LETTRE D'INFO N°20-BAT2_Mise en page 1 04/11/2016 12:09 Page1

20
NOVEMBRE 2016

Culture Papier

LA LETTRE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU PAPIER ET DE L'IMPRIMÉ

Rencontre avec

Serge Joncour
« On se sert plus que jamais du papier »

Retour sur :
La Drupa 2016

La Nouvelle campagne Culture Papier

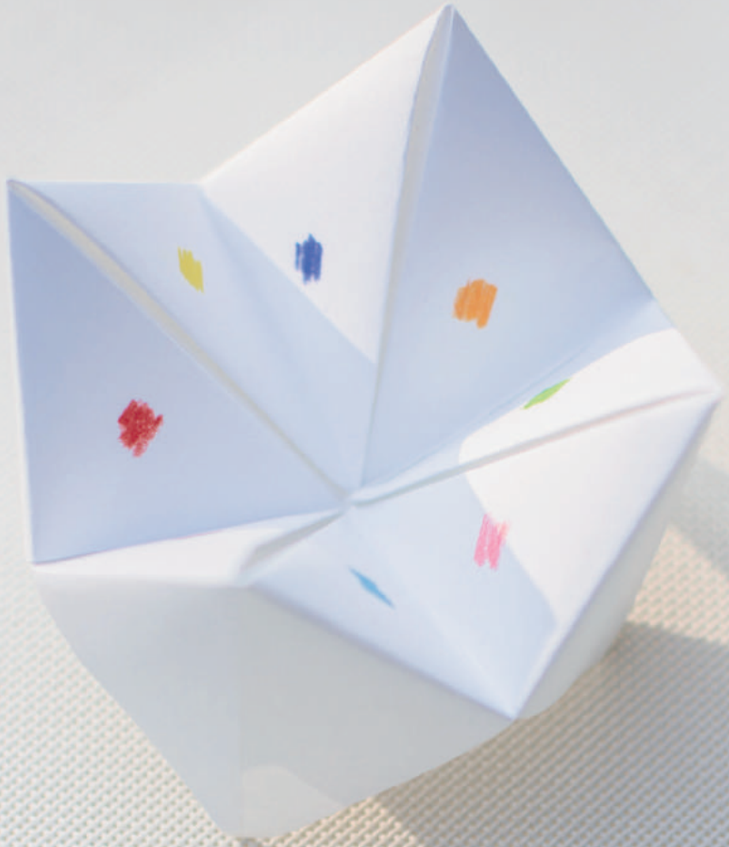
Parole publique :
Jacques Grosperrin

L'École Estienne
L'élite de la formation

Grand témoin

Christine Kerdellant

« Je consomme autant de papier que d'internet »



LE PAPIER EST NOTRE MÉTIER. ENSEMBLE, CONTINUONS DE LE RÉINVENTER.

Portons les valeurs de notre métier pour faire perdurer une filière qui fait travailler plus de 500 000 personnes en France. Culture Papier sensibilise les pouvoirs publics, les décideurs économiques et l'opinion au rôle économique, social et culturel du papier et de l'imprimé. Rejoignez-nous en adhérant à Culture Papier et réinventons ensemble notre métier.

Mediaprism

LE PAPIER N'A PAS FINI DE NOUS SURPRENDRE

culture papier

POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DU PAPIER ET DE L'IMPRIMÉ

/ sommaire

P. 4-7 GRANDS TÉMOINS
P. 4-5 / Serge Joncour
P. 6-7 / Christine Kerdellant

P. 8 CULTURE INTITIATIVE
/ Cyclopédie : à vélo pour les librairies francophones
/ Le Prix : Hors concours

P. 10 CULTRE CRÉATION
/ La Ville rêvée
/ Le Livre en débat

P. 12-13 CULTURE ÉVÉNEMENT
/ Drupa 2016 : une fenêtre sur l'imprimé de demain ?

P. 14-15 CULTURE DURABLE
/ Baromètre Pap 50
/ Une seconde vie pour les manuels scolaires

P. 16-17 CULTURE COMMUNICATION
/ Le papier vecteur d'émotion

P. 18 PAROLE PUBLIQUE
/ Jacques Grosperrin, Sénateur contre le tout numérique à l'école

P. 20-23 PETITS DÉJEUNERS CULTURE PAPIER
P. 20-21 / Les Lectures solidaires à l'honneur
P. 22-23 / 180° : L'Autre facette de la presse gastronomique

P. 24-25 CULTURE FORMATION
/ L'école Estienne

P. 26 CULTURE PATRIMOINE
/ La Commission Malraux pour l'Europe de la Culture

P. 28 LES AMIS DE CULTURE PAPIER
/ La démocratie immature
/ Présumées coupables
/ Camille et Merveille

P. 29 LES TROPHÉES DE LA COM

P. 30 LES ADRESSES CULTURE PAPIER
/ Chez Jules et Léonie
/ Chez Julien

/ édito

A l'heure de notre 6e colloque, le papier est plus que jamais au cœur des enjeux. Son titre : « *Le papier accompagne nos vies* » en apportera la preuve. En effet, quoi de plus vrai et de plus quotidien que les multiples usages du papier. Qui plus est, le papier demeure un vecteur d'émotion et de réflexion. La nouvelle communication de Culture Papier, qui se déclinera par une campagne d'imprimés, un film et un spot radio rappelle cette évidence. La presse, le livre, l'imprimé publicitaire, le cartonnage, l'emballage rythment et facilitent les heures et les jours de nos vies. Pourtant d'autres voies s'emploient toujours à diaboliser le papier n'hésitant pas à véhiculer des fausses idées notamment en terme d'environnement alors que c'est un modèle vertueux d'économie durable et bientôt avec les efforts de tous dans le recyclage de cette ressource renouvelable, d'économie circulaire !

Et qu'importe si sous couvert d'économie de papier la charge de l'impression est transférée aux Français, car qui imagine que personne n'imprimera ses déclarations fiscales, ses factures ou ses contrats pour garder une trace tangible dans ses archives ! Qu'importe si notre liberté de choisir, de recevoir par courrier ou par mail des informations essentielles, est sans cesse bafouée ! Qu'importe si l'égalité des Français n'est pas respectée puisque près de 20% de nos concitoyens ne sont pas connectés à internet et n'ont pas accès aux professions de foi ! Qu'importe si la sécurité et l'utilisation des données personnelles ne sont pas garanties, puisqu'aujourd'hui leur respect n'est pas garantie et qu'aucun support numérique ne peut confirmer leur pérennité au delà de dix ans !

Ne nous trompons pas de combat, la dématérialisation de nos documents sous couvert d'économies de papiers ou d'imprimés déplace, en grande partie, et directement le coût d'archivage sur les citoyens. Tous ces enjeux de société font de notre colloque annuel du 15 novembre LE rendez-vous incontournable de la filière et de la culture du Papier.

Alain Kouck, *Président de Culture Papier*

La Lettre Culture Papier N°20 - Novembre 2016

Culture Papier, 68 Bd Saint Marcel 75005 Paris - **Directeur de la publication :** Alain Kouck - president@culture-papier.org / **Directeur de la rédaction :** Alain Kouck / **Rédactrice en chef :** Patricia de Figueiredo - pdefigueiredo@culture-papier.org / **Rédacteurs :** Delphine Dubreuil, Yoan Rivière et Stéphanie Robert / **Studio de création :** Vitamine-Z - www.vitamine-z.net / **Crédits photos :** Photo de couverture : Jean-Luc Bertini - Flammarion / Sauf mentions contraires, David Marmier pour Culture Papier / **Papier et impression :** Magazine imprimé par Fabrègue Imprimeur - www.fabregueimprimeur.fr - sur papier CyclusOffset, écolabélisé, 100% recyclé, fabriqué en France par Arjowiggins Graphic et distribué par Antalis - www.antalis.fr / **Enveloppes :** Ghesquieres / **Routage :** Nord Mailing / **Hébergement de Culture Papier :** UNIIC / **Commission paritaire :** 1012G90569 / **ISSN :** 2493-3511 / **www.culture-papier.com**

CyclusOffset est un papier offset surfacé 100% recyclé, à la blancheur authentique, unique. Le papier accentue le message créatif ; le toucher et la sensation soutiennent l'image.
Avec ses qualités, CyclusOffset peut reproduire de façon saisissante un beau monochrome ou des quadris ; son excellente opacité permet la reproduction parfaite des visuels, même sur de faibles grammages.
CyclusOffset, disponible du 70 au 350 g/m².

En utilisant **CyclusOffset** plutôt qu'un papier non recyclé, l'impact environnemental est réduit de :

762 kg de matières envoyées en décharge
183 kg de CO_2
1 826 km parcourus en voiture européenne moyenne
18 694 litres d'eau
2 344 kWh d'énergie
1 238 kg de bois

Sources : Données Labelia Conseil pour l'empreinte carbone.
Données European BREF pour le papier à fibres vierges.

Serge Joncour : « On se sert plus que jamais du papier ! »

Avec la sortie de son nouveau roman « Repose toi sur moi », on retrouve ses thèmes favoris, le monde rural et la difficulté à communiquer entre les êtres.

Culture Papier a rencontré ce romancier attachant, qui a exercé les métiers de maître-nageur et de publicitaire avant de rencontrer le succès en tant que romancier.

Comment êtes vous entré en écriture ?

C'est en 1998 que j'ai envoyé mon roman « Vu » qui a été accepté aux éditions Le Dilettante. Mais avant celui-là, j'en avais écrit et envoyé d'autres à plusieurs maisons d'édition qui ont été refusés. Il reste une part de mystère dans le fait que votre roman soit accepté un jour, alors que l'on a auparavant essuyé des refus. La vie d'un auteur ne commence souvent qu'après la publication d'un premier roman : en effet, il faut durer, pouvoir avoir la ressource d'en faire d'autres. J'ai été très heureux de faire partie du jury du prix « Envoyé par la Poste », qui selon son président « est le premier éditeur de France » puisqu'en effet, presque tous les manuscrits arrivent par La Poste ! Le jury était présidé par Oliver Poivre d'Arvor et a désigné comme Lauréat Thierry Froger pour « Sauve qui peut (la révolution) ».

© Jean-Luc Bertini / Flammarion

Comment écrivez-vous ? Sur papier ? Directement sur ordinateur ? Et vos lectures ?

Je prends des notes sur papier, beaucoup de notes. Puis, je travaille sur ordinateur. En vérité, je fais des allers-retours. Mais le papier demeure très présent, on imprime ce que l'on écrit sur ordinateur, et il faut se rendre à l'évidence, on se sert plus que jamais du papier !

Je lis les livres imprimés et les journaux. Chaque matin, j'ai un protocole, je lis deux quotidiens papier. Je trouve beaucoup plus facile de le faire sur papier mais je suis plus enclin à lire les quotidiens que les magazines. Pour ces derniers, cela dépend beaucoup de la couverture, et j'aime les lire dans le train.

D'autre part, je suis aussi beaucoup sur Facebook et Twitter, ces réseaux sont une nouvelle manière de trouver de l'information.

Enfin, je reçois beaucoup de photocopies, de coupures de presse de la part de mes lecteurs. Ils m'envoient des informations qu'ils pensent pouvoir m'intéresser.

Comment choisissez-vous vos sujets ?

Je pars souvent d'un ou de plusieurs personnages et d'un décor et je « tire le fil » du roman. En ce qui concerne les scénarios, ils ont été adaptés à partir de mes romans. J'ai à la base une écriture cinématographique, donc il est facile de les visualiser.

Les scénarios aussi sont très demandeurs de papier. Beaucoup de versions sont faites et à chaque fois, des exemplaires photocopiés circulent. Les réalisateurs, les acteurs ont besoin de manipuler les scripts pour les annoter, les corner…

Les contrats se signent sur papier dans le milieu juridique, le papier est aussi partout. *(Devant nous, au Café Français, deux*

hommes brandissent des feuilles et se disputent légèrement à propos de ce qui semble être des contrats, Ndlr).

Les lecteurs désirent avoir un contact avec leurs auteurs préférés, ils veulent les voir, d'où la profusion des salons, des lectures, des rencontres, pour obtenir des dédicaces et pour se faire, le papier reste incontournable ! À mes yeux, les livres papier ont de beaux jours devant eux, alors qu'il y a une dizaine d'années, beaucoup de spécialistes ne voyaient l'avenir de la lecture que sur tablettes ! Mais ils se sont trompés; la lecture sur tablette ou liseuse se stabilise. Même les jeunes générations sont friandes de lecture de livres papier. Pour preuve beaucoup d'éditeurs sont sur ce créneau avec succès. Sans parler des Poches qui ont favorisé une démocratisation de la lecture et qui permettent une très bonne résistance du support papier.

Quel est l'univers de votre dernier livre qui vient de sortir « Repose-toi sur moi » ?

L'histoire se passe dans le milieu de la mode et dans le même temps dans celui du recouvrement de dettes. C'est un panorama de la France. La France de Paris et la France de la campagne. Je pars d'un immeuble et je vois la France. J'ai effectué un travail de préparation précis sur ces milieux.

