

*uni*graphic

LE SYNDICAT PATRONAL RÉGIONAL DES ARTS GRAPHIQUES

MANIFESTE DE DÉFENSE DU PAPIER ET DE L'INDUSTRIE DES ARTS GRAPHIQUES

ÉDITION 2025 - 2026



sommaire

page 3 : Édito

page 4 : Contexte

page 5 : Des chiffres, des sources et des vérités

page 6 : Le numérique

page 7 : Le papier

page 8 : Focus sur le prospectus et sur ses impacts

page 9 : Le papier, un choix responsable et valorisant

page 10 : UNI-GRAPHIC

page 11 : Sources

Editeur : UNI-GRAPHIC

Directeur de publication : Dorothée Leveaux et Daniel Sauvage

Conception et rédaction : Corentin Triplet

Impression : Imprimerie Sensey - ZAL du 14 Juillet, Rue Pierre et Marie Curie, 62223 Saint-Laurent-Blangy

Dépôt légal : 01/09/2025

Crédit photographique : UNI-GRAPHIC et/ou libre de droit

Imprimé en 100 exemplaires

Ne pas jeter sur la voie publique

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants-cause est illicite (Code de la Propriété Intellectuelle - Article L122.4)



Dorothée Leveaux
Co-Présidente



Daniel Sauvage
Co-Président

À l'heure où les idées reçues circulent plus vite que les faits établis, où le mot "écologie" est parfois utilisé comme un argument commercial plutôt qu'un engagement sincère, notre industrie est trop souvent désignée à tort comme un symbole du passé, voir comme un poids écologique. **Il est temps de remettre l'église au milieu du village !**

Ce manifeste n'est pas un plaidoyer de circonstance. C'est une déclaration de fierté. Fierté d'exercer un métier de création, de savoir-faire, d'innovation et de responsabilité. Fierté de faire vivre un écosystème industriel local, humain, ancré dans les territoires. Fierté, enfin, d'appartenir à une filière qui a su évoluer, réduire son empreinte environnementale, adopter les standards les plus exigeants en matière de gestion durable des ressources, et innover sans relâche pour conjuguer performance, beauté et sobriété.

Le papier n'est pas l'ennemi. Il est un vecteur de mémoire, de culture, et de démocratie. Il est recyclable, issu de forêts gérées durablement, et consomme, dans bien des cas, moins d'énergie et de ressources que le numérique présenté trop vite comme une alternative "verte".

À vous, chefs d'entreprise, ce manifeste donne des arguments. Il vous offre de quoi répondre, chiffres à l'appui, aux procès d'intention qui sont faits à notre filière. Il vous permet de reprendre la parole dans les médias, face à vos clients, vos collaborateurs, vos partenaires. **Car défendre notre industrie, c'est défendre la vérité et défendre l'avenir.**

En tant que Co-Présidents de UNI-GRAPHIC, nous affirmons avec force que notre filière est non seulement vivante, mais indispensable. **Ensemble, soyons les porte-voix d'un secteur qui mérite d'être connu pour ce qu'il est vraiment : innovant, responsable, créatif et résolument tourné vers demain.**

édito



CONTEXTE



Dans un monde saturé de messages numériques, l'imprimé demeure un média d'attention, de confiance, d'impact. Pourtant, la filière subit une forme d'effacement symbolique et économique : dématérialisation à outrance, réglementations déséquilibrées, méconnaissance de ses réalités industrielles, désintérêt politique. Il est urgent de rappeler que défendre le papier et l'impression, ce n'est pas refuser le progrès, c'est exiger une transition juste, fondée sur les faits.

Alors que quelques associations écologiques militent pour la disparition du papier (oubliant l'impact environnemental du numérique) ou que certaines grandes enseignes (E.Leclerc, Cora, Carrefour...) arrêtent le prospectus pour de fausses raisons écologiques, ce manifeste vise à redonner une voix forte à une filière essentielle.

Entre les crises (énergétique en 2022, prix du papier en 2021-2022, grève chez les fabricants Finlandais en 2022), les modes de consommations qui évoluent, l'arrêt du prospectus les difficultés de recrutement combiné aux départs à la retraite, **UNI-GRAPHIC se doit d'intervenir à son niveau, d'où ce manifeste.**

« Ils coupent des arbres ! »

Faux

« Le papier ça pollue ! »

Faux

« Le smartphone c'est tellement mieux et plus écologique. »

Faux

« Le papier contamine l'eau. »

Faux

« Il n'y a pas de différence entre une pub papier et une pub digitale. »

Faux

DES CHIFFRES DES SOURCES ET DES VÉRITÉS

14%

C'est la part que représentera l'industrie des technologies de l'info et de la communication numérique en 2040 dans les Emissions de Gaz à Effet de Serre. Ce taux était en 2024 de 2%, soit l'équivalent du trafic aérien mondial. L'industrie du papier et des produits imprimés elle, ne représente que 0,8% des EGES.

