française, espuma de litchi à l'eau de rose, sorbet framboise. Un voyage où selon Erik Orsenna *« un cuisinier géographe écrit pour vous la Terre »*.


© RichardHaughton

Brasserie Lutétia

Elle était attendue depuis la rénovation du seul palace de la Rive gauche et l'ouverture du Saint-Germain *(cf mag 31).* La mythique brasserie est désormais ouverte depuis février.
Elle a été complètement métamorphosée par l'architecte Jean-Michel Willemotte qui a repris la hauteur sous plafond d'origine avec une mezzanine qui se prolonge par une terrasse intérieure, à l'endroit de l'ancien emplacement de L'Abbaye aux Bois, cher à Chateaubriand et Juliette Récamier.
Fresques évoquant des artistes, marbres blancs et noirs, cuirs blancs, bois acajou et blonds, le confort de l'endroit invite à flâner. Pour la renaissance, il fallait un chef décapant dans tous les sens du terme. Gérald Passedat descendu de son Petit Nice à Marseille assume d'ensoleiller la cuisine : aïoli des familles, jaffa avocado (avocat – saumon et mangue) mais surtout l'exceptionnelle brandade de cabillaud gratinée. Le soufflé 'tout passion' achève cette fête du palais. Une adresse mythique qui se forge déjà un bel avenir.

Menus déjeuner :
42€, 85€, soir : 85€-95
45 Boulevard Raspail,
75006 Paris. Tél. 01 49 54 46 92.
www.hotellutetia.com/fr/brasserie

Brasserie Bellanger

Ouverte le 24 avril par un duo de jeunes passionnés de restauration, Victor et Charly qui décident de réhabiliter les recettes de l'arrière arrière-arrière-grande-tante de Charly, Marie-Louise Bellanger : sole meunière, bœuf Bourguignon, croque-monsieur, Paris-Brest... Mais attentifs aux enjeux d'aujourd'hui : les produits sont tracés issus de fermes ou producteurs responsables. Pour cela, ils ont parcouru la France pour trouver les perles rares comme les volailles élevées en Bresse chez Bosoni ou la moutarde produite dans le Perche par la maison Clarence. Le tout mis en musique par le chef Thibault Darteyre, passé Chez Constant, et à des prix très raisonnables. Le lieu enfin séduit aussi : tout en angle où les codes de la brasserie ont été redynamisés par le cabinet franco-londonien, 3B Designers avec ses deux bars, un en face le barman, l'autre devant la cuisine et un mélange détonnant de formes, de couleurs et de verdure. Une bouffée d'air frais.
Ouvert tous les jours de 12h à minuit sans réservation. Carte : 25-30 € environ.

140 rue du Faubourg Poissonnière - 75010 Paris
www.victoretcharly.com

Des livres et des idées

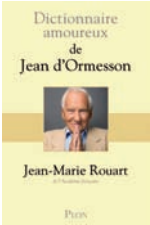
Isabelle Minière
Je suis né laid
Serge Safran éditions 248p, 17,90€.
Roman

Arthur aurait tout pour être heureux, des parents aimants dans un milieu privilégié, sauf qu'il est né laid ! Pas moche, mais vraiment laid ! Et aucune intervention chirurgicale n'est possible avant l'âge adulte. L'enfant, puis l'adolescent enfin l'étudiant devra vivre avec, enfermé dans une solitude sociale. Alors que sa mère a plus de mal avec l'apparence de son enfant, son père s'en inspirera pour devenir sculpteur. La romancière Isabelle Minière nous livre ici, avec beaucoup de finesse, une réflexion sur l'apparence. L'importance du physique qui détermine plus ou moins votre place dans la société, malgré la beauté intérieure des êtres.

Stéphane Laurent
Le geste et la pensée. Artistes contre artisans de l'antiquité à nos jours.
CNRS Editions 2019. 416 pages, 25€.
Histoire

A l'heure où le manque d'artisans se fait cruellement ressentir, Stéphane Laurent, historien de l'art, rappelle dans un récit passionnant qu'il faut en rechercher les causes dans *« une sorte d'idolâtrie pour la figure du créateur individualiste et privilégié ».* Cet *« intellectualisme dominateur »* qui privilégie le visuel est au cœur de l'antagonisme main (de l'artisan) vs pensée (de l'artiste). Il remonte aux Grecs même si la notion d'artiste est une invention politique du XIIIe siècle, qui s'affirme à la Renaissance où *« une connivence s'est établie entre l'artiste et le pouvoir ».* La maitrise des évolutions des techniques et du dessin, et l'autonomisation d'un statut social d'exception attachée à la signature a fini par séparer le prix du travail de création du coût du matériau et du temps d'exécution. Pour sortir d'une culture 'monochrome' le professeur à l'université Panthéon-Sorbonne appelle à une refondation culturelle, où les artisans réaffirment leur contribution indispensable à l'histoire des formes.