La mode est un milieu emblématique de Paris et de l'image de la France qui n'a pas été épargné et a été secoué par la mondialisation. C'est aussi l'histoire d'une femme, chef d'entreprises, confrontée aux difficultés, et dans le même temps, celle de nombreux Français qui se heurtent à des problèmes dans leur vie quotidienne, liés à l'argent et au recouvrement de dettes.

C'est un focus sur le milieu rural avec les mutations, les virages à prendre, le problème de la désertification – il n'est pas évident de reprendre une ferme. Le monde rural est peu représenté dans les romans français, sauf quelques exceptions comme Marie-Hélène Lafon. Enfin, le livre est également une histoire d'amour.

Quels rapports avez-vous avec les libraires ? Vous en parliez dans votre précédent ouvrage, « L'écrivain National ».

Quand un livre a du succès, il faut le suivre, l'accompagner.

Les dédicaces chez eux permettent de faire une animation dans les villes moyennes qui sont de plus en plus organisées

Les rencontres avec le public sont enrichissantes car on s'aperçoit que des lecteurs remarquent des choses que nous, écrivains, n'avions pas consciemment perçues.

Enfin, cela reste un plaisir de rencontrer ses lecteurs et de visiter des villes, d'être installé dans de beaux endroits : Lausanne, Saint-Jean-de-Luz, en Corse, en Bretagne, récemment je suis parti en Hongrie.

Justement dans quels pays êtes-vous le plus traduit ?

J'ai été traduit dans 25 langues. « L'amour sans le faire » est le roman le plus traduit et pour la première fois, j'ai été traduit en hébreu pour cet ouvrage. Les traductions dépendent aussi de la politique culturelle des pays. À titre d'exemple et malheureusement la Grèce ne traduit plus ou beaucoup moins car elle n'a plus d'argent.

© Jean-Luc Bertini / Flammarion

Quel est votre livre qui a rencontré le plus de succès ?

« L'amour sans le faire ». Mais j'ai la chance d'avoir tous mes romans en format Poche, ce qui permet un référencement permanent et d'être plus accessible à un public plus large.

Propos recueillis par
Patricia de Figueirédo

Roman d'amour au charme angoissant, « Repose-toi sur moi » raconte la rencontre entre deux êtres opposés par leurs modes de vie, leurs origines, et séparés par une cour d'immeuble. Aurore, mariée, deux enfants, styliste, habite un appartement cossu dans un immeuble bourgeois. Ludovic, veuf, originaire de la campagne, est chargé de recouvrements. Il vit dans l'escalier C dans le même immeuble qu'Aurore. Mais un monde les sépare. Jusqu'au jour où un couple de corbeaux les amènera à se rencontrer puis à s'aimer. Ludovic se laissera alors entraîner sur des chemins périlleux. Serge Joncour affirme un style fort, aguerri, vivant. Beaucoup de lui-même transparait

Il mêle une histoire intime et prenante à une situation économique et à la misère sociale.

La mode et surtout le recouvrement de dettes sont des métiers très peu abordés dans les romans. Ce dernier est pourtant symptomatique de la crise que vit la France, due à la mondialisation et aux difficultés économiques.

« Cette fois encore, ils refaisaient le même constat, ils n'avaient rien en commun, et pourtant une sensation commune les rapprochait, une sorte d'isolement familier, de solitude jumelle. »

Roman d'amour, roman à suspens, roman social, « Repose toi sur moi » est un peu tout cela à la fois. Une complexité à l'image de ses personnages. Serge Joncour arrive constamment à surprendre son lecteur, à le poser en déséquilibre sur sa trame et à jouer avec ses nerfs. Pour notre plus grand bonheur.

Christine Kerdellant : « Je consomme autant de papier que d'internet »

Christine Kerdellant, aujourd'hui directrice de la rédaction de L'Usine Nouvelle, a auparavant connu d'autres rédactions, la plupart dans le secteur économique. Si elle débute sa carrière à Jeune Afrique, elle prendra plus tard la direction de L'Entreprise et sera notamment cofondatrice de Newbiz. Elle est nommée directrice de la rédaction de l'Expansion en 2007 et directrice adjointe de la rédaction de L'Express. Egalement auteur de romans et d'essais, Christine Kerdellant connaît les vertus du papier.

Comment L'Usine Nouvelle a-t-elle vécu ces dernières années l'arrivée du numérique ? Quel est le positionnement du magazine ?

Depuis 4 ou 5 ans, le magazine était l'un des premiers en France à suivre ces sujets. Toute l'équipe était déjà présente dans les domaines de l'high-tech et de l'innovation. Au vu du succès rencontré, un deuxième site a été créé – www.usine-digitale.fr - dans le but de renforcer le site www.usinenouvelle.com

© David Ken

Le nouveau site se concentre sur le numérique dans tous les secteurs et pas seulement l'industrie, mais également les services, les transports, l'aéronautique la défense, le sport….

L'Usine Nouvelle papier partageait déjà des articles majeurs écrits par des journalistes de L'Usine digitale. Quand je suis arrivée en ce début d'année, j'ai renforcé cette disposition en demandant à tous les journalistes sectoriels (aéronautique, transports, automobile…) de traiter le numérique indépendamment du travail de L'Usine digitale. Il était important que chacun, dans son secteur, s'approprie le numérique sans le laisser à des journalistes spécialisés sur ce sujet. Quand on s'appelle L'Usine Nouvelle dans la période où nous vivons actuellement, c'est tout simplement fabuleux ! Les usines se renouvellent à grande vitesse, passent au numérique. Nous sommes au cœur du sujet ! La transformation numérique se positionne comme étant le grand sujet actuel. Nous élaborons une couverture sur 7 ou 8 pages, spécifiquement sur le numérique, mais dans tous les numéros, entre 4 et 25 pages traitaient du numérique

La version papier résiste-t-elle bien ?

Les chiffres de diffusion tournent autour de 50 000 exemplaires.

Dans les chiffres de diffusion, il reste encore beaucoup de « Grass copies » et nous raisonnons désormais sur l'audience globale – site et papier.

Vous connaissez bien le secteur de la presse économique puisque vous étiez auparavant à L'Expansion, comment se porte-t-il ?

Nous sommes toujours en phase d'optimisation de diffusion, en diminuant les « grass copies » et en recherchant des abonnés payants à tarifs élevés. À L'Expansion, le site est gratuit mais payant à l'Usine Nouvelle, étant donné son fort contenu serviciel.

Nous maintenons la diffusion papier en essayant de la développer et d'avoir des abonnés premium, en sachant que la grande croissance se fait sur le numérique, mais ce dernier nous apporte également des abonnements papier. La stratégie est donc bien de garder les deux car beaucoup de personnes continuent à préférer le papier. Celle-ci induit donc une consommation différente, qui demande plus de calme, de recul. On connaît les avantages du papier. Dans les journaux où j'ai précédemment travaillé, c'est la même chose, aucun ne veut passer au tout numérique, les lecteurs continuent à avoir un grand besoin de papier.

En résumé, nous visons le développement conjoint papier et numérique sachant que le potentiel de croissance se situe plus sur le numérique, bien que le papier reste important.

Trouve-t-on les mêmes articles dans la version imprimée et sur le numérique ? Sont-ce les mêmes journalistes ?

Tous les journalistes « papier » travaillent pour le numérique, auxquels il faut rajouter trois personnes dédiées au web. Sur L'usine digitale, les cinq journalistes travaillent aussi pour le papier à L'Usine Nouvelle, même s'ils consacrent 80% de leur temps sur le numérique.

Nous mettons beaucoup d'articles au fil des actualités sur L'Usine Nouvelle.com que nous récupérons parfois pour le papier dans la rubrique « essentiel », tout en les réécrivant et les approfondissant.

Dans leur grande majorité, les articles parus sur le site ne sont pas les mêmes que ceux publiés dans le magazine. En revanche, trois semaines après leur parution dans le magazine, certains articles de L'Usine nouvelle se retrouvent sur le site.

Il est impératif à mes yeux de garder l'avantage de lire dans la version imprimée des informations qui ne se trouvent pas sur internet, ce que j'ai beaucoup connu dans des vies antérieures ; j'ai en effet vécu « la cannibalisation du papier » alors que dans le cas de L'Usine nouvelle, le papier garde sa prééminence pendant au moins trois semaines.

Sur le plan personnel, quelle est votre consommation papier ? Comment lisez-vous les livres ? La presse ?

Je lis des livres et j'en écris et je crois beaucoup à l'avenir des livres imprimés, y compris pour les jeunes générations. Mon fils de 18 ans lit des livres mais pas de journaux. Bien que cet été, il ait été en photo dans Corse Matin au titre d'ambassadeur de tri des déchets et il était très fier d'être dans le journal. Sur internet cela ne produit pas le même effet.

Concernant les journaux, je consomme autant de papier que d'internet. Je lis au moins Les Echos, Le Figaro et Le Monde sur papier, et quand je lis de la presse sur internet, je préfère le faire en format PDF que j'imprime ! C'est beaucoup plus rapide de lire sur papier car la sélection de ce qui nous intéresse est plus rapide. Pour les essentiels du matin, je vais plus vite avec les journaux classiques. Le reste de la journée, je navigue plus internet.

Vous avez écrit une douzaine de livres, des romans et des essais. Comment écrivez-vous ? Comment choisissez-vous vos sujets ?

En fonction des idées qui me viennent. Je garde toujours quelques idées en réserve pour les années suivantes. En fonction de mon éditeur et des propositions des autres éditeurs, j'ai tendance à alterner des romans historiques. Mon dernier relate la vie d'Alexis de Tocqueville - je suis originaire comme lui de Valognes et cela m'a permis de disposer de recherches et de documents inédits. C'est un roman, mais tout est exact, je n'ai rien inventé : j'ai utilisé ses correspondances pour les dialogues, les récits de Victor Hugo ou d'autres contemporains de l'époque pour les descriptions de Tocqueville. Mon prochain essai qui doit sortir en janvier sera sur Google, sujet très actuel. Par la suite, je reprendrai sans doute un roman historique sur Barbey d'Aurevilly qui est également de Valognes. Je possède des informations exclusives gardées par des habitants. Je connais en effet le château, car je m'y suis mariée l'année dernière, c'est l'avantage d'être la régionale de l'étape !

PdeF

Cyclopédie : **à vélo pour les libraires francophones**

CULTURE INITIATIVE

Deux jeunes étudiants se sont lancé un défi un peu fou : faire le tour du monde à vélo à la rencontre des libraires francophones. Le défi est de taille car ils ont décidé de parcourir 5 continents, soit 18 000 kilomètres en 300 jours !

Edouard et Charlélie ont deux objectifs principaux. Le premier est de mettre en valeur les libraires visités en réalisant leur portrait par des articles, un film, un livre et le deuxième consiste à créer du lien à l'occasion de leur passage en provocant rencontres et débats.

15 libraires aussi différents que les villes visitées : Barcelone, Madrid, Lisbonne, Tanger, Casablanca, Dakar, Abidjan, Lomé, Cotonou, Buenos Aires, Santiago, Hô-Chi-Minh-Ville, Phnom Penh, Bangkok, Pondichéry, Istanbul, Munich.

Les deux jeunes garçons ont pour le moment déjà sillonné l'Espagne avant leur retour prévu à Paris en juillet 2017 !

Leur périple se suit sur leur page Facebook, sur twitter, et sur leur site.

Pour réaliser ce projet, ils ont fait appel au crowdfunding et ont pu bénéficier de soutiens de poids, comme CPI, Gallimard, Flammarion, Le Seuil-La Martinière, le Centre National du Livre et Livre Hebdo.

Culture Papier suivra leur périple.

https://cyclodedie.net

HORS CONCOURS
Quand les petits éditeurs se rebiffent cela donne «l'autre» prix littéraire

La première édition du prix « **Hors concours** » vise à récompenser les éditeurs qui ne sont, pour la plupart, jamais sélectionnés dans les prix littéraires traditionnels. Créé par Gaëlle Bohé, programmatrice littéraire du Salon du livre et ancienne coordinatrice du réseau d'éditeurs indépendants, Fontaine O Livres, il réunissait, pour sa première année, 50 éditeurs; parmi lesquels Allia, Asphalte, Bruno Doucey Éditions, Le Castor Astral, Le Murmure, Le Nouvel Attila, Serge Safran Éditeur, les Éditions du Sonneur, Le Tripode…

Loin des grandes maisons connues, ces petites structures sont un vivier exceptionnel et contribuent, de leur côté, à faire vivre d'une manière dynamique le monde de l'édition en publiant près d'un millier de titres. Certaines d'entre elles ne publient qu'un titre par an.

Pour concourir à ce prix, chaque maison d'édition propose un seul texte. Un choix s'opère parmi un jury.