(Commission Européenne et l'Agence Européenne pour l'Environnement, 2024)

61%

Le pourcentage de Français qui estiment que les imprimés publicitaires sont un vrai RDV et qui prennent du temps pour les lire.

(IPSOS pour Facebook, 2021)

De plus, 65% des Français estiment que l'imprimé publicitaire contribue à améliorer leur choix de consommation.

(Etude Oui-Pub, ADEME, 2024)

63%

63% des Français n'accordent pas d'attention aux publicités sur leurs écrans. C'est l'une des conséquences d'un envahissement des écrans par la pub digitale. Et seulement 31% des Français font confiance à la pub en ligne contre 42% qui font confiance aux imprimés.

(TWO SIDES, 2025)

74%

En Europe, aujourd'hui, c'est 74% des papiers qui sont recyclés. Un papier qui sera recyclé entre 7 à 10 fois.

Ce taux monte à 83% pour les emballages papiers.

(TWO SIDES, 2023)

63% des papiers graphiques sont recyclés en France.

(CITEO, 2024)

68%

Si la communication numérique complète celle du papier, elle ne profite pas pour autant à l'économie Française, ni Européenne, mais bien aux GAFA. Ils représentaient 68% du marché de la publicité numérique en 2023. Ainsi, c'est un transfert de valeur vers l'étranger qui s'effectue au détriment de la souveraineté économique, industrielle et numérique de la France.

(Evaluation socio-économique de l'expérimentation Oui-Pub, IGEDD, 2024)

78%

des Français pensent qu'ils devraient pouvoir choisir leur support de communication lorsqu'il s'agit de publicité et ne pas se voir imposer le choix.

(TWO SIDES, 2025)



Le numérique

Le numérique repose sur une infrastructure matérielle invisible à l'utilisateur, mais vorace en énergie : les data centers. Ces centres de données hébergent les flux constants de nos courriels, vidéos, documents et services en ligne. En 2022, les data centers représentaient 3 à 4% des émissions de gaz à effet de serre (GES) dans le monde (ADEME). De plus, en 2023, ils représentaient environ 2% de la consommation mondiale d'électricité. Cette part pourrait atteindre 4 % à 5 % d'ici 2030 selon l'Agence Internationale de l'Énergie (AIE). Ordinateurs, smartphones, serveurs, câbles : chaque outil numérique dépend d'une chaîne d'approvisionnement mondiale basée sur des métaux rares (lithium, cobalt, néodyme, tantale...). L'extraction d'une tonne de terres rares génère jusqu'à 2 000 tonnes de déchets toxiques (CNRS, 2021).

15%

des Français sont dans une situation illectronisme*.

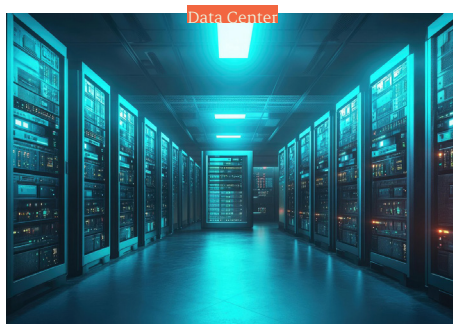
(ADEME, rapport Oui-Pub, 2024)

*Illectronisme : État d'une personne qui ne maîtrise pas l'usage des ressources numériques (personnes âgées par exemple) ou qui n'est pas en capacité de les maîtriser (zones blanches).

Pollution d'un courriel : Un courriel avec pièce jointe émet en moyenne 19g de CO2, soit autant qu'un sac plastique (ADEME).

Souveraineté numérique : À chaque usage numérique, des données personnelles sont collectées et stockées. Une partie des données européennes est stockée sur les serveurs américains des GAFAM, hors du champ du droit européen, compromettant la souveraineté numérique ainsi que la protection des données personnelles des utilisateurs.