Jean-Marie Rouart
Le Dictionnaire amoureux de Jean d'Ormesson
Plon, 451p, 25€.
Dictionnaire



L'Académicien au regard bleu nous avait fait l'honneur de clamer son amour du papier dans ce magazine. C'est un autre Académicien, Jean-Marie Rouart, ami intime, qui livre chez Plon, ce *« Dictionnaire amoureux ».* Creuset indispensable à tous les admirateurs pour mieux cerner l'auteur de *La Douane de mer* ou de *Voyez comme on danse*. Tous les écrivains qu'il a admirés sont croqués : Nourissier, Kessel, et bien évidement Châteaubriand qui le poursuivit toute sa vie et auquel il consacra une biographie 'amoureuse' Mon dernier rêve sera pour vous… comme sont peints les lieux qu'ils affectionnaient – Rome, Venise, La Corse… C'est aussi un d'Ormesson plus intime qui se dévoile : *« quand il perd sa mère, un monde s'écroule » ;* les relations avec son père *« pleines d'affection et de respect ne furent pas toujours faciles » ;* Olivier Cadot, son cuisinier-majordome, véritable 'Leporello', *« le moins célèbre des familiers de Jean d'O et certainement l'un de ceux qui l'ont le mieux connu » …* Sans oublier ; les femmes et l'amour, sel de la vie du romancier : sa femme Françoise qui avouait dans une interview au Figaro *« Jean n'a jamais été un mari, mais ce fut un merveilleux compagnon »,* sa fille Héloïse et sa petite-fille Marie-Sarah. Ce dictionnaire sensible et profond permet de mesurer l'épaisseur de Jean d'O et de sortir d'une image trop lisse d'un moderne aux multiples facettes.

Jean-Baptiste Naudet
La Blessure
L'Iconoclaste, 298p, 17€. Roman

Jean-Baptiste Naudet, grand reporter à l'Obs et au Monde, signe un roman empreint de sa propre vie, lui-même journaliste au moment de la crise des Balkans. Robert Sipière le fiancé de Danièle est envoyé sur le front Kabyle durant la guerre d'Algérie. Les lettres qu'il envoie et qu'il reçoit de sa bien-aimée l'aide à tenir au milieu de la barbarie, de la torture et de la mort. Bien des années plus tard, alors que Robert est mort au front, Danièle sombre dans la folie. Son fils, Jean-Baptiste, n'est pas loin de suivre le même chemin. La Blessure qui a reçu le Prix spécial du jury de l'ESJ-Maison Blanche prend aux tripes dans un style littéraire alternant la pudeur et la crudité réaliste de la guerre.

Eva Illouz
Les Marchandises émotionnelles
Editions Premier Parallèle. 424 p. 24€
Essai

De l'expérience 'authentique' au 'bien être' d'être soi, la production d'émotions intégrées dans la marchandise est devenue illimitée ; du luxe à la culture. Bienvenue dans la marchandisation normative des *« emodity »,* contraction d'emotional commodity où *« les effets émotionnels produits ou portés par une marchandise deviennent la valeur même de cette marchandise »* ! Après « Happycratie », où la sociologue révélait comment l'industrie du bonheur avait pris possession de nos vies, Eva Illouz dans un ouvrage collectif décrit les diktats de ce *« capitalisme émotionnel »* qui *« vise à déterminer par les sentiments et l'émotion, les ressorts » de notre individualité moderne. »* La force de ce marketing 'expérientiel' est d'autant plus efficace qu'il nous intègre comme coproducteur et héraut principal de ces emodities, véritables miroirs de nos désirs actuels ou à venir.

Héliane Bernard et Christian-Alexandre Faure
La Colline aux Corbeaux
Éditions Libel, 390p, 21 €.
Roman historique

Immense travail de recherche fourni par les historiens Héliane Bernard et Christian-Alexandre Faure qui nous plonge dans l'histoire de l'imprimerie entre Lyon et Venise au début du XVIe siècle dans un roman riche d'illustrations, notamment le plan scénographique de Lyon vers 1548 et La Vue perspective de Venise de Jacopo De'Barbari. Ce premier volume de cette saga, Les Dents noires, qui en comportera trois – le 2ème paraitra en octobre - croise le destin de deux jeunes typographes, issus de la communauté florentine exilés à Lyon. Un roman qui enchantera les passionnés de l'histoire de l'imprimerie.

Nos clients cherchent à faire partager une émotion

Le groupe Fedrigoni, leader mondial des papiers spéciaux avec un résultat supérieur à 1.1 milliards en 2018, dispose de 14 sites de production et distribue ses papiers dans plus de 100 pays. Il vient de rejoindre Culture Papier. Séverine Calmus, sa directrice générale France, nous en expose les raisons.

www.fedrigoni.fr

Quelles sont les principales caractéristiques de Fedrigoni et de ses papiers ?

