



3 (questions à...) **Bruno ARASA, responsable syndical de l'imprimerie HELIO CORBEIL**

Le syndicalisme et la coopération ont des racines et des valeurs communes

Le Tribunal de Commerce de Meaux statue début février 2012 sur le sort de l'imprimerie Hélio Corbeil et sur la proposition de reprise en Scop portée par les salariés. Elle permet de sauver plus de 80 emplois.

Brèves de com : Hélio Corbeil fait partie des imprimeries de référence. Pouvez-vous nous résumer son histoire ?

Bruno Arasa : En 1794, une première imprimerie ouvre pour produire les imprimés de la Préfecture et de la Mairie de Corbeil. Elle est reprise en 1829 par Louis Crété et devient ainsi l'imprimerie Crété qui va se développer sur plusieurs générations. En 1969 elle compte près de 2000 salariés et imprime bon nombre des grands titres de la presse comme Match, Télé 7 jours, Elle. En 1973, elle fusionne avec d'autres imprimeries pour former le groupe Néogravure-Chaix-Crété-Desfossés, figure du paternalisme industriel qui commence un sérieux déclin. En 1980, elle prend le nom d'Hélio Corbeil en devenant filiale du groupe Hachette. C'est l'époque où tout grand éditeur digne de ce nom se doit d'intégrer sa propre imprimerie. Changement de stratégie en 2002 où l'air est à l'externalisation. Hélio est cédée à Quebecor, le leader mondial de l'imprimerie qui décide en 2008 de se désengager du papier et vend ses 17 unités européennes à HHBV qui fonde CirclePrinters, propriétaire d'Hélio Corbeil. Immédiatement, les entreprises françaises sont isolées dans une branche spécifique et commence une stratégie d'atermoiments sur leur devenir. Dès lors, nous savions que notre avenir était compromis.

Brèves de Com : Qu'est-ce qui distingue la technique d'impression par l'héliogravure et pour quelles productions est-elle bien adaptée ?

Bruno Arasa : En héliogravure, nous gravons un rouleau cylindrique. Il est recouvert d'encre puis raclé de telle manière qu'il ne reste de l'encre que dans la gravure. Elle se dépose sur le papier quand le cylindre roule dessus. L'absence de plaques comme pour l'offset permet d'adapter le diamètre du cylindre au format souhaité tout comme sa laize (largeur de la bobine) détermine plusieurs tronçons d'impression qui constitueront autant de pages qui vont se cumuler automatiquement en sortie de rotative. Après chaque tirage, les cylindres sont régénérés par dépôt d'une pellicule de cuivre et d'une couche de chrome. Ce procédé d'impression permet une qualité constante sur les gros tirages. Il est généralement utilisé au dessus de 400.000 exemplaires.

Brèves de Com : En passant de l'action syndicale à la Scop, retrouvez-vous des dénominateurs communs ?

Bruno Arasa : La CGT d'Hélio Corbeil ne s'est jamais contentée d'une action uniquement revendicative. Par tradition les salariés imprimeurs se sont toujours intéressés à la stratégie de l'entreprise avec un regard qui dépassait leur site de production pour comprendre des enjeux devenus internationaux. Nous avons l'habitude de nous organiser collectivement. Ainsi, l'idée d'une reprise en Scop a germé progressivement chez les salariés et, comme elle a plu à nos principaux clients, elle a fini par s'imposer naturellement à nous et à notre environnement. Le syndicalisme et la coopération ont des racines et des valeurs communes.

Sociétés

Le big bang

Achats

Référencements de fournisseurs

Marchés

Le papier en voie de stabilisation ?

Technologies

Impression décentralisée de journaux

Fédération

Seuil des marchés publics

lescop de la communication
SCOPÉRIE COOPÉRATIVES
ET MÉTIERS

8, boulevard Poissonnière
75009 Paris - Tél. 01 56 03 90 05
Courriel : accueil@fdcom.coop
Site internet : www.fdcom.coop
Directeur de la publication :

Francis Gernet

Rédacteur en chef :

Denis Dejeu

Réalisation :

Scop Publications Elysées
et Scop Causses & Cévenne
ISSN : 1631-5243



Le big bang



Nombreuses productions originales pour Bigband, coopérative images et sons de Nantes : un film pour les sourds avec la Macif, un récit cinématographique pour le Musée d'Histoire, des vidéos pédagogiques pour la Cité des Sciences et de l'Industrie, des films pour l'exposition sur les Gaulois. L'objectif est clair : « Notre coopérative a l'ambition modeste mais tenace de mettre l'image et le son au service des acteurs qui s'impliquent dans les questions collectives, quel que soit leur domaine : social, économique, pédagogique, culturel, politique ».