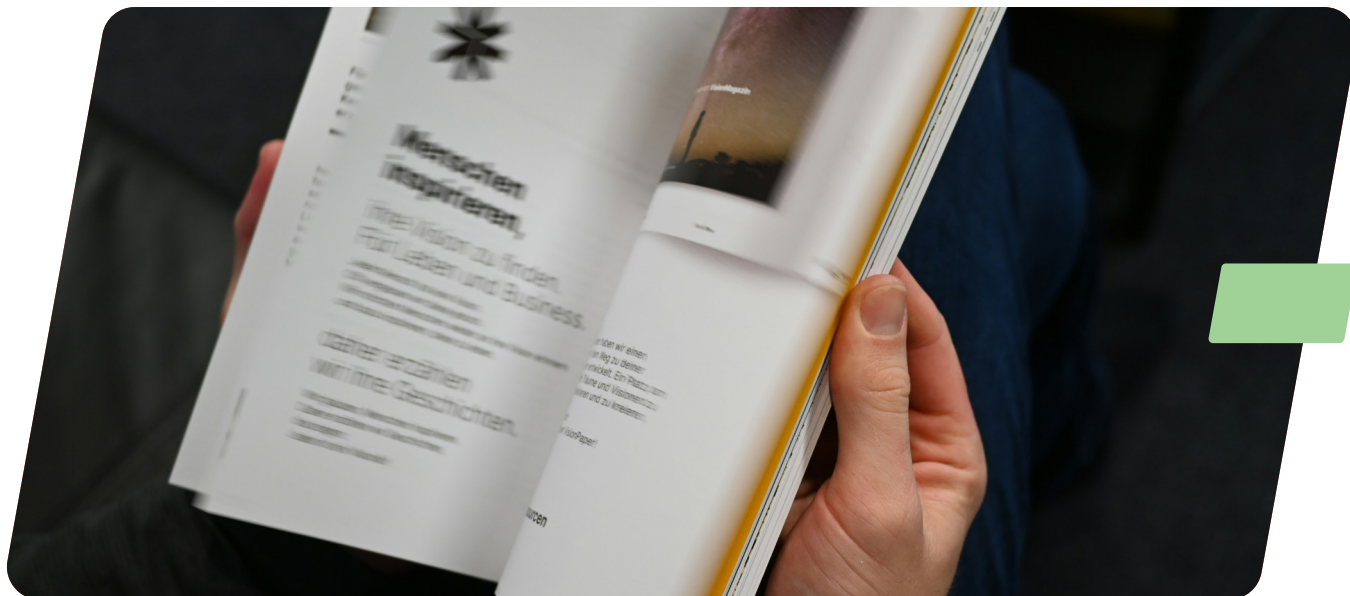
Omniprésence du numérique : En France, les 15-24 ans passent en moyenne plus de 05h30 par jour devant un écran. Cela affecte le sommeil, la concentration, la santé mentale. (Santé Publique France, 2023)



Data Center

Mine d'extraction de terres-rares en Chine, métaux nécessaires à la conception de matériels informatiques (smartphone, ordinateur, data-center...)





Le papier

Contrairement à une idée répandue, le papier, issu du bois (un matériau renouvelable), n'est pas fabriqué en abattant des forêts primaires. En Europe, l'essentiel du papier provient de trois sources principales : 60% de la matière première utilisée vient du bois d'éclaircie (petits arbres retirés pour permettre à la forêt de mieux pousser), le reste provient de bois issu des forêts gérées durablement*, et de résidus de scierie (copeaux, chutes de bois). La France est le 4ème pays forestier d'Europe et sa surface boisée augmente chaque année (+20 % depuis 1980). De plus, lors de la transformation de la fibre en pâte à papier, 97 % de l'eau utilisée est traitée puis réutilisée.

L'imprimerie et le travail du papier sont depuis des décennies une fierté nationale. En témoigne le concours du **Meilleur Ouvrier de France** dans la catégorie «imprimerie», que nous avons accueilli dans la Région des Hauts-de-France en 2023. C'est un art !

Le papier est encore aujourd'hui, un produit de confiance. Nous faisons confiance aux **notices de médicaments papier** dont 56% des Français les **préfèrent** aux notices digitales. **Nous avons confiance dans la presse papier** pour informer la population tandis que les médias numériques (télé ou réseaux sociaux) sont très souvent décriés.

La compréhension d'un document est 6 à 8 fois plus élevée lorsqu'il est imprimé sur papier. Il favorise ainsi l'apprentissage et le développement intellectuel (université de Valence en 2022).



