



Le papier bien plus à la page qu'il n'y paraît

Comprendre l'industrie du papier graphique en France

En ces temps de transition numérique, où le monde semble de plus en plus dématérialisé, il est crucial de réaffirmer la valeur et l'importance de l'industrie du papier graphique. Les discours ambiants vantent les mérites du tout numérique. Pourtant, derrière ces promesses d'immédiateté, se cache un risque bien réel : celui de perdre un support fondamental pour notre culture, notre économie, et notre lien au monde. L'industrie du papier graphique, souvent méconnue du grand public, traverse une période de mutation profonde mais a encore un rôle crucial à jouer dans la société.

L'industrie du papier graphique en France

Pour comprendre les enjeux de cette industrie, il est important de comprendre le secteur et ce qu'il représente. Ainsi, l'écosystème de l'emploi du papier graphique et de l'imprimé totalise en France* :

- 3 562 entreprises
- 311 590 emplois directs et indirects
- 0,7% du PIB avec 16,9 milliards d'euros

La filière graphique regroupe trois secteurs d'activité, l'imprimerie de labour, qui représente 80% de l'emploi, la reliure brochure dorure ou « RBD », la sérigraphie et les procédés d'impression numériques connexes. Les industries graphiques interviennent sur des secteurs d'activité très diversifiés qui se trouvent au cœur de la communication, de l'information et de la culture : imprimés publicitaires, documents administratifs et commerciaux, catalogues, brochures, périodiques, livres, presse magazine, étiquettes, imprimés sécurisés...

Une industrie en pleine mutation

Secteur en pleine évolution depuis plusieurs années, l'industrie graphique doit relever de nombreux défis.

La transition numérique – Depuis plusieurs années, un déficit de valorisation du support imprimé au profit de la digitalisation est flagrant. L'avènement du numérique a profondément transformé l'industrie graphique grâce notamment à l'augmentation des supports digitaux, comme les écrans et les tablettes.

Durabilité et impact environnemental – le papier est un produit 100% naturel et écologique critiqué en raison d'une méconnaissance de sa position précurseuse sur les sujets majeurs liés à la RSE. On peut noter notamment, l'utilisation de matériaux recyclés, la réduction des déchets, l'optimisation des processus de production permettant de diminuer la consommation d'énergie, et l'utilisation d'encre plus écologiques.

Réglementation et normes – Extrêmement contrôlée, l'industrie graphique est soumise à des réglementations strictes en matière de sécurité, d'environnement, et de propriété intellectuelle.



Innovation technologique - L'innovation est un levier clé pour l'industrie graphique. L'introduction de nouvelles technologies, comme l'impression 3D, les encres intelligentes ou les matériaux innovants, offre des opportunités pour se démarquer.

Casser les idées reçues grâce à une campagne nationale 360

A l'occasion de ses 100 ans en 2024, le GMI et ses partenaires ont décidé d'aller à la rencontre du grand public pour faire entendre leur voix et casser les idées reçues autour du papier.

Décriée par certains, que représente vraiment la filière du papier en France ? Contribue-t-elle à la déforestation ? Est-elle complètement obsolète ? Autant d'idées reçues traitées avec humour dans la campagne de publicité disponible à partir du 24 septembre dans toute la France.

La campagne est incarnée par un super-héros du papier, illustrant la notion que le papier se plie en 4 pour l'avenir. Son objectif ? Rétablir certaines vérités sur le média papier face au numérique, tout en restant conscient des défis environnementaux. Présent sur l'ensemble des supports, il se positionne en champion et acteur clé de cette industrie, il mise sur des initiatives tangibles et un discours résolument positif.

Les 4 visuels clés développés reprennent les 4 idées reçues les plus véhiculées autour du papier, la déforestation, la recyclabilité et la compréhension.

Le GMI, 100 ans d'actions

Le GMI, Groupement des Métiers de l'Impression et de la communication, est l'organisation professionnelle patronale de la communication et de l'impression. Représentatif de l'ensemble du champ professionnel, il regroupe des entreprises de toutes tailles (Groupes, PME, TPE) et de toutes spécialités, il représente un secteur de près de 3 000 entreprises qui emploie 45 000 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 6,5 milliards d'euros.

Depuis un siècle maintenant, le GMI défend passionnément, accompagne durablement et rassemble naturellement les professionnels du secteur, retour sur une histoire riche et engagée.

A propos du GMI

Depuis 1924, le GMI (Groupement des Métiers de l'Impression et de la communication) accompagne les dirigeants de TPE, PME et grands groupes à installer un environnement favorable à la compétitivité des entreprises et à l'emploi dans le secteur des industries graphiques et de la communication. Une équipe pluridisciplinaire, de solides expertises reconnues et un service de qualité sur mesure au profit des adhérents, permettent au GMI de défendre, rassembler, informer et accompagner toutes les entreprises dans leurs démarches et leurs besoins. Regroupant 217 TPE-PME-PMI, présentes sur l'ensemble du territoire, les adhérents du GMI interviennent sur de multiples secteurs : 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.

<https://www.gmi.fr>

Contact presse

Stéphanie BRUSA

GMI