Fedrigoni France se distingue par sa position unique sur le marché français : des papiers de création haut-de-gamme (avec 3 000 références environ) fortement différenciants, une volonté de s'adresser à tous les acteurs de la chaine graphique et une distribution directe assurée par un stock central situé à Choisy le roi.

Notre engagement : accompagner nos clients - des graphistes indépendants, des agences de communications, des annonceurs, des plateformes de fabrications, des éditeurs, des transformateurs - dans leurs projets, aller au-delà de la simple promotion du papier, apporter du fond, animer, innover et convaincre.

Le projet Anne de Vandière que Fedrigoni vient de réaliser est une illustration de son engagement à accompagner ses clients **Un outil comparatif entre 7 papiers de créations et 3 techniques d'impression. Une seule et unique composition graphique pour les 21 livrets qui le composent, afin de faciliter la comparaison.**

Que recherchent vos clients en choisissant vos papiers ?

Ils cherchent à se différencier, à séduire et à positionner leur image de marque.

La tendance actuelle tend vers une communication plus sélective mais mieux ciblée. Le choix du support doit servir la création pour des rendus d'impression exceptionnels et un document qui a une âme. Le papier doit restituer l'univers du sujet imprimé, soutenir la marque.

Pour y répondre, nos clients s'appuient sur un fournisseur solide, qui propose une très large gamme de papiers, dont l'étendue des grammages, des formats et des finitions permettent de répondre à toutes les demandes.

Au-delà de la créativité des papiers, nos clients recherchent un service, et une proximité, facilitant ainsi l'aboutissement de leurs projets.

Comment voyez-vous l'avenir du papier dans 5 ou 10 ans ?

Je vois l'utilisation du papier à bon escient, en tant qu'objet. Le print s'inscrit dans une démarche globale de communication et doit avoir une parfaite complémentarité avec les autres axes retenus, notamment le web.

Toucher, personnalisation, proximité, possibilité de le conserver sont autant d'atouts inhérents au papier.

La perception du message est totalement différente qu'il soit imprimé ou envoyé par mail.

L'avenir du papier dépendra, malgré tout, des comportements de consommation future des pays émergeants notamment l'Inde et l'Afrique.

Le papier est souvent victime de fausses informations, d'où vient cette méconnaissance ?

Déforestation, pollution, gaspillage… le papier a mauvaise presse et l'image qu'on y associe rime rarement avec écologie. Pourtant, les principaux producteurs ont toujours pris en considération les aspects environnementaux. Fedrigoni a, depuis toujours, porté une grande attention au respect de l'environnement. Cette attention commence avec le choix des matières premières, provenant exclusivement de fournisseurs soucieux du respect des règles environnementales, ainsi que par les unités de production dont l'énergie provient de systèmes de cogénération. En ce qui concerne plus précisément la déforestation, 100 % de nos produits sont labellisés et Monsieur Fedrigoni avait été très précurseur en créant une charte appelée Well Managed Forest bien avant que FSC & PEFC évangélisent le marché.

On ne pointe pas assez l'impact du numérique sur l'environnement.

Malheureusement il s'agit essentiellement de la force du matraquage médiatique et des mouvements écologistes. Il ne s'agit pas d'être excessif et passer de l'électricité à la bougie, même si effectivement l'utilisation des ressources en général est une question de conscience collective.

Selon une étude basée sur l'analyse du cycle de vie, publiée en 2011 par l'ADEME, dans une entreprise de 100 personnes en France, chaque collaborateur reçoit environ 58 courriels et en envoie 33 par jour ce qui génère des émissions équivalentes à 180 kg de CO_2 par an… soit plus de 1000 km parcourus en voiture. **Le poids des pièces jointes et le nombre de destinataires ne font qu'ajouter à l'empreinte écologique** : en multipliant par dix le nombre de destinataires, on multiplie par quatre son impact climatique.

Pourquoi avoir choisi de rejoindre Culture Papier ?

Il est important de se regrouper pour avoir plus de poids et agir de façon commune auprès des institutions et plus généralement du grand public.

Culture papier représente très bien notre filière. Nous apprécions particulièrement les sujets concernant les enjeux de demain, la réflexion autour de la stratégie de communication des annonceurs, et la façon intéressante de contrecarrer certaines idées reçues au travers d'exemples concrets.

Nous souhaitions participer activement à une association regroupant des professionnels de différents secteurs ayant le même objectif : faire vivre le papier ! *PdF*

Fedrigoni en chiffres

- 1888, date de création à Vérone
- 3000 références
- 455 000 Tonnes produites

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

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

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

AGEFOS PME CGM COMMUNICATION GRAPHIQUE ET MULTIMÉDIA
mandaté par l'OPCO des Entreprises de proximité

IDEP
Institut de développement et d'expertise du plurimédia

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.