

Autrement dit

02 juillet 2010

INDUSTRIES GRAPHIQUES : INNOVER POUR NE PAS MOURIR

Le 25 juin, l'Union Nationale des Industries Graphiques (UNIC) réunissait à Lille les professionnels des industries graphiques et de l'imprimerie. Cette dernière perd, chaque année, 10% de ses effectifs dans la région. D'autant que question innovation, il devient parfois difficile de joindre le geste à la parole.

Manger ou être mangé. L'image fruste résume l'état d'esprit des acteurs des industries graphiques réunis à Lille le 25 juin. Evoluer vers le numérique avant que les professionnels du secteur ne se lancent, eux-mêmes, dans l'impression : voilà l'enjeu de ce secteur d'activité confronté à une remise en cause profonde. En France, les défaillances d'entreprises du secteur ont progressé de 27% depuis 2007. La région Nord-Pas de Calais, deuxième bassin graphique français, perd 10% de ses salariés chaque année. Principal défi de la profession : céder aux sirènes contemporaines pour mieux innover. « *Le drame, c'est que les imprimeurs n'ont pas cette culture* », déplore **Olivier Varlet**, directeur du pôle de compétitivité MAUD, qui milite pour l'intégration de puces RFID dans le monde du papier. « *Pour gérer les invendus de la VAD, aujourd'hui c'est un drame* ». Mais avant d'en arriver là, la profession s'interroge sur l'avenir du modèle papier. « *Tout le monde se sent concerné, personne n'a créé ses passerelles* » relève **Pascale Guinguéné**,

responsable veille technologique qui étonne en présentant des concepts de cross-canal, jouant sur la complémentarité papier/digital.

L'IMPRIMEUR, FUTUR COMMUNIQUEUR

« *C'est très compliqué de vendre du cross-canal : l'annonceur ne sait pas ce que c'est* » plaide **Philippe Hourdain**, Pdg des Exprimeurs. Le lillois fait amende honorable mais il est l'un des seuls à avoir sauté le pas au nord de Paris. Sa société vient d'investir 300 000€ pour mettre à niveau logiciels et matériel. « *On arrive aux limites des PME familiales. Vendre du cross-média, c'est une vente conseil. Nous devons devenir des groupes de communication et de solutions* ». Sur le papier, d'aucuns diront qu'ils sont prêts à investir. Mais l'effort à consentir reste conséquent opine P. Hourdain. Dans les faits, la culture du secret demeure bien présente... et bloquante.

Jonathan Blanchet