Le recyclage du papier :

Près de 74 % des papiers et cartons en Europe sont recyclés. Le papier peut être recyclé jusqu'à 7 à 10 fois, réduisant l'usage de fibres neuves. Le recyclage est lui-même un secteur économique structuré et créateur d'emplois. Le papier est d'ailleurs le premier matériau recyclé en Europe.

Une empreinte carbone maîtrisée :

Selon une étude de la confédération européenne des industries papetières (CEPI), le papier graphique génère en moyenne moins de 1 kg de CO2 par kg produit.

* Forêts gérées durablement : Forêt dont la multifonctionnalité est respectée. Respecte et maintient sa biodiversité, conserve un bon état sanitaire et se renouvelle rapidement, puis bénéficie à toute la société.

Focus sur le prospectus et sur ses impacts

Point de vue écologique

Supprimer les prospectus permet de réduire la consommation immédiate de papier, d'encre, d'énergie et les émissions liées à leur impression et leur distribution. Cela semble donc bénéfique à court terme. Mais d'un autre côté, cela diminue fortement la disponibilité de papier à recycler. **L'imprimé publicitaire représentait en 2022 : 619 000 tonnes de papier, dont 63% recyclés** (ADEME expérimentation Oui-Pub 2024), **une source majeure pour la filière du recyclage**. Sans ce gisement, la production de papier recyclé devient plus difficile, ce qui peut conduire à une augmentation de l'utilisation de fibres vierges. En somme, l'arrêt du prospectus peut engendrer un transfert des impacts écologiques plutôt qu'une véritable réduction globale, en affaiblissant une économie circulaire déjà bien rodée (centre de recyclage, papeterie, imprimerie, distributeur...).

Dans son rapport de 2024 sur l'échec de l'expérimentation du «OUI PUB» (inverse du «STOP PUB»), l'**ADEME reconnaît ne pas avoir pu établir que le papier serait une source de pollution plus élevée que le numérique**.

Point de vue consommateur

Les études le démontrent, l'imprimé publicitaire est un formidable outil pour faire ses courses, surtout en période inflationniste. Il favorise la planification des achats et renforce l'information du consommateur. Malgré la montée du numérique, **41 % des Français préfèrent le format papier** contre 37 % les sites/applications (étude IPSOS pour Facebook, 2021). Ces données montrent clairement que, même à l'ère digitale, le prospectus papier conserve une place centrale dans les habitudes des consommateurs.

Point de vue économie

D'après l'étude menée par le cabinet EY pour Culture Papier en 2019, ce sont 60 000 personnes qui sont soutenues par l'imprimé publicitaire, dont 48 000 emplois directs et locaux. L'étude estime que ces emplois «dépendent d'entreprises pour lesquelles le prospectus représente une part critique du chiffre d'affaires». Autrement dit, **ces emplois sont menacés en cas de forte diminution de la quantité d'imprimés publicitaires**. De plus, un commerce local sur deux perd entre 10% et 20% de son chiffre d'affaires en raison de l'arrêt du prospectus. (IGEDD «évaluation socio-économique de l'expérimentation Oui-Pub» 2024)

Bonne nouvelle !

Après avoir un temps arrêté la production de son catalogue papier, l'enseigne Castorama fait machine arrière en choisissant d'imprimer un nouveau catalogue «L'incontournable 2025», tiré à 650 000 exemplaires de 500 pages dans notre région et disponible depuis mai 2025.



Le meilleur de
castorama,
en 500 pages

Le papier, un choix responsable et valorisant



L'industrie du papier et de l'impression a profondément évolué ces dernières années, intégrant des politiques RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) ambitieuses. Celles-ci englobent des actions concrètes en matière d'environnement, de conditions de travail et d'éthique. **Le secteur s'engage ainsi pour une production plus durable et responsable.**

Les labels RSE existants :



Le label **Imprim'Vert®** a pour objectif de favoriser la mise en place, par les entreprises exerçant des activités d'impression, d'actions concrètes visant à diminuer les impacts de leur activité sur l'environnement. **C'est aujourd'hui plus de 2 000 entreprises en France et en Europe qui sont labellisées.**



ClimateCalc est un calculateur Européen qui permet d'estimer l'empreinte carbone d'un site d'impression afin d'identifier les principales sources d'émission de gaz à effet de serre générées par la production d'un produit imprimé.



Le label **Print Ethic** a été conçu en 2018 pour accompagner le développement pérenne et responsable des entreprises des Industries graphiques.



Le **Forest Stewardship Council**, en français : « Conseil de Soutien de la forêt » est une ONG internationale dont la mission est de promouvoir une gestion écologique, sociale et économique des forêts et est une certification de traçabilité d'un produit respectueux de l'environnement, tel que le papier.