Mois de l'ESS



Quand la pyramide de l'économie capitaliste se renverse, il vous est proposé de regarder une autre construction : celle des entreprises d'économie sociale. C'est la coopérative lyonnaise Acte Public qui a assuré la production du film réalisé pour le mois de l'économie sociale, repris et diffusé sur toute la France. Conçue comme une plateforme culturelle, la Scop rassemble des artistes et techniciens qui développent des « aventures artistiques dégagant des valeurs citoyennes et militantes fortes ».

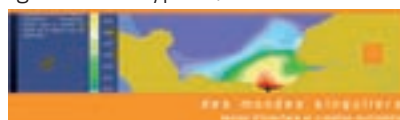
Média-pro nature



Toujours à Lyon, à noter dans les nouvelles productions vidéos de Média-pro, un film sur la fresque végétale « Lumière » de la Cité de la création et trois films pour le 11^e séminaire des métiers de l'eau.

Des mondes singuliers

Loin des mastodontes de la vente sur Internet et des boutiques en ligne stéréotypées, « Des mondes



singuliers » réalise des espaces de vente virtuels à forte identité. La coopérative connaît bien l'édition et les produits culturels. Elle met en valeur les savoirs de clients comme les Editions Apogée, les Presses Universitaires de l'Ouest ou Vidéorama (une boutique bien connue des cinéphiles).

Intercoopération



Accompagner une Scop dans sa stratégie de communication et de marketing : pour remplir cette mission, l'Union régionale des scop de Poitou Charentes a fait appel à MADEinSCOP. Après étude des propositions des Scop de la communication, c'est la Néata/Port Parallèle qui a été retenue. Un bon moyen pour trouver le prestataire en parfaite adéquation avec les besoins en restant dans le réseau coopératif.

Terre du Nord

20.000 exemplaires imprimés et vendus 2 euros dans les points de vente du Nord-Pas-de-Calais : c'est en résumé la formule du nouveau mensuel Terre du Nord, totalement indépendant des collectivités territoriales. Le directeur de publication de la Scop est Guillaume Cugier, son rédacteur en chef Michel Maienfish. Ambition : mettre en valeur les initiatives novatrices et originales dans la région.



Tentaculaire



Pour fêter sa première année d'existence, Mercredi Créateurs d'imaginaire a organisé une Poulpe'Party. Un après-midi de présentation d'une partie de ses tentacules : Campus Marianne, Ginga Menina, Raizes de dois capoeiras... de quoi poulper sans se faire ventouser. L'agence de communication éditoriale est spécialisée en stratégie éditoriale diffusible sur tous supports. Elle nage et se déploie à Alfortville au sud de Paris.

Les Scop

à la radio



François Mellan (Oonops) et Pierre Gadrey (Z'images productions), aux côtés de Sylvie Nourry, directrice de l'Union Régionale des scop Ile-de-France, étaient les invités d'une émission radiophonique produite par la Fondation Copernic. Au programme : leur mode alternatif d'entrepreneuriat qui se traduit par des pratiques multiples mais toutes respectueuses de valeurs coopératives restées longtemps absentes dans les entreprises : équité, démocratie, partage.



Stratégie

d'offre globale

En 2011, l'imprimerie Unigrhic à Villeurbanne a pris le taureau par les cornes : 50 % de son chiffre d'affaires est maintenant réalisé sur de la création et de la conception graphique. Son parc offset est complété par une presse numérique Elle a ouvert un service routage/mise sous pli. A sa labellisation « Imprim'Vert » elle vient d'ajouter la certification « PEFC ». Prête pour 2012 !



Références de fournisseurs

Références papier

Pour 2012, les négociations de la centrale d'achat des scop, Coopadev et des fournisseurs ont été menées par Dominique Haudiquet, Jean-Claude Pierret (Chevillon Imprimeur) et Nathalie Jammes (Coopadev). Pour les papiers Torrapapel, Papyrus et



Antalis ont été référencés. Pour bénéficier des tarifs, les coopératives doivent s'engager à acheter au moins 75 % de leurs papiers chez ces fournisseurs. N'oubliez pas de signer l'engagement !