La composition du comité de lecture regroupe des acteurs au plus près des livres; 240 libraires, bibliothécaires, documentalistes et professionnels du livre. Celui-ci a sélectionné 8 finalistes :

1. **Fabien Maréchal**, chez Antidata, pour ***Dernier avis avant démolition***
2. **Laurence Biberfeld**, aux éditions Au-delà du raisonnable, pour ***Ce que vit le rouge-gorge***
3. **Gilles Marchard**, aux Forges de Vulcain, pour ***Une bouche sans personne***
4. **Bruno Doucey**, aux éditions Bruno Doucey, pour ***Le Carnet retrouvé de Monsieur Max***
5. **Carl-Keven Korb**, aux éditions du Chemin de fer, pour ***Une nuit pleine de dangers et de merveilles***
6. **Brahim Metiba**, aux éditions du Mauconduit, pour ***Ma mère et moi***
7. **Benoît-Marie Lecoin**, aux éditions du Murmure, pour ***Ringo***
8. **Anna Dubosc**, aux éditions Rue des promenades, pour ***Koumiko***

Le lauréat sera choisi par un jury de cinq journalistes : **Vincent Jaury**, *directeur de publication du mensuel culturel Transfuge*, **Lauren Malka**, *conseillère littéraire pour l'émission culturelle Au fil de la nuit sur TF1*, **Pierre Vavasseur**, *grand reporter pour le quotidien national Le Parisien-Aujourd'hui en France*, **Catherine Fruchon-Toussaint**, *journaliste littéraire, responsable du magazine hebdomadaire Littérature Sans Frontières sur RFI* et **Marie-Delphine Roux-Jean**, *rédactrice en chef du réseau de lecteurs Babelio.*

Une initiative à saluer et à suivre de près.

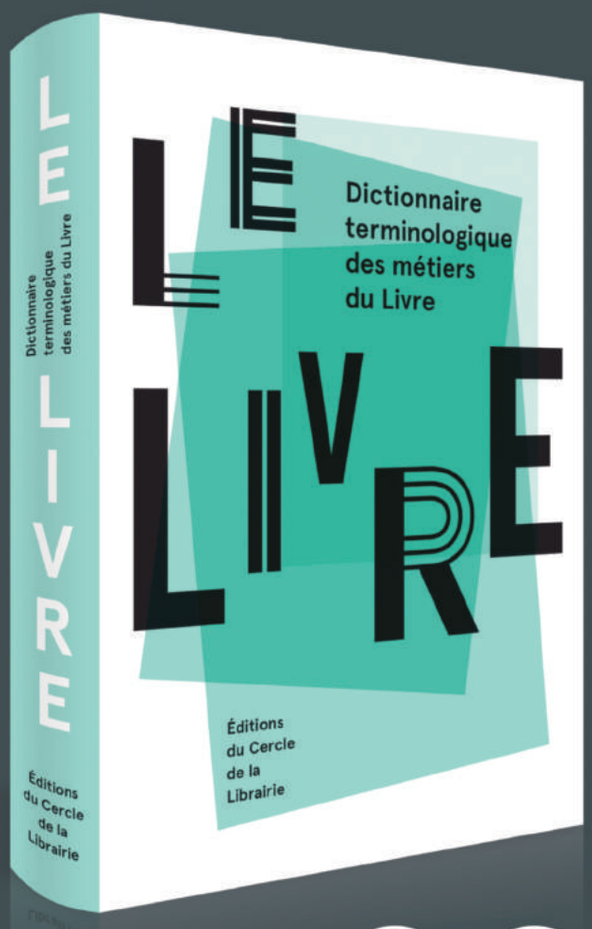
HORS CONCOURS

LE PRIX DE L'ÉDITION QUI N'A PAS DE PRIX

DICTIONNAIRE TERMINOLOGIQUE DES MÉTIERS DU LIVRE

LE LIVRE

SOUS LA DIRECTION DE PASCAL FOUCHÉ
DANIEL PÉCHOIN ET PHILIPPE SCHUWER



SON VOCABULAIRE AU COMPTE-FILS

Ce nouvel usuel recense et définit les termes simples ou composés ainsi que les argots de métier en usage à différentes époques jusqu'à aujourd'hui. Extraites du *Dictionnaire encyclopédique du Livre,* ses quelque 4500 entrées sont rédigées par des spécialistes des divers domaines : histoire du livre, arts graphiques, imprimerie, édition, librairie, bibliothèques... On y trouve la catégorie grammaticale, l'étymologie, la traduction en anglais, les familles de mots, les pluriels difficiles ainsi que les homographes, les flexions des formes féminines et adjectives... Pour aider le lecteur dans sa recherche et éveiller son intérêt, de très nombreux renvois ont été insérés.
Indispensable aux professionnels du livre, cet ouvrage de référence comblera aussi les curieux d'édition, de mots et d'expressions.

Commandez-le dès maintenant.

448 pages, 17 x 24 cm relié

- Version papier : 49€ TTC / 46,45€ HT
- Version consultable : 34,30€ TTC / 32,51€ HT
- Version téléchargeable (epub ou PDF) : 36,75€ TTC / 34,83€ HT

N°ISBN 978-2-7654-1509-1

Éditions du Cercle de la Librairie

www.electrelaboutique.com

9 782765 415091

Consulter

Télécharger

La ville **rêvée**

Ce projet, développé par la Maison de l'architecture en Ile-de-France, la Mairie et les écoles du Xème arrondissement de Paris, vise à sensibiliser les enfants à la ville et à ses composantes, à les aider à appréhender l'environnement spatial dans lequel ils évoluent, avec la création d'une grande maquette qui sera exposée dans la Chapelle du Couvent des Récollets. 1100 élèves participent à l'opération alors qu'à l'origine, seulement 200 étaient prévus; *« Nous avons rencontré un véritable engouement de la part des enfants et de leurs professeurs »* se réjouit Thomas Corbasson. Vice-Président de la Maison de l'architecture en Ile-de-France, et à l'origine du projet.

Les couvertures de livres non utilisées ont été choisies comme matériaux employés pour construire cette ville. Il s'agit de papier cartonné semi rigide, type bristol, pouvant être découpé avec des ciseaux et assemblé avec de la colle blanche.

Une uniformité dans les couvertures a été recherchée afin de rendre compte d'une certaine esthétique de la vile : la ville rose-Toulouse, le ville bleue-Jodhpur, les toits de Paris, etc…

Un assemblage sera prévu dans la chapelle et une scénographie spécifique sera développée par la Maison de l'Architecture.

Ce projet est réalisé avec le soutien de la Mairie du Xème arrondissement de Paris et en partenariat avec le Conseil Régional de l'Ordre des Architectes d'Ile-de-France et avec la collaboration de CPI, l'œil d'or, Graphic CIA et Culture Papier.

Le Livre **en débat**

Le livre est-il porteur de lien social ? Tel était le thème de la conférence-débat organisée par la délégation Culture Papier Hauts-de-France, au sein de la très belle médiathèque « L'Odyssée » de Lomme, le 11 octobre dernier.

Liés par une même **passion du livre** et évoluant dans des univers aussi différents que le **milieu carcéral, l'emploi solidaire** ou encore **la Ligue de l'enseignement**, les six intervenants du débat ont livré des témoignages précieux et variés sur le rôle social du livre, de l'originalité des **boîtes à livres** proposées par le **Lions Club** à l'instantanéité de l'**Expresso Book Machine**, qui permet d'accorder le livre au temps des jeunes - celui des réseaux sociaux. **Marc Le Piouff**, de l'association **Hors Cadre**, a notamment rappelé qu'**en prison l'accès à la culture reste un droit**, et que **l'animation des bibliothèques n'y est pas toujours une tâche facile. Marine Buriez** a quant à elle expliqué le projet de l'entreprise sociale **La Bouquinerie du Sart : aider à la réinsertion dans le monde du travail en donnant une seconde vie aux livres.**

Autant de preuves de la place centrale que continue à occuper le livre dans notre société, comme l'a rappelé l'animateur du débat, **Léon Azatkhanian, directeur du Centre Régional des Lettres et du Livre du Nord-Pas de Calais : *« Le livre est le lieu de toutes les rencontres, de toutes les transmissions ».***

Delphine Dubreuil

Les intervenants du débat animé par Léon Azatkhanian :
Marine Buriez - Bouquinerie du Sart, Annie Duflos - Boîte à lire (Lions Club), Marc Le Piouff - Association Hors Cadre, Hubert Péduran, Directeur action collective INIGraph, Dominique Charpenet - Ligue d'enseignement du Nord, Emmanuelle Kalfa - Médiathèque de Lomme

ADHÉSION ANNUELLE ENTREPRISE 2017

L'adhésion est annuelle et prend effet au premier jour du mois suivant la réception de vos bulletin d'adhésion et charte d'engagement signés ainsi que de votre règlement.

Entreprise .....
Secteur d'activité .....
Adresse .....
Code postal ..... Ville .....
Téléphone ..... Fax .....
E-mail .....
Site web .....

Personne à contacter

Nom ..... Prénom .....
Fonction .....
Téléphone ..... E-mail .....
E-mails complémentaires des destinataires de la newsletter Culture Papier :
1 .....
2 .....
3 .....

☐ CA < 1 000 000 € ..... **120 €** net de TVA
☐ CA > 1 000 000 € et < 10 000 000 € ..... **500 €** net de TVA
☐ CA > 10 000 000 € et < 100 000 000 € ..... **1 000 €** net de TVA
☐ CA > 100 000 000 € et < 250 000 000 € ..... **2 500 €** net de TVA
☐ CA > 250 000 000 € ou bienfaiteurs ..... **5 000 €** net de TVA

☐ Je vous autorise à transmettre mes coordonnées à la délégation régionale dont je dépends.
☐ Je souhaite être contacté(e) pour apporter ma participation active à la vie de Culture Papier.
☐ Je vous recommande de contacter l'entreprise ou l'association ci-dessous, susceptible d'être intéressée par les actions de Culture Papier.

RS ..... Adresse .....
.....

Nom du contact au sein de cette entreprise .....

Règlement : par chèque à l'ordre de l'**association Culture Papier - 68 bd Saint-Marcel - 75005 Paris**
ou par virement à **La Banque Postale Centre financier de Paris :**
R.I.B. : Établ : 20041 Guichet : 00001 Numéro de compte : 5621767X020 Clé : 83

Fait à .....
Le .....
Tampon et signature

culture papier
POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DU PAPIER ET DE L'IMPRIMÉ

Culture Papier - 68 bd Saint-Marcel est immatriculée à l'INSEE sous le numéro SIRET 531 325 934 00010. Les informations recueillies sont nécessaires pour votre adhésion. Elles font l'objet d'un traitement informatique et sont destinées au secrétariat de l'association. En application des articles 39 et suivants de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification des informations qui vous concernent. Si vous souhaitez exercer ce droit et obtenir communication des informations vous concernant, veuillez vous adresser à delegue@culture-papier.org

Culture Papier - 68 bd Saint-Marcel 75005 Paris
Tél. : 01 43 37 24 77 - Fax : 01 43 36 09 51
www.culture-papier.com

Drupa 2016 : **une fenêtre sur l'imprimé de demain ?**

Incontournable grand-messe des industries graphiques, la Drupa donne, tous les quatre ans à Düsseldorf, un aperçu sans pareil des évolutions technologiques et stratégiques qui rythment un secteur en mutation profonde. Après une édition 2012 en demi-teinte, retour express et en quatre points sur une Drupa 2016 autrement plus galvanisante...

La Drupa de l'impression numérique

L'édition 2012 avait déjà tenté de s'arroger le titre de « Drupa du numérique », n'y parvenant en réalité qu'à moitié, dans un contexte morose post-crise encore mal digéré. Cette année, le doute n'est plus permis. Car sans surprise, cette Drupa 2016 a en effet vu l'écrasante majorité des fournisseurs de matériels ouvrir, élargir ou même focaliser leur offre sur les technologies d'impression numérique. Ces dernières, fondamentalement dédiées à produire des séries plus courtes et personnalisables, sont annoncées depuis près de 30 ans comme incarnant l'avenir de l'industrie. Sans surprise non plus, c'est le jet d'encre qui tire son épingle du jeu en se frayant un chemin jusque chez des constructeurs historiquement attachés à l'offset, sur des produits et des formats plus variés que jamais, à niveau de qualité inédit. Que nous dit cette bascule technologique de l'imprimé de demain ? Probablement que les courts tirages – fruits d'une volonté conjointe de s'adapter à la baisse des volumes et de maîtriser ses stocks pour générer des gains de gestion logistique – font figure de passage obligé vers des business models certainement de moins en moins attachés à des logiques de volume. Par la personnalisation des contenus, par l'hyper-ajustement des quantités et par le développement de stratégies multicanaux, le papier, s'il doit se faire plus rare, se fera plus juste… Et de toute évidence, cela passera par l'impression numérique.

L'hyper-automatisation des flux de production

De façon habile, les procédés d'impression dits « traditionnels », s'ils n'ont évidemment pas fait l'objet d'innovations disruptives, ont marqué une volonté nette de raccourcir et fluidifier les flux de production. Pilotées, en amont comme en aval, par des systèmes de gestion numériques, les plateformes d'impression offset montrent notamment aujourd'hui une capacité étonnante à réduire les temps de calage, à faciliter les traitements en sortie de machines ou encore à optimiser l'enchaînement des séries. De sorte que, assez paradoxalement, l'offset s'affirme comme une solution technologique encore suffisamment souple aujourd'hui pour accompagner la baisse moyenne des tirages imprimés. Plus simplement, ce sont globalement toutes les technologies d'impression dites « traditionnelles » ou « matures » (offset, héliogravure, sérigraphie, flexographie…) qui se digitalisent, pour achever d'entrelacer les différents procédés dans une même quête : imprimer mieux et plus efficacement, quitte à imprimer moins.

