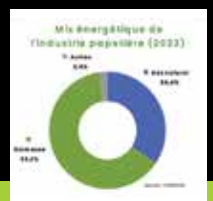




GILLES MURE-RAVAUD,
PRÉSIDENT
DU GMI

18

LE MÉTIER D'IMPRIMEUR EST DÉSORMAIS UN MÉTIER DE SERVICES



4 La parole à

FRANÇOIS THUILLEUR, DG DU GROUPE PAREDES ORAPI

21 Entreprise

A LA CHEVROLIÈRE, DS SMITH SE RELANCE SUR LA PALETTE EN CARTON

22 Perspectives

BILAN COPACEL : DÉSESPOIR POUR 2023 – DES ESPOIRS POUR 2024

30 À suivre

COÛTS DE L'ÉNERGIE : ÇA VA FINIR PAR CHAUFFER

•• Interview Gilles Mure-Ravaud, président du GMI ••

« LE MÉTIER D'IMPRIMEUR A CHANGÉ ET C'EST DÉSORMAIS UN MÉTIER DE SERVICES »

« *Maître* » dans l'impression et la communication, voilà un titre qui va comme un gant à ce passionné de culture japonaise, qui a été formé à l'École française de papeterie de Grenoble (aujourd'hui Pagora). Une spécialisation que Gilles Mure-Ravaud, président du GMI, va mettre à profit cette année, à l'occasion du centenaire du Groupement des Métiers de l'Impression et de la communication. Explications.

P AP'ARGUS :
LE GMI VA FÊTER
SES 100 ANS CETTE
ANNÉE. UN CAP QUE VOUS
SOUHAITEZ MARQUER,
EN LANÇANT UNE
IMPORTANTE CAMPAGNE
DE COMMUNICATION,
CENTRÉE SUR LE MÉDIA
PAPIER ET IMPRIMÉ.

POUVEZ-VOUS DÉTAILLER ?

GILLES MURE-RAVAUD : → C'est la plus importante campagne lancée sur le média papier et imprimé. Elle démarrera courant mai. Nous sommes accompagnés par l'agence Mediapilote, qui va déployer la campagne sur plusieurs médias, print, radio, tv, réseaux sociaux... Nous sommes suivis pour ce lancement national par de nombreux syndicats patronaux, clubs achats, plusieurs

papetiers et distributeurs européens et plusieurs grands groupes d'imprimeurs et bien évidemment l'association Culture Papier. Nous pouvons déjà citer les premiers contributeurs (en plus du GMI bien sûr), qui sont Imprifrance, Impriclub, Lourmel, Firopa, Inapa, Heidelberg, Dataline, et d'autres de semaine en semaine...

CETTE CAMPAGNE VA REPLACER LE MÉDIA IMPRIMÉ SUR LE DEVANT DE LA SCÈNE, À UN MOMENT OÙ IL EST CLAIREMENT EN PERTE DE VITESSE. QUELLE EST VOTRE ANALYSE ?

G.M.-R. : → C'est un fait que le secteur de l'imprimerie est en décroissance, de 5 % en moyenne d'une année sur l'autre. Le Covid a qui plus est bouleversé le secteur, en



Festival Chérisy Manga



UN EXPERT DE L'IMPRESSION, QUI JONGLE AVEC DE MULTIPLES RESPONSABILITÉS

Après 20 ans passées dans l'industrie papetière dans le premier groupe mondial International Paper, 2 ans dans la Scop Laballery et 15 ans dans le groupe CPI leader européen de l'impression de livres, Gilles Mure-Ravaud a créé la société GMR Conseil qui travaille pour le groupe Dupliprint. En parallèle, il a créé le festival Chérisy Manga qui a fêté son 5ème anniversaire en 2023. Il a été coproducteur du festival Manga Deauville, consultant auprès de la ville de Dreux pour le lancement du Festival Kultur Manga et conseiller de la Présidente du premier Festival Manga Mania Chartres. Au total, il a créé 4 festivals de Mangas en France en 5 ans. En plus de son mandat de président du GMI (renouvelé en 2023 pour 3 ans), il est administrateur de la CCFI (Compagnie des Chefs de Fabrication de l'Imprimerie), de Lourmel, d'Ambition Graphique et membre de la section industrie de la CPME.

◆
"La production d'imprimés publicitaires représente à peu près un tiers du chiffre d'affaires de l'imprimerie de labeur!"

UN PROFESSIONNEL DE L'IMPRIMERIE EN SYMBIOSE AVEC LA FORÊT

La défense du papier passe aussi par la défense du bois. Une maxime qui n'est pas vaine pour Gilles Mure-Ravaud, qui est aussi sylviculteur et possède une petite forêt dans le massif de Belledonne. C'est son père, qui travaillait à l'époque aux papeteries de Lancey (définitivement fermées en 2008, après 140 ans d'activités) qui avait planté avec ses fils des sapins Douglas sur un hectare de terrain.

accélérant la transition numérique. Des entreprises ont été mises en redressement judiciaire. Parmi les causes principales, figurent la baisse récurrente des ventes de presse, la réduction accélérée des commandes des catalogues et dépliants publicitaires... A titre indicatif, je rappelle que la production d'imprimés publicitaires représente à peu près un tiers du chiffre d'affaires de l'imprimerie de labeur ! Sans oublier la hausse du prix du papier, surtout au moment de la crise sanitaire et l'inflation des coûts énergétiques.

POUR AUTANT, CERTAINES ACTIVITÉS SEMBLENT AVOIR MOINS PÂTI DE LA CRISE SANITAIRE QUE D'AUTRES. QUELLE EST VOTRE ANALYSE ?