Informations complémentaires :

Nathalie Jammes

01 56 03 90 05

njammes@fdcom.coop

Référence encres et plaques

Les fournisseurs d'encre référencés pour 2012 sont Huber, Flint et Campion. Pour les plaques Fuji et Kodak avec une offre particulièrement attractive pour les plaques sans chimie.

Références enveloppes

Les négociations sur les enveloppes ont été menées par Laurent Poisneuf (ICO). Comme l'année précédente, La Couronne et GPV ont été référencés.

Torrapapel Malmenayde

Depuis le 1^{er} décembre 2011, les sociétés de distribution françaises du Groupe Lecta, Torrapapel France et Malmenayde, ont fusionné pour former Torrapapel Malmenayde. La nouvelle entité réalise un chiffre d'affaires proche de 200 000 000 €. En 2012, toutes vos commandes à Torrapapel Malmenayde entreront dans le volume d'affaires Coopadev.

Bonne surprise

Pour diversifier son offre aux coopératives de tous les métiers, Coopadev a référencé JPG pour les fournitures de bureau en 2011. Les coopératives bénéficient ainsi de réductions substantielles : 37 % sur les fournitures, 27 % sur le mobilier, 17 % sur les consommables d'impression, 7 % sur le matériel informatique et 20 % sur les autres articles du catalogue général. L'opération est un succès et nombre de coopératives ont vu leur budget ramettes et autres fournitures diminuer sensiblement. Le référencement est maintenu pour 2012.

Ristourne

Coopadev

A la demande de l'Imprimerie Artésienne, le conseil d'administration a retenu une nouvelle règle de répartition des ristournes des

fournisseurs référencés. Lorsqu'une seule coopérative génère des achats permettant d'alimenter à plus de 50 % la ristourne revenant à Coopadev, le supplément est réparti pour moitié à la coopérative concernée et pour moitié à Coopadev.

Made in France



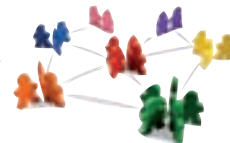
Jean-Yves Hepp est un chef d'entreprise particulier. Pour fabriquer « Qooq », une tablette spécifique cuisine (mais avec toutes les

fonctionnalités d'une tablette classique), il a choisi un fournisseur qui produit à Monceau-les-Mines en Bourgogne. En plus, il prétend qu'en prenant tout en compte, ses coûts de fabrication sont identiques à une production chinoise et qu'il sera bien content que ses enfants n'aient pas besoin de s'exiler pour trouver du travail. La tablette est vendue 359 €.



Fidéliser

Pour fidéliser sa clientèle, plus que la qualité du produit et de la prestation fournis, ce sont les services qui les entourent qui comptent (étude GfK). Plus un client utilise les services connexes à un produit, plus il a de chance de ne plus vouloir changer d'environnement. L'intégration de cette logique dans la politique commerciale de l'entreprise devient essentielle : quels services complémentaires à mon offre commerciale vont simplifier la vie de mes clients ?



Gratuit et illégal

En Allemagne, Vistaprint, leader mondial de la vente d'imprimés sur Internet, a été condamnée au profit de Print24, un autre imprimerie sur Internet. En cause : les pratiques commerciales déloyales consistant à proposer des cartes de visite prétendument gratuites. En France, d'autres imprimeurs en ligne utilisent ces méthodes qui portent préjudice à toute la profession. Ils savent maintenant à quoi s'attendre.



Le papier en voie de stabilisation ?



Les reprises, fermetures, arrêts d'activité dans la filière papier se sont poursuivis en 2011. Pourtant l'avenir n'est pas tout sombre. Les papetiers jouent un rôle positif dans l'entretien d'une forêt européenne

que les dernières études décrivent en croissance. L'empreinte carbone de la filière est en réduction constante. La lignine, sous-produit de la pâte à papier, pourrait servir dans la fabrication d'un nouveau procédé, le « bois liquide », substitut au plastique pour l'injection dans un moule. Le marché du livre, de la presse quotidienne et magazine, sous forme imprimée, retrouve une modernité qu'il avait perdue. La lecture sur un support participant au calme et à la tranquillité devient un confort apprécié.