La convergence des mondes... pour plus de diversification !

La profusion de solutions dédiées à l'emballage, aux étiquettes ou aux imprimés grands formats illustre par ailleurs une nette convergence des mondes, par-delà les process technologiques. A ce titre, cette Drupa 2016 aura matérialisé une tendance déjà notable depuis quelques années, mettant le produit et le service au cœur des discours et des démonstrations, sans cloisonner les marchés en fonction des procédés dont ils pourraient, à tort ou à raison, se réclamer. André Dion, à la tête de l'Institut des Communications graphiques et de l'Imprimabilité au Canada synthétise bien la chose, et va même plus loin : *« Alors que l'on pouvait penser que les entreprises qui allaient tirer leur épingle du jeu se spécialiseraient, on observe plutôt le contraire. Ce sont les diversifications des produits et des services qui semblent gouverner les stratégies actuelles. « TC Transcontinental » (premier imprimeur Canadien et troisième plus gros imprimeur en Amérique du Nord, ndlr) a par exemple investi de façon massive dans des solutions d'emballage… Autrement dit, ils ont choisi de diversifier leur production. C'est donc le contraire de la spécialisation que nous sommes en train*

d'observer. Le même constat se fait chez les constructeurs de matériel : leur offre est également de plus en plus diversifiée, et de moins en moins attachée à une seule technologie. C'est probablement ce qui nous a surpris le plus à la Drupa finalement : voir les grands manufacturiers élargir leur offre à ce point. Même ceux qui dans le passé s'étaient concentrés sur des technologies très identifiées – rotogravure, héliogravure, sérigraphie, offset etc. – travaillent aujourd'hui sur un éventail technologique et des gammes de produits plus variés et complets que jamais. Mais encore une fois, le phénomène est à double volet : la même chose se passe du côté des entreprises. Tout le monde a besoin de faire de tout, de plus en plus ».

Une confiance retrouvée ?

Environ 260 000 visiteurs de 188 pays et 1900 journalistes de 74 pays se sont rendus à Düsseldorf pour cette Drupa 2016, confirmant une baisse continue de la fréquentation du salon, probablement accentuée par le format de la manifestation, pourtant ramené à 11 jours, contre 13 encore en 2012. Pour autant, au-delà des statistiques, au vu des solutions présentées et de l'avis général, cette édition a surtout marqué un retour de l'optimisme. Si la formule peut sembler extrêmement stéréotypée, il faut se souvenir de l'atmosphère pesante qui avait marqué les éditions 2008 et 2012, tenues dans un climat d'incertitude global relativement tendu. Si bien évidemment, toutes les inquiétudes ne semblent pas levées dès lors qu'on interroge (par exemple) les modèles de rentabilité à construire autour de l'arsenal technologique proposé, d'autant plus dans le contexte d'une industrie globalement surcapacitaire, les réflexions gagnent en profondeur, à l'aune d'une Drupa 2016 certainement plus éclairante que sa devancière. Demeurant finalement sur un cycle événementiel de quatre ans – malgré les annonces insistantes qui annonçaient la prochaine Drupa en 2019 – la prochaine édition se tiendra à Düsseldorf du mardi 23 juin au vendredi 3 juillet 2020 et sera certainement l'occasion de juger a posteriori des promesses de 2016. Rendez-vous est pris…

Yoan Rivière

Occupant un hall entier et plus de 8300 m² d'espace, HP symbolisait à lui seul l'importance prise par les technologies d'impression numérique pour cette Drupa 2016. Une démonstration de force pour un message clair : « *Il y a une vraie accélération du numérique et il nous fallait de la place pour vous le montrer* » assure Patrice Bernou (HP France).

Evaluation de la politique papier des entreprises PAP 50

Des bons élèves mais encore beaucoup de progrès à faire

Le baromètre PAP 50 concernant les grandes entreprises vient de sortir. Après celui sur les banques et assurances en 2014 et sur les organisations publiques en 2015, le WWF France, en collaboration avec Riposte verte et Paprec, a décrypté les us et coutumes des entreprises dans leurs consommations de papier. La Française des Jeux, Yves Rocher, Engie, Carrefour, et La Poste forment le bataillon de tête.

Ce baromètre se montre encourageant et décevant dans le même temps.

Décevant car sur les 53 sociétés sélectionnées seules 22 ont répondu à la totalité des questions. Le secteur de la grande distribution et celui de l'agroalimentaire étant les moins enclins à communiquer, alors que ces deux secteurs sont de gros consommateurs notamment de produits papetiers pour ses emballages.

Encourageant, car certaines entreprises ont répondu de façon très transparente.

5 critères ont été retenus : Transparence, Politique papier, Papier de bureau, DIPE (documents institutionnels, promotionnel et éditique) et PPM (produit papier mis sur le marché) dans les secteurs suivants : Grande distribution, Agro-alimentaire, Conseil, Beauté/Luxe, Distribution de fournitures de bureau, Poste/Telecom, Energie/Chimie.

Les entreprises de la grande distribution ont une responsabilité cruciale dans la chaîne qui mène les ressources naturelles de la forêt aux consommateurs. Certaines ne donnent pas à leurs clients l'assurance qu'ils achètent des produits à risques faibles.

Celles spécialisées dans la vente de fournitures de bureau devraient être particulièrement sensibles et concernées : elles vendent de nombreux produits papiers, y compris sous leurs marques. Pourtant, à part Lyreco, les performances et la transparence manquent.

Source : WWF- Riposte verte.

Zoom sur FDJ : le témoignage de Stéphanie Pallez, Présidente-directrice générale de la Française des Jeux.

« Le papier est un enjeu important pour FDJ. C'est la raison pour laquelle nos supports de jeux en papier (notamment nos tickets de grattage) sont tous labellisés FSC®. Nous incitons également nos joueurs à trier et recycler leurs tickets de grattage via le pictogramme Triman indiqué au verso. » précise Stéphanie Pallez. *« 93% de nos papiers de bureau sont recyclés et notre consommation de papier administratif (26 kg/an/personne) est faible. La sensibilisation de tous les collaborateurs ainsi qu'un outil connecté aux imprimantes ont été mis en oeuvre. Il a été aussi nécessaire d'imposer le papier 100% recyclé et une sélection d'imprimeurs éco labellisés. Le prochain enjeu majeur est de sensibiliser les autres loteries européennes pour mettre au point un ticket à gratter en papier recyclé, difficile techniquement, mais c'est un beau défi à relever. »* Et de conclure : *« Pour une entreprise publique, nous sommes fiers de pouvoir donner l'exemple ! »*

Et vous, Que pouvez-vous faire ?

LE DIAGNOSTIC PAPIER est une application en ligne et gratuite développée par Riposte Verte pour faciliter une première approche simple, confidentielle et rapide de l'état des lieux de la question « papier » dans votre organisation.

Pour poursuivre, **LE BILAN PAPIER PAP50** est un outil unique proposé par Riposte Verte pour analyser de façon plus détaillée votre situation, faire ressortir les points positifs et vous donner des pistes d'amélioration.

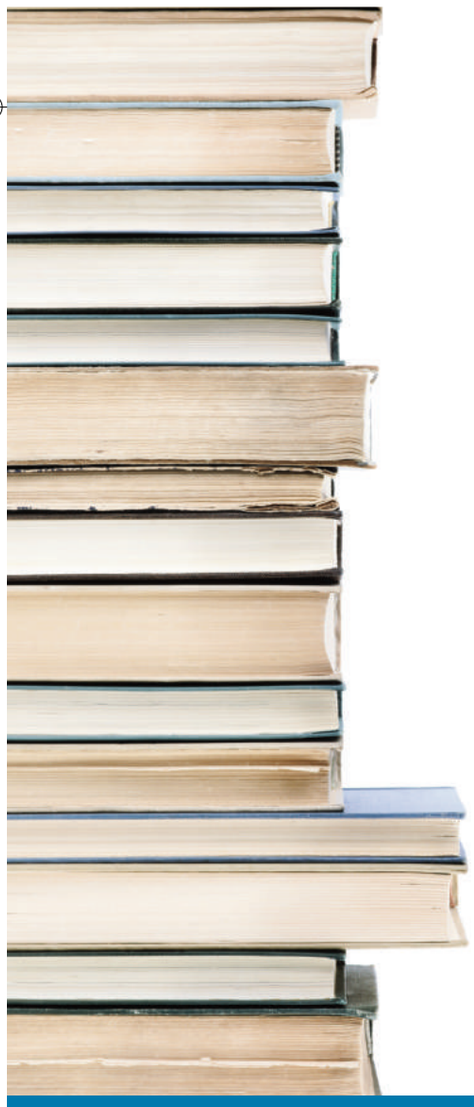
CHECK YOUR PAPER est le moteur de recherche du papier responsable développé par le réseau mondial du WWF, pour mieux choisir le papier en fonction de sa performance environnementale.

La **CLASSIFICATION** des papiers de bureau suivant leur responsabilité environnementale du WWF est disponible sur www.wwf.fr/choisirsonpapier et imprimée en version chevalet de bureau (sur demande).

Une seconde vie pour **les manuels scolaires**

La rentrée scolaire sitôt passée, il s'agissait de penser à donner une seconde vie aux exemplaires périmés. Car pour la première fois en cette rentrée scolaire 2016, les programmes de toutes les disciplines des classes de la 6e à la 3e ont changé. Si 11 millions de nouveaux manuels ont atterris dans les cartables des enfants, autant d'exemplaires sont devenus obsolètes.

Véolia et les éditions Belin se sont associés pour proposer aux collèges une opération de valorisation des anciens manuels. Appelée « Ecogeste Collèges 2016 », elle consistait à collecter gratuitement les livres quel que soit l'éditeur, du 1er septembre au 19 octobre. Les collèges devaient s'inscrire sur le site www.ecogeste.editions-belin.com pour que Veolia reprenne livres et vieux papiers. Une fois triés en fonction de leur qualité, ils seront transformés dans leurs centres de tri, puis redirigés vers des papeteries pour la fabrication de papier recyclé.



Cette opération a une double vocation : récupérer des exemplaires qui auparavant finissaient à la benne et sensibiliser les collégiens au recyclage et à l'économie circulaire.

C'est un moyen concret d'éduquer les 3,2 millions de collégiens à l'écologie, en leur montrant en quoi consiste cette économie circulaire qui donnera une seconde vie à leurs manuels après 5 à 7 ans d'usage en moyenne.

Les collèges peuvent même transformer ce moment en un Enseignement Pratique Interdisciplinaire (E.P.I.). Des fiches étant mises à disposition des enseignants et de leurs élèves.

Mais au delà, ce sont aussi toutes les familles qui sont sensibilisées, car outre les livres purement scolaires, elles ont pu également ajouter des vieux cahiers et des vieux papiers : journaux, dépliants publicitaires et magazines.

De plus, l'opération Ecogestes Collèges 2016 est une opération caritative puisque, une fois recyclée, la matière première sera vendue et la totalité des bénéfices seront reversés à UNICEF France. Une façon pour les collégiens d'aider un autre enfant en donnant ses livres. Pour le moment, et tenant compte que la réforme scolaire s'étale sur deux ans, cette opération va ainsi se continuer en 2017. Puis des conclusions de cette expérience seront tirées. On ne peut qu'espérer que cette opération devienne pérenne dans le temps.

Les Editions Belin sont un des leaders de l'édition d'éducation. Ce secteur représente environ les deux tiers de son activité. Restant convaincues que le manuel scolaire est un élément central de la construction des savoirs pour les plus jeunes, et qu'il est aussi le ferment des lecteurs de demain

Le groupe Veolia est la référence mondiale de la gestion optimisée des ressources. Présent sur les cinq continents avec plus de 174 000 salariés, le Groupe conçoit et déploie des solutions pour la gestion de l'eau, des déchets et de l'énergie, qui participent au développement durable des villes et des industries. Au travers de ses trois activités complémentaires, Veolia contribue à développer l'accès aux ressources, à préserver les ressources disponibles et à les renouveler.

En 2015, le groupe Veolia a servi 100 millions d'habitants en eau potable et 63 millions en assainissement, produit 63 millions de mégawattheures et valorisé 42,9 millions de tonnes de déchets. Veolia Environnement (Paris Euronext : VIE) a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires consolidé de 25 milliards d'euros. **www.veolia.com**

PdeF

Le Papier **vecteur d'émotion**

Pour sa troisième année, Culture Papier lance sa campagne de communication, avec quatre visuels représentant le livre, la presse, l'imprimé publicitaire et l'emballage. Sans oublier un visuel ludique. Marine Arnstam, directrice de création de Mediapost nous explique les ressorts de cette campagne.

Vous aviez déjà réalisé les précédentes campagnes de communication de Culture Papier. Quels retours et observations aviez-vous obtenus ?