PEFC agit chaque jour en faveur de l'équilibre forestier sur le territoire français à travers les 3 enjeux de la forêt : environnemental, social et économique. **C'est en France plus de 5,7 millions d'hectares de forêt certifiés profitant ainsi à quelques 3 200 entreprises éco-responsables de la filière forêt-bois-papier.**

uni-graphic

LE SYNDICAT PATRONAL RÉGIONAL DES ARTS GRAPHIQUES



Uni-graphic est le syndicat patronal régional des arts graphiques dans les Hauts-de-France, la Marne et les Ardennes.

Uni-graphic est mobilisé pour dessiner un avenir de l'imprimé plus vertueux, tout en respectant notre passé et nos métiers industriels ancestraux.

70% de nos adhérents sont actuellement labellisés imprim'Vert.



Notre engagement en faveur de l'écologie se traduit notamment par l'organisation de conférences sur les sujets RSE, par des partenariats avec les acteurs régionaux de l'écologie ou de l'énergie (Mon Courtier Énergie, REV3...). Mais aussi par notre participation à la campagne nationale du GMI pour la défense du papier et par la publication, tous les 2 ans, de ce manifeste de défense du papier et de l'industrie des arts graphiques. Enfin, nous avons à cœur de nous rendre dans les établissements scolaires pour sensibiliser la jeunesse à ces sujets et à nos métiers.



Des spécialistes sur différentes thématiques à votre disposition

01

Défendre & informer

- Mettre à disposition un conseil juridique, social, et RSE de spécialiste des conventions collectives des arts graphiques.
- Assurer une veille législative et conventionnelle pour mieux informer les chefs d'entreprises sur les sujets qui les concernent.
- Accompagner et conseiller dans les démarches de financements.

02

Rassembler & inspirer

- Vous mettre en relation autour d'événements et de rencontres thématiques.
- Vous donner la parole au "Club des Dirigeants" dans un cadre convivial et entre confrères.
- Vous faire profiter d'un réseau de fournisseurs et de partenaires.
- Vous proposer des axes d'amélioration par la formation de vos équipes.

03

Valoriser & promouvoir

- Faire découvrir nos talents et savoir-faire auprès des milieux scolaires, des institutions, des prescripteurs.
- Créer des vocations et lutter contre les préjugés dans nos métiers auprès du grand public.
- Mener des actions concrètes pour mettre en valeur nos industries et nos entreprises.