Petites annonces



Le marché des annonces classées a été sérieusement bousculé à partir de 2008 avec

l'arrivée des sites Internet d'annonces gratuites. La récente défaillance de COMAREG (Paru Vendu) a provoqué le licenciement de 1 650 salariés. L'éditeur de presse gratuite d'annonces, coincé par des coûts fixes très importants a perçu trop tardivement l'évolution du marché et son site web, arrivé trop tard, n'a pas eu de succès. Les petites annonces en ligne sont elles en croissance (3 % par an jusqu'à 2015) et des perspectives se font jour avec le smartphone et la géolocalisation.

Edition de portails

grand public

D'après une étude Xerfi, l'édition de portails ou sites internet grand public est devenue un secteur plus important en taille (près de 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2011) que l'édition de livres (2,8 milliards) ou radiophonique (1,3 milliard). Elle se répartit sur une douzaine de segments d'activité : moteur de recherche, annonces et rencontres, contenus éditoriaux et infos pratiques, annuaires, agrégateurs de contenus et de services, comparateurs de prix, réseaux



sociaux, plateformes vidéos et musique. Elle connaît une croissance à deux chiffres mais avec de grandes disparités. Quelques gagnants raflent la mise et beaucoup survivent en espérant trouver le « truc » qui les singularisera. Un métier où il faut sans arrêt évoluer à temps et dans la bonne direction.

La communication fragmentée

Que de canaux pour communiquer : courrier, web, SMS, e-mail, médias sociaux, Internet mobile. Résultat : il est de plus en plus difficile de toucher et sensibiliser



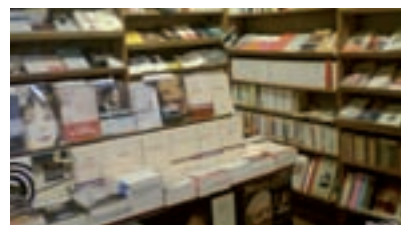
un client. Tentés d'utiliser les nouveaux médias jugés « innovants », les entreprises recon-

naissent la suprématie du courrier promotionnel mais estiment qu'une campagne multi-canal (courrier, mail et web) est la meilleure façon d'optimiser leur information. Ensuite, le site Internet et le téléphone sont les canaux les plus utilisés pour le retour client (étude Pitney Bowes sur la fragmentation des médias).

La diversité des livres

Le ministère de la Culture a produit une étude sur l'évolution de la diversité culturelle dans l'industrie française du livre. Elle révèle un double mouvement en faveur d'une part des « best sellers » et d'autre part des

titres considérés comme confidentiels. Certainement l'effet média pour les premiers et Internet qui rend les seconds plus visibles. Le nombre d'auteurs lus augmente (+ 25 % en 3 ans) mais la notoriété « autoreforce » les ventes des auteurs les plus connus.



Magazine

imprimé ou digital

Dans une interview à Presse Edition, la directrice publicité de Mondadori considère le digital comme un complément du magazine imprimé, et non l'inverse : « nous considérons que le lieu où se construit l'autorité, le capital [du magazine], c'est le print...c'est là que se crée la relation d'addiction, de fidélisation, de segmentation. Là où elle trouve son territoire, où elle crée sa réputation, son ADN. Forte de cette légitimité, [le magazine] peut envisager de s'exprimer sous des formes digitales, web, iPad ou mobile : des médias complémentaires par leur usage et contenu ».

Presse professionnelle



La presse professionnelle est en déclin de lectorat et de recettes publicitaires depuis près de vingt années, d'après une étude Xerfi Research. Sa diffusion moyenne a baissé de 3,2 % en moyenne annuelle entre 2000 et 2009. La baisse de diffusion devrait perdurer jusqu'en 2015 au rythme de - 2,5 % par an. Les éditeurs résistent plutôt bien, à coup de restructurations, pressions sur les prix des papiers et de l'impression, d'économies d'échelle et de diversification (organisation de salons et de formation professionnelle notamment). La qualité éditoriale en souffre.