C'est la troisième campagne que Mediaprism l'Agence réalise pour l'association. À chaque fois, nous avons eu des retours particulièrement attractifs.

La première campagne « Toute une palette d'émotions » (2013) a reçu le 2e prix « Meilleure réalisation d'édition » aux TROPHÉES DE LA COMMUNICATION.

Quant Deuxième campagne « Laissons le papier nous faire du bien » (2014). Elle nous a permis d'obtenir plusieurs grands prix :

- 1er PRIX DE LA COMMUNICATION RESPONSABLE au 29e GRAND PRIX COMMUNICATION ET ENTREPRISE
- PRIX DE LA COMMUNICATION CORPORATE ARESSY AWARDS 2015
- « Prix de Stratégie de Communication - Catégorie Corporate ou BtoB » GRAND PRIX TOP/COM 2015

Pour cette troisième campagne, quels sont les messages que vous avez plus particulièrement voulu retenir ?

En 2013, nous avons fait **évoluer la communication de Culture Papier.** Notre parti pris était de mettre en avant une qualité qui n'avait pas encore été exploitée par l'association : **le papier comme vecteur d'émotions.**

Pour cette troisième campagne, le but était donc de **capitaliser sur les campagnes précédentes** tout en insistant sur **la capacité du papier à se réinventer, sa réalité surprenante et ses points forts parfois insoupçonnés.**

Comment se sont faits les choix des slogans et des visuels ?

Les accroches devaient être **les plus courtes et intelligibles possibles.**

Pour cette campagne, nous avons choisi de nous ancrer dans **« la surprise »** : la surprise est un terme qui a un côté chaleureux et qui permet de souligner la réalité du papier.

Concernant les visuels, tout comme dans nos précédentes campagnes, nous souhaitions :

- Mettre l'humain au centre
- Mettre l'accent sur des petits moments volés où le papier se fait complice du quotidien.

Vous privilégiez beaucoup l'émotion dans les campagnes Culture Papier. Pensez-vous que cela soit plus facile pour faire passer les messages sur le papier ?

Ce n'est pas une question de facilité, nos campagnes sont basées avant tout sur le ressenti des Français, déterminé grâce à notre enquête Mediaprism pour l'Observatoire Culture Papier réalisée chaque année depuis 2014.

C'est également un angle qui nous paraît pertinent car juste et humain.

À combien d'exemplaires la campagne d'imprimés sera-t-elle tirée ?

Environ 5 millions d'imprimés publicitaires seront distribués cette année pour sensibiliser au rôle sociétal et environnemental du papier.

Et concernant les campagnes radio et vidéo, quels vont être les publics ciblés ?

Le grand public, la société dans son ensemble : notre but est de déconstruire les idées reçues sur le papier. Le film et la radio illustrent des petits moments de la vie quotidienne pour communiquer aux cibles des chiffres clés sur les points forts du papier. Une façon pertinente de contrer les idées reçues et de permettre à chacun une prise de conscience de la réalité du papier aujourd'hui et de la vision souvent faussée par les médias.

PdeF

Apprendre uniquement sur tablette est une utopie

Jacques Grosperrin est sénateur du Doubs, Secrétaire de la Commission de la Culture, de l'Education et de la communication.
En 2010, alors qu'il est député, il écrit un rapport sur la mise en œuvre du socle commun de connaissances et de compétences au collège. Aujourd'hui, il milite pour la conservation de l'apprentissage sur support imprimé dans le primaire.

Vous avez déposé une proposition de loi contre l'utilisation des tablettes numériques dans le primaire, quelles ont été les motivations de votre démarche ?

Je trouve que le développement de la numérisation dans les programmes de l'Education nationale, mais plus largement dans la société, favorise une certaine forme de paresse intellectuelle chez les élèves. Il est normal de suivre l'évolution de la société mais pour autant, il faut se garder de succomber aux effets de mode et veiller à conserver des principes fondamentaux. C'est pour cette raison que je voulais interdire les tablettes dans le cadre du primaire. Les enseignants sont dépossédés du savoir et les élèves sont incités à ne plus apprendre, à ne plus acquérir des connaissances, au motif qu'ils peuvent les retrouver sur internet.

Plus les élèves sont connectés, moins ils sont attentifs aux autres et aux relations avec l'enseignant. Ils rentrent dans des bulles très personnelles.

À ce propos, des études ont démontré que l'acquisition des connaissances se fait moins bien via un support numérique que via un support écrit…

Plus de chercheurs et de cognitivistes devraient s'intéresser à ce problème. Les études ne sont pas assez nombreuses. Nous sommes d'une génération papier mais quand j'entends certains chercheurs qui nous disent que les jeunes sont de culture numérique, cela n'est pas prouvé. Même les jeunes impriment ce qu'ils lisent. Personnellement, je ne retiens pas ce que je vois sur le numérique. J'ai besoin de lire sur papier et pour les livres, j'ai besoin de les toucher, de les souligner, de les surligner. On doit être actif sur un savoir, on ne peut pas être simplement passif, regarder ne suffit pas.

Il y a une confusion entre mise à disposition du savoir et acquisition du savoir. Il n'y a plus de distance critique.

J'ai été enseignant à l'université, le discours des enseignants est mis en concurrence avec internet. Quand je disais des choses, certains étudiants me disaient qu'ils l'avaient lus sur la toile.

Peut-on également mettre en avant le problème de la sécurité des enfants qui vont sur internet ?

C'est certain, les enfants sont vulnérables par rapport aux réseaux sociaux. Alors que lorsqu'un livre est choisi par les parents, il est visible. Sur internet, le contrôle des parents est moins prégnant.

De plus, tout ce qui est numérisation entraîne un recul de l'autorité du maître, c'est un savoir qui n'est plus contrôlé.

Cette société se fige sur la numérisation qui influence considérablement les aptitudes cognitives de nos enfants. Le primaire doit garder son comportement d'acquisition de lecture, de toucher. Un livre peut être relu, reprit, un livre est interactif.

La numérisation doit être complémentaire, or la pensée actuelle considère que si nous ne rentrons pas dans cette culture de la numérisation, on loupe l'entrée dans le XXIème ou XXIIème siècle !

Cela me fait penser à d'autres effets de mode, comme la méthode syllabique ou les mathématiques modernes, qui ont fleuri il y a quelques années. A chaque fois, ceux qui ne suivent pas ces modes passent pour des ringards. Mais l'important est d'acquérir la culture des autres, du théâtre, du musée, la culture du vivant or internet n'est pas une culture du vivant mais une culture figée. Nous pouvons trouver une masse d'informations considérables, encore faut-il savoir l'appréhender. Internet n'induit pas une démarche scientifique.

Cette mode du numérique à tout prix existe aussi avec les politiques. À plusieurs reprises des tentatives de numérisation des professions de foi des candidats aux élections ont eu lieu, quel est votre point de vue ?

C'est la mode des écolos ! Ils veulent tout dématérialiser mais en fait on réimprime tout par ailleurs et on stocke. C'est une mode qui part du principe de protéger l'environnement, on peut l'entendre, mais nous allons trop loin. Je pense que nous reviendrons à des choses plus claires, l'effet de mode va passer. Cela se voit déjà, les jeunes se remettent à lire sur papier. Pour ma part j'édite une lettre tirée à 1700 exemplaires en tant que sénateur pour garder un lien supplémentaire avec mes concitoyens.

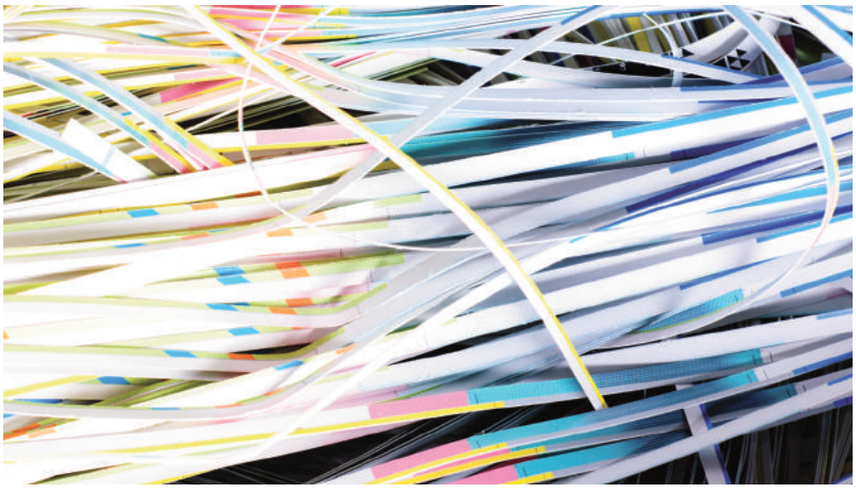
Ma région conserve des imprimeurs de grande qualité, il y a un vrai bon sens vers lequel nous allons revenir.

Nous avons besoin de garder une trace sur notre histoire. Nous ne la garderons pas avec une mémoire où la main, le geste d'écrire auront disparu. Il y a des principes directeurs de l'apprentissage et de la construction de la personnalité qu'il faut continuer à régler à partir de l'écriture.

PdeF

La Loi de Transition Énergétique fait **la part belle aux papiers recyclés !**

Coup de projecteur sur cette loi qui va permettre de nouveaux usages plus responsables du support papier...



Petit rappel : quelques mois à peine avant la COP21 qui s'est tenue à Paris, la Loi de Transition Énergétique pour la croissance verte voyait le jour, positionnant la France comme un pays moteur dans la lutte contre le changement climatique.

Cette loi du 17 août 2015 permet à la France de contribuer plus efficacement à la lutte contre le dérèglement climatique, par la définition d'objectifs nationaux et la mobilisation de l'ensemble du secteur public en matière d' éco-responsabilité.

La loi fixe parfois directement de nouvelles obligations à l'Etat, ses établissements et opérateurs en matière d'achat ou de fonctionnement interne, ou alors impose des objectifs nationaux à tous et toutes, notamment et inévitablement aux personnes publiques : c'est le principe d'Etat exemplaire.

Il en va ainsi pour le papier... imprimé comme de bureau, et ce dès 2017 !

Pour preuve :

Art. 79 LTECV : Etat et collectivités territoriales ainsi que leurs groupements ont pour objectifs :

- d'acheter au moins 25% de produits papetiers et imprimés fabriqués à partir de papier recyclé* à compter du 1er janvier 2017 ;
- d'acheter au moins 40 % de produits papetiers et imprimés fabriqués à partir de papier recyclé à compter du 1er janvier 2020 ;
- le restant de produits papetiers et imprimés à acheter est issu de forêts gérées durablement.

Pour lutter contre le gaspillage de papier et les impressions inutiles, la loi prévoit également la diminution de 30 % des consommations de papier bureautique avant 2020.

Acteurs publics, n'oubliez pas de prendre en compte cette évolution dans la rédaction de vos appels d'offre à venir et d'y inclure une ligne sur le papier recyclé !

Retrouvez l'actualité RSE d'Antalis ici :

https://www.linkedin.com/company/green-connection

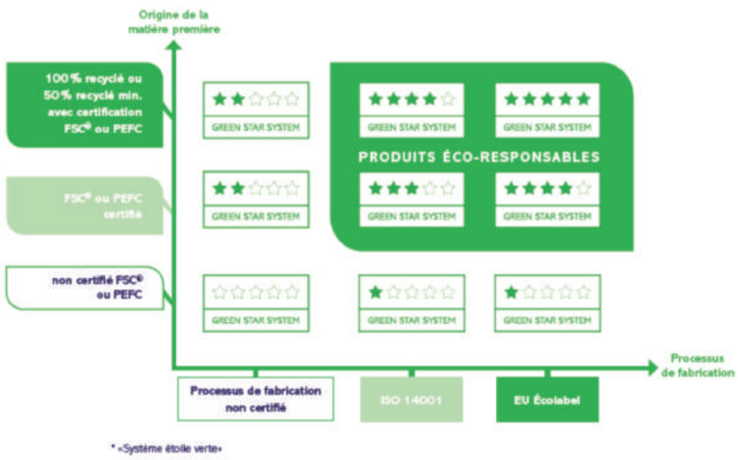
** La loi reconnaissant comme papier recyclé un papier contenant au moins 50 % de fibres recyclées.*

Chez Antalis, retrouvez les papiers répondant à la LTE du premier coup d'œil !

GREEN STAR SYSTEM®

Grâce au Green Star System, le système d'affichage environnemental mis au point par Antalis, les papiers recyclés se distinguent facilement parmi les milliers de références qui composent l'offre du distributeur : **il s'agit des papiers étant notés 5 étoiles.**

Pour un usage bureautique comme pour les imprimés, de nombreux papiers 5 étoiles sont disponibles et vous mettront en conformité avec la LTE. **Cocoon, Cyclus, Image Recycled...suivez les étoiles !**



Les lectures solidaires **à l'honneur**

Les « lectures solidaires » étaient au menu d'un petit-déjeuner Culture Papier mettant en avant deux initiatives fortes et défendues avec passion par leurs instigateurs respectifs...

