



**HORS-SÉRIE**  
**FRANCE GRAPHIQUE**  
LE PRINT AU CŒUR DU CROSS-MEDIA .com

**SPÉCIAL SYMPOSIUM**  
**DE L'IMPRESSION**  
**NUMÉRIQUE**

# Pierre Picard, président du Syndicat de l'impression numérique

**Président depuis trois ans du Syndicat de l'impression numérique et des services graphiques, Pierre Picard revient, à l'occasion du Symposium de l'impression numérique 2014, sur les questions majeures qui se posent à la filière.**

Propos recueillis par Rodolphe Pailliez

*France Graphique* : Quel bilan de santé dressez-vous du secteur de l'impression numérique ?

P. P. : Le bilan n'est pas bon, et le sentiment général est morose. Malgré un sensible redressement des chiffres d'affaires, les marges restent en baisse ou stable, avec un très mauvais ressenti des chefs d'entreprises vis-à-vis de l'activité économique en France et sur la capacité de nos dirigeants à redresser la barre. Notre secteur n'échappe pas à la déflation, et le resserrement du marché fait la part belle aux donneurs d'ordre, qui mettent la pression sur les prix et sur les délais. Le marché du plan, qui renvoie à la reprographie traditionnelle, s'est effondré, la photocopie a disparu et tout le monde ou presque, chez les prestataires, s'est équipé en imagerie couleur grand format. Pour couronner le tout, les nouveaux partenaires européens mettent un chaos indescriptible dans les prix. Je ne dis pas : « Baissons les salaires en France », je pose juste la question à nos dirigeants politiques : « Quelles solutions nos entreprises doivent-elles appliquer pour être compétitives ? » Et qu'on ne

nous réponde pas : « Créer une application mobile ou connecter un objet à internet. » Nous sommes avant tout des imprimeurs, ou alors il faut changer le nom de notre métier.

F. G. : Sur la politique d'accompagnement du secteur, les actions développées par votre syndicat permettent-elles de contribuer à une meilleure reconnaissance de la filière ?

P. P. : Au niveau du Syndicat de l'impression numérique et des services graphiques, nous faisons tout notre possible pour nous faire entendre et pour représenter les quelque 2 500 entreprises du secteur, qui réalisent 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires par an et génèrent quelque 15 000 emplois. Nos actions portent principalement sur la diffusion d'informations, sur l'organisation du Symposium annuel de l'impression numérique, sur la mise en relation des adhérents et sur la gestion de la convention collective de l'impression numérique, qui garantit notre indépendance vis-à-vis de l'imprimerie de labeur dans les arts graphiques. Cette convention collective est particulière-

ment adaptée à nos entreprises et reste accessible, compréhensible et simple d'application. En dehors des activités conduites par notre syndicat, je ne vois pas de politique d'accompagnement du secteur. Nous sommes les parents pauvres de l'imprimerie ! Les quelques actions menées sont, au mieux, difficiles à comprendre, au pire loufoques, comme l'action Impression numérique dans les industries graphiques (Inigraph), destinée à favoriser le développement de l'activité numérique dans les imprimeries françaises, afin de leur permettre de répondre à une demande du marché qui évolue vers les petites séries. Je ne vois pas bien où est là l'accompagnement du secteur de l'impression numérique. Si l'on aide les imprimeries de labeur à s'équiper en numérique, alors aidons dans le même temps les imprimeurs numériques à s'équiper en presses offset pour se lancer dans l'impression traditionnelle !

F. G. : Malgré ces zones d'ombre, quelles opportunités de développement voyez-vous pour le secteur en termes de technologies, de marchés et de produits ?

P. P. : En tant que chef d'entreprise, je pense que la survie est dans la segmentation et dans la différenciation des produits et des services. Aujourd'hui, il est important d'être le meilleur dans ce que l'on fait, quel que soient les services ou les produits, qui ont tous un avenir et des clients potentiels. En revanche, d'ici quelque temps, il ne restera plus que des prestataires agiles, innovants, rapides, compétitifs et originaux dans leur offre. Compte tenu de la structure de nos entreprises, cela n'est possible qu'en se recentrant sur une gamme rétrécie de produits et de services. Dans les années qui viennent, il deviendra très difficile de rester un

imprimeur – numérique ou de labeur – compétitif sur toute la palette des services liés aux arts graphiques. S'il y a un secteur sur lequel la concurrence est féroce, c'est bien celui du livre imprimé en numérique. Ces dernières années, tout le monde s'est engouffré dans ce créneau, et la différenciation ne se fait plus que sur les prix. Pour tirer son épingle du jeu, dans ce domaine, il va falloir être très industriel, très différenciant sur l'offre, ou alors très peu cher. Pour finir, je pense qu'il y a des opportunités au niveau du multicanal et de la connexion des produits imprimés, d'internet, des mobiles et de la data en général. Là, la technologie et les idées peuvent faire la différence et rendre plus difficile le comparatif au niveau prix.

*F. G. :* Quels sont les principaux freins à un plus grand développement de la filière ?

*P. P. :* Il y a encore trop d'acteurs, trop de machines installées, chez les prestataires, dans les administrations, dans les centres intégrés, dans les ateliers protégés, etc. Non seulement le nombre de machines est trop important, mais elles sont de plus en plus productives, pour un volume d'imprimés en chute depuis plusieurs années. S'ajoute le fait que de nombreuses imprimeries de labeur se sont équipées en numérique pour aller chercher de la croissance, sans forcément appliquer la bonne tarification, d'où un effondrement des prix et une dévalorisation du service. De plus, la concurrence européenne, si elle n'est pas réglementée et uniformisée au niveau social, crée une distorsion très difficile à contrer. Nous faisons aussi face à un manque flagrant de vocations. Cela fait des années que nous disons que la formation en alternance et professionnelle n'est pas assez développée, sans pour autant qu'il y ait de changement.

*F. G. :* Quels sont les prochains combats du syndicat ?

*P. P. :* En tant que seul syndicat patronal représentatif des imprimeurs numériques en France, nous aurons pour objectif, dans les prochaines années, de préserver notre indépendance et de continuer, par tous les moyens, de défendre les intérêts de nos adhérents. Pour qu'il reste des

représentants patronaux face aux gouvernements – quel que soit leur bord politique –, encore faut-il qu'il y ait des adhérents dans les syndicats. La cotisation et l'adhésion à un syndicat patronal comme le nôtre ne peuvent être qu'une question d'idée, d'envie et d'implication dans la vie socio-économique de la profession qu'il représente ! ■