Impression décentralisée de journaux

Le Monde

A la Réunion, vous pouvez lire Le Monde en même temps qu'à Paris : le quotidien est imprimé sur place avec une presse numérique. En allant au-delà de ce modèle, une imprimerie de presse de Limoges (Rivet) a imaginé un fonctionnement entièrement repensé du circuit allant de l'éditeur au distributeur de journaux. En partant des besoins locaux, des imprimeries décentralisées équipées en jet d'encre pourraient imprimer l'ensemble des titres, dans l'ordre de leur livraison à chaque kiosquier. Il suffirait ensuite de faire une livraison de proximité pour éviter les coûteux circuits actuels à travers de centres de regroupement et d'éclatement des différents titres.

L'affichage digital

Ça y est, les halls de gare et d'aéroport, les stations de métro et autres « malls » passent à l'affichage électronique.



Conséquence, l'approche créative de l'affiche est totalement à repenser. Nous passons d'une image statique à une vidéo, avec des messages qui peuvent varier selon les heures et les jours. Publicité et information peuvent être mixées. La porte est ouverte à l'invention de dispositifs sur mesure.

Salon virtuel



Organiser un salon virtuel n'est pas très compliqué en s'adressant à un prestataire qui met en place pour vous la plateforme adéquate : conférences, échange de cartes de visite, stands, présentation d'offres. Le coût varie entre 13 000 et 40 000 € selon la dimension du salon. La location de stands permet d'en financer une partie. Une solution événementielle intéressante pour des manifestations d'institutions publiques, d'entreprises de formation, de plateforme emplois... A titre d'exemple, <http://www.imasteips.com/>, fournit des plateformes de salon virtuel à façon.

Post mortem

Imaginez un espace Internet pour délivrer des messages à vos proches après votre décès... Vous pouvez y déposer des vidéos, des textes, de la musique, des images, de quoi vous rappeler au bon souvenir de ceux à qui vous aurez donné des droits d'accès. Révélez des secrets de famille, vos amours, vos regrets et même vos bons souvenirs, enfin tout ce qui donnera matière de continuer à peser sur les vivants, comme un fantôme (www.after-me).



Le contrepoint

« Ça sert à quoi d'apprendre la typo, on fait ça sur Word, non ? » C'est pour répondre à ce type de question que Muriel Paris, professeur de typologie et auteur de manuels de typographie, ouvre le blog <http://typomanie.fr>. Vous y apprendrez les repères qui donneront du caractère à vos caractères : les empattements, les contrastes pleins et déliés, l'axe de construction des lettres, la structure, les gouttes, les liaisons mais aussi la chasse, le fût, l'approche, le contrepoint, sans parler de la queue du Q où l'art et la technique se rejoignent.



Magazine

à réalité augmentée

Linda, le plus gros tirage de magazine féminin des Pays-Bas s'est associée à une plateforme de réalité augmentée sur smartphone (Layar) pour créer un magazine qui préfigure le futur de la presse écrite. Sur plus de cinquante pages, des « boutons numériques » (codes barres type QR code en plus esthétique) sont imprimés. Ils donnent accès à des contenus supplémentaires lisibles sur smartphones : vidéos présentant la fabrication de la couverture, réservation pour l'essai d'une voiture, accès au site qui vend un vêtement présenté...



Règlementation FSC

Les règles d'utilisation du label papier FSC (Forest Stewardship Council) évoluent. Un éditeur non certifié peut labelliser ses ouvrages s'il s'adresse à un imprimeur certifié et s'il respecte une procédure spécifique. L'allégation FSC peut apparaître sur les ouvrages mais pas sur les documents de vente (factures notamment).



Version audio

En vocalisant des journaux et magazines, ils sont rendus accessibles à tous, à commencer par les malvoyants. La plateforme acapela-kiosk.com a été conçue pour permettre aux éditeurs de proposer une version audio de l'information écrite, dans une forme agréable. Un bon moyen de développer l'accessibilité en même temps que la diffusion.



Bouteille en papier

GreenBottle, une société britannique, fabrique des bouteilles de lait et de vin en papier. Le papier est moulé en forme de bouteille puis entourée d'une mince couche de plastique déchirable après utilisation pour permettre le recyclage du papier.



Seuil des marchés publics

Le seuil au-dessus duquel les collectivités publiques doivent obligatoirement passer par une procédure de marchés publics vient d'être relevé de 4 000 à 15 000€. Jusqu'à ce montant, les collectivités peuvent directement interroger les prestataires pour la mise en concurrence. Une mesure qui concerne une grande partie des marchés de la communication.