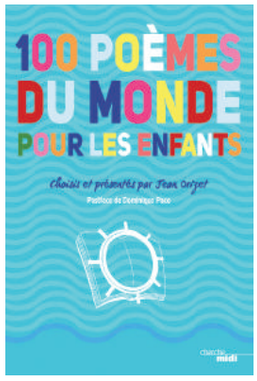
« 13 à Table » - la chaîne du livre mobilisée

Les idées les plus simples sont souvent à la fois les plus évidentes et les plus nécessaires. C'est en tout cas ce que semble expliquer François Laurent, Directeur général adjoint d'Univers Poche et en charge du projet « 13 à Table » : *« Nous désirions simplement réaliser un livre pour les Restos du Cœur. Notre volonté était d'abord de faire un recueil de nouvelles, avec une shortlist d'auteurs connus du grand public. Ce sont d'ailleurs les auteurs qui nous ont suivis les premiers : nous avons en effet réussi à réunir très vite onze auteurs (avant d'en compter donc treize, à terme, ndlr), pour un plateau à la fois éclectique et composé de noms célèbres : Marc Levy, Guillaume Musso, Françoise Bourdin, Bernard Werber, Eric-Emmanuel Schmitt etc. C'est seulement ensuite que nous nous sommes dits qu'il fallait effectivement convaincre les Restos de nous suivre »* développe-t-il, un peu amusé de la genèse spontanée et presque insouciante du projet. L'association ne montrera bien sûr aucune résistance, emballée par l'idée : treize auteurs pour treize nouvelles centrées autour d'un thème commun en forme d'exercice littéraire : un repas. Intrigues policières, réunions de famille qui dérapent, retrouvailles inattendues… Du noir, de la tendresse, de l'humour, de l'absurde, à chacun sa recette. *« L'étape suivante a été de convaincre les auteurs, et plus globalement la chaîne du livre, de renoncer à leur marge »* poursuit François Laurent. Un pari qui là encore, a fonctionné au-delà de toutes les attentes : *« Des auteurs aux distributeurs en passant par l'imprimeur, tout le monde a joué le jeu. Ainsi, quand un livre est vendu 5 euros, 4 sont reversés aux Restos du Cœur, certains frais restant incompressibles. Nous ne l'offrons jamais, pas même à la Presse »* insiste-t-il, fier et heureux d'un succès qui semblait écrit. 330 000 ventes accumulées sur une courte période pour le premier tome, voilà qui aura permis de servir 1,5 million de repas. Une goutte d'eau parmi les 128 millions de repas que l'association distribue chaque année ? Peut-être, mais François Laurent s'en accommode sans mal : *« C'est une petit contribution, mais c'est la nôtre. Nous reconduirons désormais le projet tous les ans et nous espérons que la prochaine édition – la troisième – sera un autre succès »*, conclue-t-il. Un espoir à vrai dire tout à fait raisonnable qui confine moins au vœu pieu qu'à la confirmation que le papier est un véhicule de choix pour les initiatives solidaires…

Biblionef – « le livre n'est pas un luxe »

Pour Dominique Pace, directrice générale de Biblionef, il est important de sortir d'un vocable exclusivement lié à la notion de « charité ». Car si Biblionef a vocation à offrir des livres à des enfants qui en sont malheureusement privés, l'initiative se veut relever de la « prise de conscience », au-delà des élans « solidaires » plus ou moins caricaturaux par lesquels les associations caritatives choisissent souvent de communiquer… *« L'idée est née il y a 24 ans suite à différents voyages dans des pays où les systèmes éducatifs sont extrêmement carencés. Il y a une volonté de sortir ces enfants d'une forme de solitude affective, géographique, intellectuelle etc. Il y a surtout la volonté de les considérer comme nos alter-ego, sans condescendance »* développe-t-elle en effet. De fait, ne parlez pas à Dominique Pace de « vieux livres », car il ne s'agit aucunement de détourner des ouvrages en fin de vie de la poubelle pour les leur

envoyer, mais bien de leur « *donner le meilleur* », clame-t-elle. « *Quand l'idée Biblionef a germé, les stocks excédentaires chez les éditeurs étaient pilonnés ! Nous nous sommes donc battus pour mobiliser autour de nous et convaincre notamment le monde de l'édition d'envoyer des livres neufs* ». *Un combat qui souligne combien Biblionef a à cœur de tisser des relations égalitaires, respectueuses et durables, là où d'autres auraient certainement opté pour des approches moins « coûteuses »*. Un autre raccourci, certes souvent proféré de bonne foi bien qu'empreint de légèreté, établit que dans les 98 pays où Biblionef est intervenu, les urgences ne seraient pas celles-là… Dit autrement : ne vaudrait-il mieux pas envoyer de la nourriture ou des vêtements à des enfants qui manquent d'abord de l'essentiel, avant de regretter l'absence de livres ? Sur ce point, Dominique Pace est aussi intransigeante que catégorique : « *Le livre n'est pas un luxe* » martèle-t-elle. « *Le livre est un incroyable vecteur de relation sociale et d'ouverture. Il est libérateur et la lecture est quelque chose qui nous réunit tous. Un livre peut déclencher quelque chose chez un enfants au point de le sauver et l'arracher à son sort* ». De ce point de vue, l'accès au livre fait donc figure de droit inaliénable et sa portée ne doit aucunement être minimisée. D'où l'insistance de Dominique Pace à s'extraire des discours « charitables » pour revendiquer haut et fort des ambitions plus profondes : « *Nous faisons de l'aide au développement, ou en tout cas, nous faisons notre part* ». Une mission qui ne peut trouver à s'accomplir qu'au gré d'une énergie passionnée, heureusement intarissable depuis que Biblionef existe… « *Nous ne touchons plus de subventions depuis 2011. Alors il faut chercher des financements, tous les ans. C'est un engagement difficile mais nous sommes toujours là, 24 ans plus tard, à faire notre part* » fait observer une Dominique Pace alerte, fervente amoureuse du livre et fine connaisseuse de l'aura qu'il exerce sur les plus jeunes, ici et ailleurs…



YR

À vos agendas

6ème COLLOQUE CULTURE PAPIER
« Le papier accompagne nos vies : les multiples usages du papier et des papiers. »

15 novembre

Tables rondes, 8h30-13h à l'INHA
(Institut National d'Histoire de l'Art)
2 rue Vivienne 75002 Paris

Inscription
communication@culture-papier.org

Programme
www.culturepapier.com

7ÈME FESTIVAL INTERNATIONAL DE LA PHOTOGRAPHIE CULINAIRE

3 – 27 novembre

www.festivalphotoculinaire.com

10ÈME ÉDITION DE LA PRESSE AU FUTUR

23 et 24 novembre

www.lapresseaufutur.com

SALON DU LIVRE ET DE LA PRESSE JEUNESSE SEINE-SAINT-DENIS

30 novembre - 5 décembre

www.lapresseaufutur.com

Les Petits Déj

PETIT DÉJEUNER CULTURE PAPIER CHEZ FRANÇOISE

7 décembre

Renseignements et réservation sur :
communication@culture-papier.org

Pour suivre toute notre actualité et prendre part aux débats, rejoignez- nous sur la **page Facebook** de Culture Papier et sur notre site : www.culture-papier.com

Philippe Toinard
L'autre facette de la presse gastronomique

Chroniqueur gastronomique, Philippe Toinard est rédacteur en chef des mook 180° et 12,5°. Il officie aussi dans de nombreuses publications : Fou de Pâtisserie, Saisons, A nous Paris et sur BFM TV il assure des billets d'humeur gourmands. De plus, il présente « Mangez-moi » sur l'antenne de Sud Radio. Prix Amunategui-Curnonsky 2011, il est également l'auteur d'une vingtaines de livres de cuisine et de recettes : « La Cuisine des 3e Mi-temps », « Le guide du Brunch », « Fort et Chocolat »... pour ne citer qu'eux. Sans oublier qu'il prête sa plume pour les guides « Lebey des restaurants » et « Lebey des Bistrots. ». Il était présent chez Françoise le 5 octobre.

La revue 180° a été créée par le photographe culinaire, Eric Fenot *« car, en tant qu'homme de goût, il ne se retrouvait pas dans la presse gastronomique qui accorde une place importante à la publicité »*. 180° est considéré comme une revue, vendue uniquement en librairies et dans les Relais. Deux numéros par an sont produits. Le comité éditorial est composé de cinq personnes et se rencontre deux fois par mois.

« Nous mettons six mois pour réaliser un numéro et nous travaillons avec un an d'avance, ainsi, dans le numéro 8 qui vient de sortir, vous trouverez une ambiance automnale. Nous ne parlons pas de tomates en juin car la saison des tomates est comprise entre août et octobre, contrairement aux idées reçues et aux magazines gastronomiques qui vous montrent ce fruit en avril ! »

Montrer la vraie France agricole

Afin de conserver une unité éditoriale, les auteurs n'achètent pas des sujets conçus à l'extérieur. Il y a parfois quelques propositions mais la revue maintient un style rédactionnel particulier à épouser, que le lecteur apprécie (filtre photo, angle particulier….). *« Nous réalisons des reportages sur les paysans (et non les agriculteurs), qui vivent avec peu de ressources. Nous captons l'émotion du quotidien, les parcours originaux, les gueules cassées. Nous voulons montrer la solitude du paysan du Morvan, montrer la vraie France agricole, parler des gens qu'on ne voit pas ailleurs »* revendique Philippe Toinard qui poursuit avec un sourire : *« Nous marchons à la soviétique. Pour qu'un sujet soit adopté, il doit recueillir les 5 voix ! »*

Vu le succès du 180°, les auteurs ont décidé de doubler l'aventure avec 12,5° consacré cette fois-ci aux vins. L'idée de départ est partie d'un hors-série sur le vin. Le principe pour 12,5° est le même, c'est à dire que les auteurs cherchent à mettre en avant les vins bio et biodynamiques, les vins de caractères. *« Nous avons trouvé dans le Morvan un professeur d'histoire-géographie qui fait du vin « Ratapoil ». Nous débusquons des vins qui sentent le vigneron »* précise le rédacteur en chef.

Des taux de satisfaction incroyables

Mais si la qualité des revues ne fait aucun doute, les éditeurs ont pour autant voulu connaître le ressenti de leurs lecteurs. C'est pourquoi ils ont commandé une étude OpinionWay : les résultats sont sans appel et recueillent des taux de satisfaction incroyables : plus de 95 % de taux de satisfaction et de renouvellement de l'abonnement. Ils n'ont pas reçu de mauvaises critiques et bénéficient d'un groupe très fort sur Facebook. Le lectorat correspond à des CSP + et à un public entre 30 et 45 ans. C'est une génération qui s'est détournée des plats préparés et qui est revenue à la cuisine maison, aux légumes bio, aux AMAP*… cette génération a retrouvé de l'intérêt pour la cuisine, contrairement à celle de leurs parents.

« Nous bénéficions également de l'effet « collection » précise Philippe Toinard. *« Ceux qui découvrent la revue pour la première fois veulent avoir les numéros précédents et les commandent. »*

A la question de savoir où les revues sont imprimées, le rédacteur en chef justifie de pouvoir faire tourner les imprimeurs en fonction des plannings de production de chacun. C'est ainsi que certains numéros sont imprimés en France, d'autres en Espagne ou encore en Belgique.

Philippe Toinard qui parcourt la France 15 jours par mois pour les autres publications pour lesquelles il écrit, dresse une analyse sur la presse gastronomique :

« Elle a bénéficié vers les années 2010 d'une augmentation des ventes grâce notamment à la mode des émissions culinaires. Cette mode est un peu retombée et les ventes de magazines risquent d'en pâtir. Cependant, la cuisine reste dans les bases de la culture française, il y aura toujours un public pour ces sujets là, même si le public s'effrite. Certains magazines existent depuis très longtemps, Elle à Table, Cuisines et Vins de France, Saveurs… Mais certains autres se sont engagés dans la brèche et ne vivent que 2 ou 6 numéros en kiosque. Actuellement, on observe un regain pour la pâtisserie.

Le rôle d'un journaliste gastronomique est aussi de défendre un savoir-faire. À ce propos la multiplication des normes est catastrophique, je vous recommande le livre d'Isabelle Saporta « Foutez-nous la paix » argumente-t-il.

« Mais la presse est le reflet de l'édition, elle doit aussi se poser la question de ses contenus. Certaines publications pensent rassurer leur lectorat en parlant de personnes connues. Il faut être comme nous très audacieux et innovant. Nous n'hésitons pas à consacrer 14 pages à un sujet, sans publicité » conclut Philippe Toinard.

* AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne

Stéphanie Robert et Patricia de Figueiredo

L'Ecole Estienne, **une référence éducative toujours en pointe**

Emblématique s'il en est, l'Ecole Estienne demeure une institution. Dépositaire de la mémoire des métiers du livre, l'école œuvre pour la préservation des savoir-faire sans pour autant oublier de se placer sur le créneau de la modernité et des nouvelles technologies. Un équilibre réussi si l'on en croit son proviseur, Annie-Claude Ruescas.

Comment l'école Estienne se positionne-t-elle par rapport aux autres centres de formation existants ? Quelle est sa différence fondamentale?

