

Groupe de travail éditeurs (lundi 14 décembre de 14h à 16h) :

En présence de : Sophie Bazin, Hervé Le Crosnier, Plume Hecquard, Valérie Schmitt, Michel Lebailly, Coline Cabon, Francis Luc Merelo, Pierre Lenganey

Intervention de Francis Luc Merelo pour l'imprimerie Iropa

Francis Luc Merelo (fl.merelo@iropa.fr) est imprimeur chez [Iropa](#), du groupe national [Firopa](#) qui compte une vingtaine d'entités dans tous les domaines d'impression (livre, labeur, cartonnage de luxe, étiquettes, numérique).

Francis Luc Merelo est chargé de clientèle. Il compte dans ses clients des entreprises qui produisent des livres : il travaille sur des couvertures pour Gallimard, beaucoup de livres pour Hachette et des livres pour enfante en impression numérique.

Iropa est l'entreprise fondatrice du groupe Firopa qui a toujours travaillé sur la problématique environnementale. La direction du groupe est assurée par la famille Denis Jacqueline avec une philosophie assez humaniste avec un soucis du bien-être des salariés. L'environnement est de plus un état d'esprit insufflé par la direction.

Francis Luc Merelo est arrivé dans le milieu de l'imprimerie quand le travail se faisait encore avec des produits extrêmement nocifs rejetés dans l'environnement, mais dès 1985 Iropa travaillait sur le projet de n'avoir aucun rejet direct dans les eaux. C'était rare à l'époque. Ils ont été dans les premiers à obtenir le label [Imprim'vert](#) (*vous avez dans le lien 3 petites infographies qui expliquent ce qu'implique le label Imprim'vert, en cherchant bien, le label semble être sérieux, il faut par contre bien s'assurer du renouvellement du label chaque année chez l'imprimeur*), parce qu'ils avaient déjà, à la naissance du label, pris en compte la gestion des déchets, le recyclage.

Chez Iropa il y a un recyclage à 100% de tout ce qui sort de l'imprimerie. Et pour les produits toxiques, l'imprimerie fait appel à des entreprises qui vont pouvoir les traiter de manières industrielles (demande du label Imprim'vert).

En 2010, Iropa a lancé la construction d'une nouvelle imprimerie. Le site est assez significatif de la démarche environnementale puisqu'il a été décidé de faire un site HQE (haute qualité environnementale) : récupération de toutes les eaux, récupération de toutes les énergies, recyclage de toutes les énergies.

Un bâtiment HQE c'est un respect environnemental mais c'est aussi un respect social, dans les ateliers limitation du bruit pas des méthodes techniques particulières. La responsabilité est sociale et environnementale, ça doit fonctionner ensemble.

Les machines utilisées dans l'imprimerie sont des machines modernes, basse consommation au niveau électrique, sècheurs à LED. Les plaques d'impression sont réalisées sans chimie, développées en machines grâce à l'eau. Cela semble pour le moment plus écologique, mais l'imprimerie est confrontée en permanence à un dilemme qui est de ne pas avoir un regard sur le long terme pour savoir si les nouvelles techniques sont plus ou moins polluantes.

Ce dilemme se pose aussi dans l'utilisation des papiers. Aujourd'hui il y a des papiers très blancs qui sont recyclés, mais pour le grand public, le papier blanc ne semble pas pouvoir être recyclé et donc, s'il y a une action de communication à faire autour de l'écologie, on va préférer un papier moins recyclé mais qui a un « aspect » plus recyclé.

Les encres utilisées dans la technologie dite traditionnelle sont 100 % végétales, que ce soit pour les pigments ou pour les huiles de dilution (pas d'huile de palme). Les technologies HUV pour séchage rapide et réduction du temps de fabrication fonctionnent, elles, avec des encres dites plus nocives. Pour le client c'est important de prendre en compte la notion d'urgence. Plus on va avoir besoin que l'imprimeur aille vite moins on privilégiera des solutions éco-responsables. Aller vite est nocif pour l'environnement.