Budgets 2012

Le conseil d'administration de la fédération s'est réuni le 20 décembre. Au programme, les budgets Fédération et Coopadev dont MADEinSCOP. Le hub multimédia qui doit trouver son équilibre d'exploitation en 3 ans a pris un peu de retard en 2011 mais la bonne croissance des consultations augure d'une année 2012 favorable.

L'ESS contre l'accaparement



L'économie sociale et solidaire poursuit la définition de son identité. Aux dernières Rencontres du Mont Blanc, elle s'est affirmée comme un remède à l'accélération des phénomènes de confiscation dans une économie pourtant dite libérale : brevet à vie sur les semences agricoles, prolongement de la durée des droits intellectuels en Europe, interdiction des médicaments génériques... les acteurs de ces accaparements consolident leurs avantages. En réaction, des groupes de personnes développent des initiatives gérées sous forme de biens communs (partage, action collective, propriété partagée, participation démocratique) : l'open source, les associations, mutuelles et coopératives.

Portail Open data

data.gouv.fr Le gouvernement a lancé le 5 décembre son portail d'accès aux données publiques data.gouv.fr. L'accès à ces données est gratuit sauf pour celles qui proviennent d'organismes dont le budget est alimenté par leur vente comme l'Insee ou le Musée du Louvre. Par exemple, pollution atmosphérique par département, cartographie

des accidents de la route sont récupérables, adaptables et utilisables à des fins commerciales. Les bases seront progressivement complétées. L'Etat espère que cette mise à disposition générera de nouvelles applications économiques.

Bonne année !

L'économie a connu en 2009 sa pire récession depuis la seconde guerre mondiale. Une partie des entreprises en sont ressorties exsangues et ce n'est pas le répit de l'année 2010 qui leur a permis de reconstituer leur trésorerie. La rechute de l'activité depuis la mi-2011 a donc des conséquences graves. Elections présidentielles qui favorisent l'attentisme et crise de la dette publique guère résolue risquent de continuer à alimenter un climat d'inquiétude.

Delta Color



Suite à la liquidation de l'imprimerie Delta Color à Nîmes, une partie des salariés étudie une possible reprise, appuyés par l'Union Régionale et la Fédération. L'équipement est similaire à celui de Chevillon Imprimeur dont le dirigeant, Dominique Haudiquet, est venu sur place pour apporter son expertise. Un dossier qui reste incertain compte-tenu d'un matériel entièrement en crédit-bail, ce qui ne facilite pas la reprise.

Convergence des branches professionnelles

L'intégration de l'OPCA CGM (l'organisme de collecte des fonds formation des industries graphiques) au sein d'Agefos PME se traduit par la création d'une Section Paritaire Professionnelle Communication

Graphique et Multimédia (SPP CGM). Son objectif est de s'ouvrir à d'autres branches professionnelles du secteur de la Communication. A sa création, la SPP comprend des représentants des imprimeurs (UNIC, GMI), du Pré-press (CSNP), de la reliure (CSN RBD), des sérigraphes (GPSF), de la logistique/routage (SELCED) et des Scop (Fédération des Scop de la Communication).

Instances fédérales

Le conseil d'administration de la Fédération a fixé son planning de travail pour le premier semestre 2012. Il se réunira le 13 mars, 22 mai et 3 juillet. Les réunions du Bureau sont programmées le 31 janvier et 24 avril.

Observatoire du Numérique



L'Observatoire du Numérique a été inauguré le 28 novembre. Il a pour mission de diffuser des statistiques sur le développement du numérique mais surtout de les compléter par des études prospectives ou sectorielles. Les indicateurs clés, diagnostics, études sont publiés sur observatoire-du-numerique.fr.

Hebdoprint

La liquidation judiciaire de COMAREG, l'éditeur de « Paru-Vendu » entraîne le licenciement de 650 salariés dont environ 150 sur le Nord-Pas-de-Calais. L'Union régionale et la Fédération accompagnent les salariés du site de LOMME sur un projet de reprise dénommé INTER.COOP. Son principe : la diffusion de petites annonces gratuites sur le Net, les téléphones mobiles et journal imprimé gratuit., trois supports qui draineront de la publicité locale et géolocalisée. Le projet est appuyé par le fondateur d'INTER 59, prédécesseur de Parue Vendu sur la région. Les coopératives Insite, Neuronnexion et A Capella ont été associées à la construction technique du dossier.