L'Ecole Estienne est une Ecole dont l'histoire, autour des métiers du livre et des métiers d'art, est ancrée dans Paris capitale de la culture depuis sa fondation en 1889.

C'est donc une école ancienne riche d'une histoire développée autour des métiers du livre, des métiers de l'imprimerie et dont la force est d'avoir su évoluer vers d'autres formations artistiques et s'adapter aux technologies nouvelles.

Une des forces de l'École Estienne est de se situer à Paris, capitale de la culture et de bénéficier de partenariats que nous avons instaurés avec des musées, des instituts culturels, des théâtres, et même des hôpitaux pour les DSA d'illustrations scientifiques.

Je citerai à titre d'exemple le partenariat avec la BnF, la Gaîté lyrique, le théâtre de l'Odéon, le musée de Cluny… Ils permettent aux étudiants une entrée vers les institutions culturelles majeures.

La qualité et l'excellence des enseignements dispensés est la seconde force de notre école, des intervenants qui sont soit des professeurs très bien formés, soit des formateurs issus du monde professionnel qui apportent un véritable plus à nos étudiants.

Le lien étroit avec le monde professionnel est aussi un atout majeur de notre Ecole. Des manifestations importantes se passent à l'école, en étroite collaboration avec les ateliers de Paris, l'Institut des Métiers d'art qui promeuvent les métiers d'art - gravure, reliure.. et les métiers du design - design de communication, design graphique.

Les élèves au cours de leur formation effectuent obligatoirement des stages en milieu professionnel. Des professionnels participent aux jurys d'examens. Nous organisons également des cycles de conférences avec des associations qui font la promotion les métiers du livre et des industries graphiques comme la CCFI et L'ATEP auxquelles se retrouvent des membres de ces associations et nos étudiants.

Dernier élément essentiel qu'il ne faut pas oublier les personnes qui ont été diplômées de l'école Estienne y sont très attachées même après leur sortie. L'école possède une âme, quand on est « d'Estienne » on le reste. C'est dans ces murs que le sens artistique de l'élève se forme, que leur personnalité éclot, que ce soit dans le domaine de la communication, l'expression plastique, la créativité… ce sont des années déterminantes. Le cadre est aussi très agréable, chargé d'histoire. Nous possédons une bibliothèque patrimoniale d'ouvrages anciens. Nous vivons le contraste entre l'histoire entretenue depuis sa création et une innovation permanente, y compris dans les matières les plus

anciennes. Aujourd'hui, nous avons 500 ordinateurs pour 600 étudiants.

À titre d'exemple, les travaux des jeunes étudiants en reliure ou en gravure démontrent une recherche permanente de créativité tout en conservant les gestes et leur excellence. La pratique nourrit l'enseignement et vice versa.

Les formations traditionnelles comme la typographie attirent-elles toujours les étudiants ?

Une manifestation importante, le Printemps de la typographie, se déroule chaque année à L'Institut National du Patrimoine - l'un de nos partenaires - avec des cycles de conférences de haut niveau autour de la typographie. C'est une discipline essentielle, ce n'est pas seulement un travail graphique mais une recherche permanente qui se fait avec les outils les plus modernes.

Dans cette filière, nous proposons un DMA et un DSA.

Justement, quelles sont les filières les plus prisées par les étudiants ?

Toutes les filières, que ce soit les diplômes de métiers d'art ou les diplômes supérieurs d'art appliqués, sont très prisées. Chaque étudiant construit son parcours qui peut se faire aussi, en complément, dans d'autres écoles : aux Beaux-arts, aux Arts déco, à l'école Boule, à l'ENSAAM, à Duperré … La construction d'un parcours d'un étudiant en arts aujourd'hui se fait en fonction de sa personnalité, de ses compétentes et de ses appétences.

Nous pouvons voir des parcours très différents et très personnels. Les promotions d'étudiants sont peu nombreuses, à part dans des classes de BTS.

Nous avons un BTS en industries graphiques où l'on forme des personnes aux métiers d'encadrement de la production graphique, ce sont les métiers plus traditionnels de l'école Estienne et on continue à en former une trentaine par classe.

Puis des diplômes de métiers d'art DMA et des diplômes supérieurs d'art appliqué DSA, ils accueillent une douzaine d'étudiants qui bénéficient d'un accompagnement très personnalisé.

Les élèves d'industries graphiques peuvent poursuivre parfois vers les formations plus artistiques et vers des licences professionnelles en édition et packaging vers les métiers du luxe.

Le secteur a connu une crise, est-ce que la situation s'en ressent au niveau des débouchés ?

Les étudiants qui sortent de l'école poursuivent, en général, leurs études ailleurs. Mais nos anciens élèves ne connaissent pas de problèmes pour trouver un emploi. Grâce à l'excellence des formations, dans tous les domaines, nous avons des élèves qui réussissent bien.

Ils acquièrent une forme de confiance dans leur capacité à faire. Les retours des jurys de fin d'années sont très positifs et les professionnels qui y assistent peuvent s'en rendre compte. Certains jeunes finissent leurs études à Sciences Po, au Celsa… institutions avec lesquelles nous avons des partenariats.

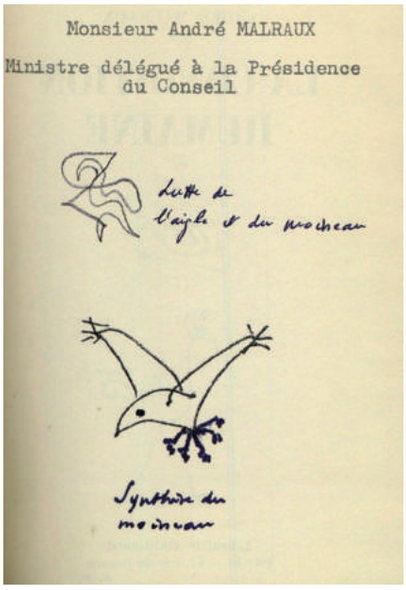
Quand nos élèves se présentent dans des agences de publicité, de communication, des musées, dans le monde de l'édition… ils trouvent du travail.

C'est la richesse de cette école, nous formons des professionnels en nourrissant la curiosité de nos jeunes. Et les partenariats que nous nouons leur permettent de réaliser des projets « grandeur nature » à l'image de celui avec le musée Galliera, ou avec le théâtre de la Gaité Lyrique, sans oublier le prix Presse citron. L'École Estienne s'apparente à une ruche et pour joindre l'image à la réalité, nous en avons mis une vraie sur le toit !

PdeF

Le papier, **patrimoine du futur...**

La Commission Malraux pour l'Europe de la Culture a été fondée, dans le cadre des commémorations nationales, lors du cinquantenaire de la création du Ministère des Affaires Culturelles, voulu par le Général de Gaulle pour André Malraux.
2016 étant l'anniversaire de la disparition de l'auteur de *La Condition Humaine*, nous avons voulu faire le point avec le Secrétaire général de la Commission, Olivier de Tilière, sur la place occupée par le papier dans le cadre de ses missions au titre de la culture et de la communication.


Monsieur André MALRAUX
Ministre délégué à la Présidence du Conseil

Les « dyables » d'André Malraux, dessinés sur son papier ministériel...

La défense du papier et sa valorisation entrent-elles dans votre champ d'activité ?

C'est l'un des éléments auxquels nous sommes très attachés. Le papier est en effet l'un des fondements de notre patrimoine commun et la Commission est proche des préoccupations de cette filière et ce, pour au moins trois raisons. En premier lieu, il est indissociable de l'oeuvre de Malraux. Un simple exemple. J'ai eu la chance de connaître Madeleine Malraux, qui en plus d'être la femme d'André, était une pianiste internationale remarquable. Elle m'avait expliqué que la création du célèbre Musée Imaginaire était indissociable du papier, puisque Malraux avait sorti tous les livres d'art de sa bibliothèque, qu'il avait ouverts par terre, dans le salon de leur maison, à Boulogne, pour choisir les œuvres, en fonction du cadrage, de l'impression, du tirage, etc C'était donc avant tout un musée de papier.

Ensuite, Malraux adorait avoir un stylo à portée de la main et il dessinait très souvent des petits « dyables », comme il les nommait. Des croquis qu'il composait un peu partout, à la table du Conseil, à l'Elysée, comme sur l'en-tête de son ministère. Ils ont été réédités, il y a peu* et l'on découvre un Malraux très drôle, qui fait des croquis de chats ou de petits monstres pleins d'humour. C'était un homme du papier qui avait toujours un bloc à portée de main.

Enfin, le premier travail de la Commission a été de rédiger un « Livre Blanc » (titre symbolique s'il en fut !) de l'Europe de la Culture, auquel ont participé de nombreuses personnalités européennes et le support retenu a bien été le papier, là où une simple version informatique aurait pu être initialement envisagée.

Vous avez d'ailleurs créé un *Observatoire de l'Edition* et des *Papiers de Presse* : en quoi consiste-t-il ?

C'est à nos yeux un complément de notre mission, voulu par Alain Malraux, le Président d'honneur de la Commission.

J'ai été, durant une décennie, Administrateur du Syndicat de la Presse Economique, Juridique et Politique au sein de la Fédération Nationale de la Presse Française, puis de la Presse Spécialisée. Aussi, lorsqu'il a été informé que je ne renouvelais pas mon mandat au Comité Directeur, il m'a demandé de m'occuper plus directement de cet Observatoire.

Faisant partie intégrante de la Commission, il permet aux professionnels des secteurs concernés de faire remonter et diffuser les informations liées à leurs activités comme à leurs expériences professionnelles.

Ses travaux, préconisations et expertises sont destinés à la Commission, mais il peut également intervenir directement. Il apparaît dans la lignée directe de nos activités, et a pour vocation de dresser un état des lieux de l'Europe de la Culture. Il fait également référence à ce qu'André Malraux qualifie lui-même comme son premier métier : celui d'éditeur.

Dans cet esprit, nous rencontrons régulièrement des politiques comme des associatifs ou des personnalités de la culture.

Votre commission organise et parraine plusieurs manifestations liées au papier...

C'est exact.

Nous remettons chaque année le Grand Prix de la Photographie du Patrimoine Gastronomique au sein du Festival International de la Photographie Culinaire, placé sous le patronage des ministères de la Culture, de l'Agriculture et des plus grands chefs étoilés. C'est un jury de parlementaires, de personnalités qualifiées - le président de Culture Papier y participe chaque année - et de journalistes qui se réunit au restaurant Maison-Blanche à Paris, pour décerner au tirage papier le plus réussi un Diplôme de Mérite et de Prestige National.

De même, lors de la Nuit du Livre, le Grand Prix du Livre du Patrimoine est également attribué à un livre d'exception au cours d'une soirée de prestige au Théâtre de l'Odéon.

Enfin, le papier sera encore présent avec la création d'un Diplôme d'honneur qui commémorera le 40ème anniversaire de la disparition d'André Malraux et le 20ème anniversaire de son entrée au Panthéon.

Le papier est-il encore un media du futur ?

Bien sûr, puisqu'il est complémentaire du numérique. Au final, ne correspond-t-il pas d'ailleurs parfaitement à cette formule de Malraux : le passé est un présent que nous fait l'avenir ?

PdeF

*Editions du Chêne

À droite, Alain Malraux, Président d'honneur de la Commission avec le Secrétaire général, Olivier de Tilière.

PARTENAIRE Culture Papier

Fabrègue imprimeur ?

Pas de doute, c'est des pros !

fabrègue imprimeur

Chez Fabrègue, nous croyons que tout ce qui existe peut être reproduit de façon toujours plus qualitative.

C'est une question de compétences et d'investissement permanent.

Mais au-delà de la technique, il y a les démarches. La nôtre est proenvironnementale.

Quel qu'il soit, un produit imprimé avec tant de labels environnementaux, c'est toujours rassurant...

Fabrègue imprimeur - Siège social et Ateliers
B.P. 10 - 87500 Saint-Yrieix-la-Perche
Tél. 05 55 08 39 39 - Fax 05 55 08 39 38
E-mail : fabregueimprimeur@fabregue.fr
Site : www.fabregueimprimeur.fr

IMPRIM'VERT®

FSC www.fsc.org FSC® C016758 La marque de la gestion forestière responsable

PEFC 10-31-1188 Cette entreprise a fait certifier sa chaîne de contrôle pefc-france.org

ISO 14001 DEKRA

PARTENAIRE Culture Papier

GHESQUIERES

LE FABRICANT D'ENVELOPPES PERSONNALISEES

UN RECTO SUR MESURE POUR VOS PROJETS...