Concernant les eaux de mouillage des machines, Iropa fait un apport minimum d'alcool, il y a même parfois un travail sans alcool mais l'encre sèche moins vite ce qui peut créer un maculage sur le papier... L'environnement exige aussi d'accepter l'imperfection.

Aujourd'hui tous les papiers commandés ou achetés sont garantis par une fabrication : PEFC pour la zone européenne certifié par des contrôles gouvernementaux, FSC papiers du monde entier contrôlés par des ONG type WWF. Pour poser un logo PEFC sur un document il faut, en tant qu'imprimeur, être sous le joug de la certification, ce qui veut dire qu'il y a un contrôle sur le papier labellisé pour vérifier qu'il est bien celui qui va être utilisé, imprimé, livré... Le logo a un numéro, c'est celui de l'imprimeur. Le BAT doit être envoyé à ceux qui font la certification pour vérifier la taille du logo... Cela a un prix.

Les papiers FSC et PEFC sont des papiers qui viennent de forêts qui sont plantées pour faire du papier et replantées de manière durable.

Il y a les papiers recyclés mais encore une fois en terme environnemental, cela ne veut pas dire que les papiers recyclés sont moins polluants que le papier d'origine.

Il est aujourd'hui possible de connaître la provenance des papiers grâce à des fiches techniques.

Iropa a également réalisé un bilan carbone, l'idée étant de savoir quel est l'impact à l'instant T de l'imprimerie. Très peu de gens ont fait ce bilan, car il est très contraignant et demande de regarder année après année les évolutions. Iropa peut ainsi donner des informations de bilan carbone à ses clients pour la réalisation des produits clients.

Échanges :

Est-ce qu'il y a des formats spécifiques qui permettent de gâcher le moins de papier possible ?

Il y a des formats standard mais de plus en plus des formats intermédiaires également proposés par les papetiers. Ça permet d'avoir plus de souplesse.

Par ailleurs le format va dépendre de la pagination du document, du process industriel utilisé... Est-ce que c'est une impression en planche, en rouleau... Il faut échanger autour du projet avec l'imprimeur. L'économie vient de la bonne relation que l'on a avec l'imprimeur. Tout ce qui est économique en termes de coût peut aussi l'être environnementalement. Toute la gâche sera, quoi qu'il arrive, recyclée.

Ce qu'il faut savoir, si on parle de grandes quantités, c'est que d'un point de vue écologique ce n'est pas bon aujourd'hui de réimprimer. Le coût écologique d'un tirage est assez fort (exemple premier tirage de 5000 et on doit retirer 1000 exemplaires). Il vaut mieux passer au pilon et recyclé plutôt que de faire de la réimpression.

Beaucoup d'éditeurs travaillent avec des petits tirages qui permettent d'ajuster au maximum. En tant qu'éditrice je suis un peu surprise par les propos sur le coût écologique du tirage. Si on parle du numérique, est-ce que c'est aussi le cas ?

En effet, l'impression à la demande est très orientée vers le numérique. Le coût écologique du tirage est vrai pour l'impression offset.

Nous avons parlé des encres, est-ce que vous pouvez nous parler des vernis, du pelliculage... ?

Les encres sont 100 % végétales et on s'oriente vers la norme [cradle to cradle](#). Aujourd'hui le produit que je fabrique peut être recyclé uniquement à base d'énergie renouvelable et complètement réutilisé pour un impact positif sur la planète.

Le papetier suédois [Munken](#) travaille sur du papier cradle to cradle.

Les vernis ne sont pas naturels. Le vernis le plus « écolo » va être le vernis acrylique.

Dans le pelliculage, ça évolue principalement au niveau des colles.

En termes d'édition, ce qu'il faut apprendre c'est gagner en simplicité. Ce qui fait la beauté d'un imprimé c'est la beauté graphique, plus qu'un pelliculage, un vernis...

Il est également important de prendre en compte le process industriel de l'imprimeur. Les imprimeurs ne vont pas proposer toujours les mêmes formats, les mêmes solutions...