G.M.-R. : → Les libraires ont pu rester ouverts, ce qui leur a permis de



Festival Chérisy Manga

maintenir une activité. Plus spécifiquement, la filière manga a bénéficié de la crise sanitaire en quelque sorte car confinés chez eux, beaucoup de français ont vu des animés... Ce qui a contribué à dynamiser la vente de mangas.

POUR LES SECTEURS LIÉS À L'IMPRIMÉ QUI SONT TRÈS TOUCHÉS, QUELLES SONT LES SOLUTIONS ?

G.M.-R. : → Le métier d'imprimeur a drastiquement changé. Nous sommes passés d'une logique industrielle de gros volumes, obligatoire pour compenser l'investissement des machines à un métier de services, avec la capacité technique de pouvoir imprimer plus rapidement, sans contrainte de quantités. Le groupe Dupliprint par exemple a investi dans le TCD (très courts tirages dynamiques) avec des machines qui conservent une vitesse «de frappe» importante, même pour un petit nombre d'exemplaires à imprimer.

N'oublions pas non plus l'apport de l'intelligence artificielle (IA), qui est LE vrai sujet du moment. Au sein d'un marché clairement en décroissance, l'IA offre la possibilité de s'orienter vers un service de plus en plus personnalisé. C'est un vrai «game changer», qui optimise l'outil de production et les imprimeurs en sont bien conscients, comme l'a démontrée l'affluence lors de la journée de formation sur ce thème, que nous avons organisée en janvier à la CPME et qui était animée par Jean-Luc Haurais, expert en IA et professeur à l'université Paris 8 et Dominique Scalia, président de l'Observatoire Com Media.

DIVERSIFIER POUR PERDURER: EST-CE AUSSI LA SOLUTION POUR LES IMPRIMEURS SELON VOUS ?

G.M.-R. : → Bien sûr. Dans le contexte actuel, c'est la diversification, par exemple dans la communication digitale, ou encore la spécialisation sur des marchés de niche qui va assurer la pérennité des entreprises. Dans le même temps, le mouvement de

concentration, déjà engagé depuis plusieurs années, va s'intensifier. Un bon exemple en matière de diversification est celui du groupe parisien Sprint, qui a enchaîné les rachats en série: Planet Cards (carterie et faire-part en ligne), le groupe toulousain LMS (maintenance des systèmes d'impression), le corrézien

LE GMI FÊTE SON CENTENAIRE



Créé le 3 octobre 1924, le GMI était à l'origine le syndicat parisien des imprimeurs de labeur. Aujourd'hui, il regroupe plus largement la filière de l'impression et de la communication. 217 TPE-PME-PMI présentes sur l'ensemble du territoire sont désormais regroupées au sein du GMI: imprimeurs traditionnels, imprimeurs numériques, imprimeurs de livres, fabricants d'étiquettes, entreprises de packaging, sérigraphes, professionnels de la finition, spécialistes de la signalétique, professionnels de la communication visuelle et événementielle, agences de communication. Le GMI a pour mission de défendre les intérêts des professionnels relevant de la convention collective nationale des imprimeries et industries graphiques et d'accompagner les dirigeants d'entreprise dans leur développement économique et social. Le groupement s'est également donné pour mission de redonner de l'attractivité à la filière et d'accompagner les jeunes alternants des écoles des arts graphiques dans la poursuite de leurs études. Des bourses sont décernées par le GMI à plusieurs lauréats lors d'une soirée de prestige la veille du congrès annuel qui se déroulera cette année le 27 et 28 novembre 2024.

Fabrègue (emballage), la filiale de LexisNexis France, Evoluprint (édition)... Son but est de créer une offre globale via un guichet unique dans l'industrie graphique et il est bien parti pour réussir, constituant en l'espace de 8 ans, un ensemble comprenant une douzaine de sites de production. Sprint a compris que ses clients avaient besoin d'une entreprise capable de proposer une gamme variée de supports et produits et de s'adresser à un interlocuteur unique capable de répondre à l'ensemble de leurs besoins.



LA DRUPA REVIENT APRÈS 8 ANS D'ABSENCE. SEREZ-VOUS DE LA PARTIE ?

G.M.-R.: → Oui, bien sûr. Nous avons constitué une importante délégation qui sera présente le 4 et 5 juin 2024. La Drupa donne le pouls du champ technologique de la filière et il est plus crucial que jamais de s'informer aujourd'hui des nouvelles tendances pour opérer les bons choix pour demain.

L'UN DES THÈMES PHARES DE CETTE ÉDITION 2024 SERA L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE. PEUT-ON DIRE QUE L'IMPRIMERIE RIME AVEC ÉCOLOGIE AUJOURD'HUI ?

G.M.-R.: → De fait, l'industrie graphique obéit à de nombreuses normes en matière d'écoresponsabilité. Il existe plusieurs certifications et labels destinés aux imprimeurs ! Tous les métiers des arts graphiques proposent désormais des gammes de

produits ou des méthodes de fabrication de plus en plus responsables. Pour l'anecdote, lorsque j'ai visité une usine d'Arctic Paper en Suède, j'ai bu l'eau recyclée par l'usine. C'est dire sa qualité ! Réellement aujourd'hui, les métiers de l'impression respectent de strictes normes environnementales et adoptent un comportement de plus en plus vertueux.

Propos recueillis par
Christelle Magaud

Pour tout savoir sur l'étiquette et l'emballage imprimé, découvrez

ETIQ&PACK

**le seul magazine français
intégralement
consacré à ce secteur !**

**Pour recevoir un exemplaire en pdf, contactez Sylvie Hubert.
E-mail : s.hubert@mpmedias.com – Tél. : 02 31 98 82 65**