GHESQUIERES

- REPIQUAGE, FABRICATION BOBINE ET FEUILLE OFFSET ET FLEXO
- CAPACITE : 6 000 000 D'ENVELOPPES / JOUR
- FORMATS : DL, C6, C5, C4, MULTI-FORMATS

... UN VERSO A VOTRE ECOUTE : REACTIVITE ET PERFORMANCE

- UNE EQUIPE COMMERCIALE DE PROXIMITE
- UNE PLANIFICATION A VOTRE SERVICE
- UNE SOCIETE QUI S'ADAPTE A VOS BESOINS

SIEGE SOCIAL ET USINE : 2 Rue Paul Langevin - 59260 LEZENNES
☎ 03.20.67.64.00 03.20.33.28.76

PARTENAIRE Culture Papier

Nord Mailing
A l'écoute du client

NORD MAILING est spécialisée dans la logistique d'envois publicitaires

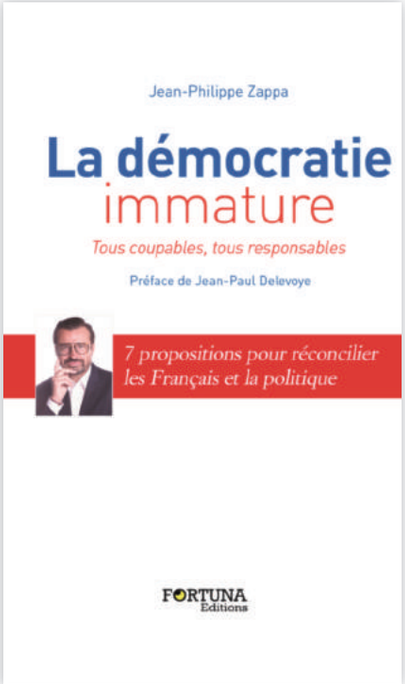
Avec Nord Mailing, *c'est la garantie :*

- *du* respect *de la date d'envoi,*
- *de la* conformité *de vos envois,*
- *d'un* prix *en adéquation avec la prestation*

N'hésitez pas à nous contacter !

- Marketing direct : Traitement informatique de l'adresse, Personnalisation, Conseils et gestion du print
- Production : Impression numérique, Façonnage, Mise sous enveloppe, Mise sous film, routage et dépôt poste Marketing direct, Presse ou Courrier de gestion
- Fulfillment et Services : Préparation de commandes, stockage, picking et expédition France et international

CONTACT : Cédric DELVALLEE - 20 Rue d'Hem - 59100 ROUBAIX
Tél : 03.20.73.01.29. - Port : 06.46.42.91.42
MAIL : commercial@nordmailing.fr



Jean-Philippe Zappa, délégué général de Culture Papier depuis sa création en janvier 2010 jusqu'en janvier 2016, vient de publier un essai sur la politique et la démocratie. Des domaines qu'il connaît bien puisqu'il était auparavant attaché parlementaire et plume de nombreux hommes politiques.

Partant de l'observation de la désaffection croissante des citoyens envers la politique, il dresse un constat sans appel sur notre classe politique dont les comportements sont trop souvent, pour l'auteur, dictés par des considérations partisanes et non par l'intérêt général. De la versatilité des promesses non tenues aux idées toutes faites nos élus semblent vivre dans un monde virtuel. Mais la responsabilité des médias et également des citoyens français n'est pas pour autant négligeable ; de la course à l'audience et aux petites phrases pour les premiers au désintérêt de la chose publique pour les seconds.

Pour autant, loin d'être pessimiste, *La démocratie immature* lance 7 propositions pour réconcilier les Français et la politique. 7 pistes et idées pour sortir de ce marasme. Parmi les idées les plus novatrices, on retiendra la réforme des inscriptions sur les listes électorales et la mise en place d'une Journée de la République qui permettrait à tous les français de rencontrer tous les partis politiques, d'échanger.

« Le débat politique entre des valeurs et des projets différents est nécessaire, plus que jamais, même dans les périodes troublées que nous traversons actuellement, car constitutif même de la République. Mais ce débat ne vit pas dans notre pays comme il le devrait, de manière respectueuse » nous déclare son auteur.

Gageons que cette Journée de la République fera son chemin dans le cœur et la tête de nos concitoyens.

Editions Fortuna, 12€.
Préface de Jean-Paul Delevoye et Postface d'Olivier de Tilière.

Restituer la voix des femmes à travers les pièces de procédures de la fin du Moyen Age au XXème siècle, telle est l'ambition du livre paru aux éditions de l'Iconoclaste et qui s'accompagne d'une exposition aux Archives Nationales qui aura lieu du 30 novembre 2016 au 27 mars 2017.

Cinq archétypes de coupables sont décortiqués : La sorcière en Europe au XVIème, XVIIème et XVIIIème siècles, l'empoisonneuse, l'infanticide, la pétroleuse de la Commune de Paris - on notera que le terme n'existe pas au masculin alors que la plupart du temps ce sont des hommes qui déclenchèrent des incendies - et sa corolaire, l'anarchiste, enfin la traîtresse et ses illustrations les plus vives avec les femmes tondues.

Le livre et surtout l'exposition révèlent plus de 330 procès-verbaux d'interrogatoires de totales inconnues et de personnalités qui ont marqué l'Histoire, telles Jeanne d'Arc, La Voisin, La Brinvilliers, Violette Nozière, Arletty…

L'occasion de remarquer que les femmes sont traitées et interrogées, notamment sur leurs vies intimes et sexuelles, alors que ces questions ne sont pas posées aux hommes.

L'exposition permettra, de plus, d'entendre des courts extraits de documents d'archives qui sont pour la plupart illisibles, à cause des difficultés paléographiques et linguistiques.

Des documents passionnants et riches d'enseignements.

www.archives-nationales.fr

Editions de l'Iconoclaste
308 Pages, préface d'Elisabeth Badinter

Serge Safran mène sa maison d'édition avec beaucoup de discernement dans le choix de ses auteurs. Avec ce « Camille et Merveille », il nous prouve une fois encore qu'il a du flair en publiant le 5ème roman de Ludovic Roubaudi. D'une écriture vive et alerte, poétique tout en étant réaliste, l'auteur nous entraîne dans une histoire d'amour forte, folle, et distille peu à peu le poison du doute.

Camille écume les foires pour vendre ses couteaux à huitres aux côtés de sa meilleure amie, Nadège, vendeuse d'égouttoirs. En rentrant chez lui, il s'occupe de ses deux voisins qu'une cour sépare – décidément, comme dans le roman de Serge Joncour, les cours d'immeuble sont à la mode – Mme Fillolit, vieille dame d'origine espagnole et Dlahba, maçon slave au caractère de fer. Un jour, il croise dans l'immeuble, une jeune femme, Merveille, et en tombe follement amoureux. L'histoire semble idyllique, mais qui est vraiment Merveille ? Pourquoi ses parents la détestent-ils autant ?

Et le papier ? Avec des faux papiers - tout comme l'imprimerie ont un rôle important dans l'histoire. Le conte de fées va t-il tourner au cauchemar ? Quand la romance vire au thriller… on ne peut plus lâcher le roman.

Ludovic Roubaudi
Editions Serge Safran, 18,90 €

Les Trophées de la **Com. Sud-Ouest**

Le 16 novembre aura lieu au Casino–Théâtre Barrière de Bordeaux, la 4ème édition de la remise des prix : les Trophées de la Com 2016.

Co-organisé par APACOM et le Club de la Com Midi-Pyrénées, ce prix a pour objectif de récompenser les campagnes et actions de communication réalisées par les annonceurs et les agences de communication du Grand Sud-Ouest : Aquitaine Poitou-Charentes Limousin et Languedoc-Roussillon Midi-Pyrénées.

Il contribue ainsi au rayonnement des villes et régions respectives de ce bassin d'activité et permet d'impulser de nouvelles coopérations interrégionales.

124 dossiers ont été déposés cette année, battant ainsi le record de l'année précédente qui avait vu 112 dossiers s'affronter.

7 catégories sont annoncées :

- Événementiel/Relations publiques
- Branding/Identité de marque
- Édition
- Affichage/Insertion Presse
- Audiovisuel
- Communication digitale
- Communication globale.

De plus, 2 prix spéciaux - le coup de cœur du jury et le coup de cœur des internautes - seront décernés.

Le jury est présidé par **Hervé Brossard, président & CEO de Omnicom Media Group**. Les autres membres sont :

Ghislain Faribeault, Guillaume Vigouroux, Hervé Laurent Riéra, Lauriane Fressy, Marie-Pierre Bordet, Michel Van Der Veken, Sophie Guérinet, Virginie Mary, François-Louis Noël, Bénédicte El Nemer, Eric Hélias et Cécile Ponchel.

Les Trophées ont lieu tous les ans en alternance entre Toulouse et Bordeaux.

Pour toute information :
www.tropheesdelacom.so

Chez Jules et **Léonie**

Laurent de Gaulle, ancien président de Culture Papier et président d'honneur, a décidé de créer un lieu de vie *« qui tourne autour de l'amitié »*. Des chambres d'hôtes et un gîte à Valmondois, petit village à quelques kilomètres du Parc Naturel du Vexin et d'Auvers-sur-Oise. Si l'âme de Vincent Van Gogh n'est pas loin, elle est bien entourée de quatre personnages dont les 4 chambres portent les noms : Daumier, d'Aubilly, Corot et Geoffroy de Chaume.

« Daumier, qui avait son atelier à côté, a permis à Corot d'acheter cette maison » précise l'actuel maître des lieux. Puis la maison se retrouva dans la famille de Laurent de Gaulle, ses grands parents étaient issus de Geoffroy de Chaume qui, après Corot, avaient repris la demeure.

L'ensemble a été Lauréat 2014 de l'Appel à projets touristiques innovants du département du Val d'Oise.

Une cour pavée sépare le petit gîte « de l'ami Vincent » qui peut être loué à la nuit ou à la semaine.

La maison dispose d'une pièce à vivre où les clients et amis pourront profiter de la table d'hôtes pour les petits-déjeuners et les dîners que prépareront Carole et Laurent. Les mélomanes disposeront d'un piano demi queue à l'étage. Les 4 chambres, dont une avec accès handicapé, sont décorées dans un esprit pur. Une autre dispose d'une terrasse avec accès directe sur le jardin. L'ensemble respire le calme et la sérénité.

« A travers la demeure s'expriment beaucoup de choses, le piano est une façon de rendre hommage à mes grands-parents dont la tante était une bienfaitrice du village et qui avait, déjà à l'époque, des chambres d'hôtes fréquentées par des clients du monde entier à la fin du 19ème siècle. » conclut Laurent de Gaulle.

Le tout à des prix très abordables : à partir de 68 euros.

Place Honoré Daumier 95750 Valmondois
contact@chezjulesetleonie.fr
www.chezjulesetleonie.com

Chez **Julien**

Alexandre Chapon possède cette belle adresse avec sa terrasse au calme derrière l'église Saint-Gervais. Après la disparition de son chef associé, Jean-Philippe Lebeouf, l'arrivée du jeune chef, Hermi Derbal, réveille la maison. Ancien du Rendez-vous des camionneurs et du restaurant étoilé *La Truffe Noire*, le chef manie la truffe avec bonheur et propose sa carte avec ou sans le fameux tubercule. Des recettes gourmandes et goûteuses à l'image de l'œuf mollet à la crème de lard, les ravioles de homard émulsion de crustacés ou de la blanquette de joue de boeuf, variété ancienne de carottes. Cette ancienne boulangerie au 19ème siècle a connu plusieurs vies pour devenir un restaurant bonbonnière dans les tons rouge et gris.

« Il y a toujours des livres de cuisine dans le restaurant explique Alexandre Chapon et nous avons commencé à faire un livre pour raconter l'histoire de l'établissement qui a un vrai passé. Et seul un livre peut permettre à nos clients de découvrir cette histoire à laquelle nous tenons. » Encore une fois, gastronomie et édition font toujours bon ménage.

Formule déjeuner 27 euros.

1 rue du Pont Louis-Philippe
75004 Paris
Tel : 01 42 78 31 64
www.chezjulien.paris

LES RENDEZ-VOUS DE L'IDEP

L'IDEP, Institut de développement et d'expertise du plurimédia, organise une série de conférences avec des experts de la filière graphique.

DES **CONFÉRENCES GRATUITES** EN RÉGION

DES RENCONTRES AVEC DES **EXPERTS RECONNUS**

DES TEMPS D'ÉCHANGE **CONSTRUCTIFS ET CONVIVIAUX**

DES THÉMATIQUES CIBLÉES

- Web to print
- Éco-construction d'un site d'impression
- Analyse stratégique
- Marketing opérationnel

Prochains rendez-vous thématiques :

Marketing opérationnel

Limoges – 01/12/2016 - 17h

Web conférence – 07/12/2016 - 17h

Éco-construction d'un site d'impression

Web conférence – 24/11/2016 - 17h

POUR ALLER PLUS LOIN

Le rapport annuel « Regards sur les marchés de la Communication graphique » vous permet de profiter d'une étude quantitative et qualitative de la filière : analyse des évolutions structurelles du secteur, étude des principaux marchés... Autant de données qui révèlent les évolutions en cours et tracent les perspectives d'avenir du secteur.

Téléchargez le rapport sur www.com-idep.fr

Pour en savoir plus et participer à la conférence organisée dans votre région :

rendez-vous sur www.com-idep.fr

-

Rejoignez-nous :

IDEP
Institut de développement et d'expertise du plurimédia

sennse • 12126

PARTENAIRE
Culture Papier

Nous préservons plus que notre planète.

Conception et réalisation : Nouvelle Cour

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 s'accomplit chaque jour avec vous.