La chose essentielle, c'est la proximité, la relation avec l'imprimeur. L'importance c'est l'implication personnel dans le process de communication de notre client.

Est-ce qu'il y a des pelliculages à éviter ?

Il n'y a pas d'erreur à éviter, mais il faut demander un pelliculage avec colle à l'eau qui permet de séparer les deux supports au moment du recyclage.

Pas de risque que ça se décolle ?

Pas de soucis avec du pelliculage. Mais il faut demander à son imprimeur, et il n'aura pas forcément la capacité technique de le faire.

Exemple d'un choix d'ouvrage graphique sans pelliculage avec un problème de fond qui s'émiette. Comment y remédier techniquement ?

Le papier, c'est une matière vivante, une fibre où on gère l'hydrométrie, peut-être qu'il y a eu une erreur, une déformation, une impression dans le mauvais sens des fibres.

Il n'y a pas de produits parfaits, l'imprimeur fait aussi des erreurs, il y a des questions de coûts...

Exemple d'un éditeur qui imprime en République Tchèque chez [Finidr](#). Imprimer là-bas pose pleins de questions mais l'imprimeur donne des réponses rapides, ce qui n'est pas toujours le cas en région.

Pour qu'imprimer localement fasse sens, il faut aussi trouver cette disponibilité, ce conseil. L'avantage d'un imprimeur comme Finidr, c'est le coût, la rapidité et l'impression de A à Z... Mais pas toujours le conseil sur des questions aussi fondamentales que le type de papier, la taille, il manque parfois un peu cette dimension de conseil qui pourrait être plus simple si c'était possible de développer un vrai partenariat.

Il est peut-être intéressant d'identifier les imprimeurs locaux dans les capacités de production. Finidr, travaille très bien, ils sont réactifs et en moyenne 30 % moins cher. Il faut une volonté commune d'aller vers une responsabilité régionale pour produire ensemble.

Cette responsabilité fait sens quand on peut porter un message ensemble. L'impression en France sera plus cher, mais pourquoi pas si ça peut porter un discours cohérent qui permet d'être mis en avant. En librairie, il y a de plus en plus de parents qui se posent des questions sur l'achat de livres jeunesse.

Malgré la concurrence, on ne se lasse pas de répondre aux appels d'offre. On espère toujours trouver le moyen d'apporter quelque chose de complémentaire. L'environnement c'est un état d'esprit.

Est-ce qu'il serait possible de réfléchir à la mutualisation d'un site qui permet de mettre en place une impression à la demande avec un livre imprimé pour une personne ?

L'impression à la demande pose d'autres questions sur la place, le rôle et la responsabilité de chaque métier du livre. Le diffuseur ne serait probablement pas d'accord avec cette logique-là.

Dans l'imprimerie on a été frappé de manière très violente par l'évolution. Tout n'est pas incompatible. On va dans une librairie d'une certaine manière, et on peut aussi réfléchir au livre à la demande en complément. Le libraire est payé sur le conseil mais on évite aussi le stock.

On vient d'un design graphique et là nous sommes en Master Édition. Nous sommes de plus en plus informés par nos professeurs sur le web to Print. On a parlé d'imprimantes disponibles en bibliothèques...

On parle du livre et de qualité. Il faut donc faire attention à l'imprimante, à l'imprimeur. Mais ce que l'imprimeur vend c'est le service, le conseil. Il faut trouver un équilibre entre le progrès qui vient et en même temps savoir ce que l'on est...

Exemple d'un essai d'impression à la demande à Dakar (Sénégal), c'est assez compliqué à mettre en place et peu satisfaisant en termes de coût.

Est-ce qu'il existe un référencement des imprimeurs de la région, pour savoir qui peut faire quoi... Ce serait un bon conseil pour les éditeurs.

Pas de référencement aujourd'hui. Mais en effet c'est important d'avoir un positionnement de l'imprimeur. Il y a une multitude de fournisseurs, d'imprimeurs qui sont en mesure d'apporter un élément de réponse, une possibilité d'optimisation...

Le problème c'est que c'est un métier très concurrentiel, il faut être très gros ou très petit, c'est compliqué pour le moyen. Il n'y a pas de transparence partout, la conjoncture est très compliquée.

Réflexions autour des différents critères et des pictogrammes de [Livr&co](#) : quelles difficultés rencontrées pour avoir les informations ?

- Est-ce que ça a vraiment du sens d'avoir pleins de label ? ça en a pour le client mais ça ne révèle pas toujours une bonne conduite au jour le jour.
- La démarche est intéressante, elle permet pour la maison d'édition de se poser certaines questions, de poser des critères sur lesquels se questionner. Les axes sont très intéressants et la démarche est appréciable. Mais c'est vrai qu'il y a toujours la possible course au label... Ce qui pourrait être intéressant, c'est de voir quels sont les critères exacts et comment on peut y répondre. Comment on peut mettre ça en avant pour expliquer sa démarche éditoriale.
- Dans le même état d'esprit, à la fois intéressant et à la fois compliqué, ce qui serait idéal c'est que la filière du livre arrive à prioriser quelques critères intéressants.
- Sur les labels, c'est très nébuleux, quand on va sur les sites tout est toujours merveilleux. Chacun sert le discours qui l'arrange.

Est-ce qu'un document qui recense les imprimeurs de la région avec leurs spécificités techniques ça peut être intéressant ?

- Ça peut être utile d'avoir un document qui recense les imprimeurs en région. Par facilité on travaille avec un imprimeur qui travaille sur le type d'ouvrage. Ce serait bien d'avoir une liste avec les spécificités off set, numérique...
- Ce qui serait très intéressant, ce serait que chaque imprimeur de la région puisse se positionner sur des spécificités. Couvertures cartonnées ? Coutures Singer ?

Regard sur la relation avec l'imprimeur ?

- L'éditeur doit pouvoir avoir quelques exigences un peu minimales comme faire des points au moins une fois par an et pouvoir aller visiter sur place.
- Dans la relation avec l'imprimeur il faut aussi une certaine fidélité. Est-ce que le travail de recensement ce serait utile s'il y a déjà un travail de fidélité ?

Petite question par rapport à l'auto-distribution, comment ça se passe ?

Pas un choix au début mais le distributeur de la maison d'édition s'est désengagé du livre. Il faut apprendre à gérer le référencement. La maison d'édition a maintenant des commandes par le libraire directement et ça permet de se faire connaître. Notre maison est très marginale, difficile à défendre s'il n'est pas possible d'échanger avec le libraire. Toute la partie distribution nous incombe, c'est lourd en manutention mais on est très réactif. Ça permet aussi de raccourcir la chaîne.

[Document de l'auteur au lecteur](#)

Conclusion de ce groupe de travail/de réflexions :

- Il est important de nourrir une vraie relation avec l'imprimeur ;
- La démarche environnementale fonctionne avec une démarche sociale ;
- L'urgence est forcément nocive avec l'environnement,
- Les labels d'impression sont importants à prendre en compte Imprim'vert, papier certifié... Il est possible d'avoir des encres 100 % végétales, attention aux vernis et au pelliculage (colle à l'eau) ;

- Les imprimeurs, en fonction de leur expertise et des capacités techniques ? n'apporteront pas toujours la même réponse à une question ;
- N2L va essayer de travailler sur un recensement des imprimeurs de la région pour connaître les spécificités techniques ;
- Il est compliqué de rajouter des labels dans le livre, mais intéressant de s'interroger sur ces questions et peut-être avoir une filière du livre qui priorise les axes importants (à réfléchir dans le groupe écosystème ?) Trouver des axes qui permettent de valoriser l'ensemble de l'écosystème.

Proposition d'axes de travail pour le groupe de travail 3 :

- **Comment travailler à l'échelle locale sans se couper du national ? Comment faire le tri dans les ouvrages qui sont à portée nationale ou locale ? Qu'est-ce qu'un travail local implique ?**
- **Comment travailler sur des relations de proximités avec les professionnels et les lecteurs ?**
- **Est-ce qu'il faut cibler moins de libraires mais mieux ?**