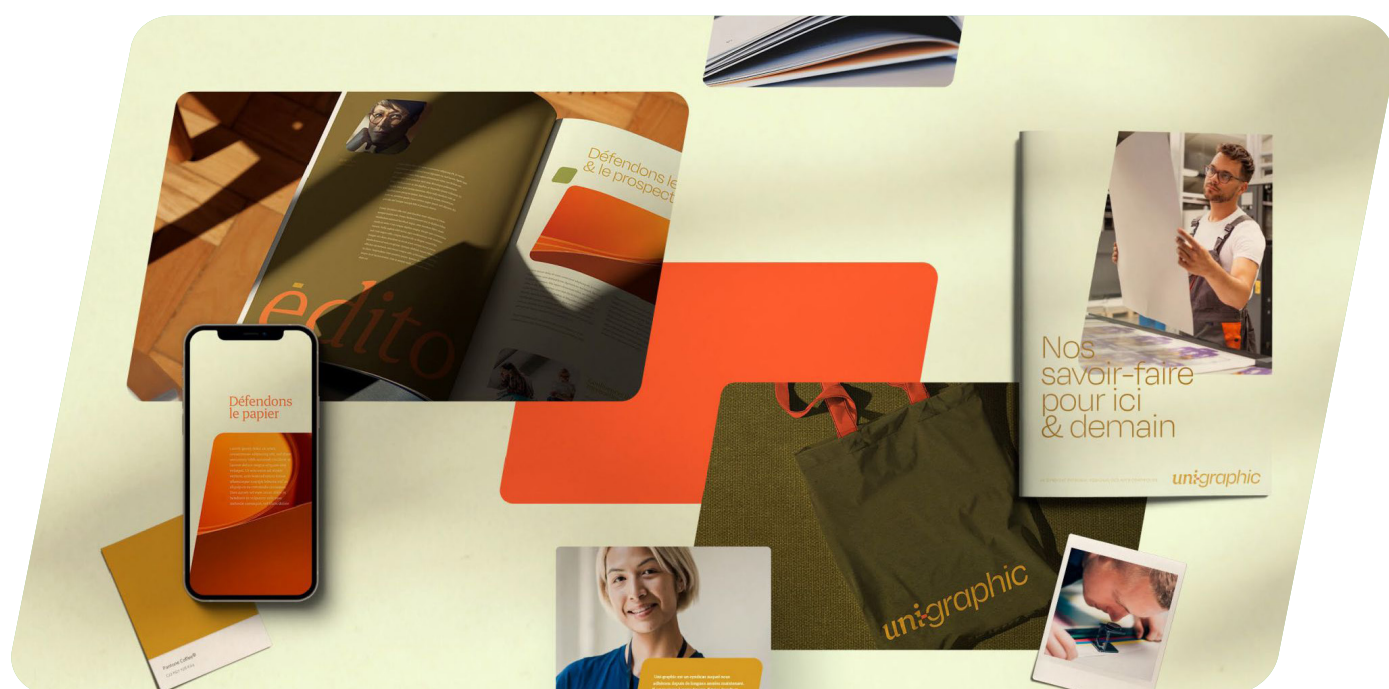
04

S'engager & innover

- Représenter et défendre les professions auprès des pouvoirs publics, économiques et professionnels, locaux ou nationaux.
- Faciliter les accès aux labels et nouveautés technologiques grâce à notre réseau et notre soutien.
- Rencontrer régulièrement des représentants de votre syndicat sur le terrain et en entreprise.

Sources utilisées

<https://fr.twosides.info/>
<https://www.senat.fr/rap/r19-555/r19-5551.pdf>
<https://www.maetva.com/papier-plus-vert-que-digital>
<https://journals.sagepub.com/doi/10.3102/00346543231216463>
https://unfccc.int/sites/default/files/resource/EU%20NID%202024_F.pdf
<https://www.cepi.org/wp-content/uploads/2020/10/Final-Key-Statistics-2018.pdf>
<https://www.insu.cnrs.fr/fr/cnrsinfo/les-terres-rares-le-paradoxe-environnemental>
<file:///C:/Users/User/Downloads/ADEME-Rapport-annuel-2022-012079-avec%20compression.pdf>
https://webissimo.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/ademe_ouipub_rapport_vf_cle021d26.pdf
<https://www.twosides.info/documents/research/2023/2023-European-Trend-Tracker-Summary-4pg-French.pdf>
<https://fr.twosides.info/wp-content/uploads/sites/9/2019/07/Two-Sides-Busting-the-Myths-2019-French-report.pdf>
https://fr.twosides.info/wp-content/uploads/sites/9/2021/09/Two_Sides_Print_and_Paper_In_A_Digital_World_FRANCE.pdf
<https://about.fb.com/fr/wp-content/uploads/sites/12/2021/10/Etude-Les-attentes-des-Francais-en-matiere-de-prospectus.pdf>
https://webissimo.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/evaluation_socio-economique_de_l_experimentation__cle0baa8d.pdf
<https://fr.twosides.info/FR/preferences-de-lecture-au-quotidien-les-consommateurs-optent-pour-le-papier-si-on-leur-laisse-le-choix/>
<https://bibliothec.ademe.fr/consommer-autrement/5226-evaluation-de-l-impact-environnemental-du-numerique-en-france-et-analyse-prospective.html>
<https://culturepapier.org/wp-content/uploads/2019/12/EY-pour-Culture-Papier-1ere-Etude-Empreinte-de-l%C3%A9cosysteme-du-papier-graphique-nov-2019.pdf>
<https://sante.gouv.fr/prevention-en-sante/sante-des-populations/enfants/article/enfants-et-ecrans-des-risques-sanitaires-reels-un-accompagnement-necessaire?>



Une équipe à votre service

Secretariat

03.20.98.77.06.

contact@[uni-graphic.fr](mailto:contact@uni-graphic.fr)

Juridique et social

Elisabeth CALAIS

03.20.99.47.68.

e.calais@[uni-graphic.fr](mailto:e.calais@uni-graphic.fr)

Communication et animation

Corentin Triplet

07.57.76.40.12

c.triplet@[uni-graphic.fr](mailto:c.triplet@uni-graphic.fr)



— uni-graphic.fr



Besoin d'accompagnement
juridique, RH, social, RSE, financement,
formation, réseau professionnel ?

Rejoignez-nous

03.20.98.77.06.

contact@[uni-graphic.fr](mailto:contact@uni-graphic.fr)

Nos
savoir -
faire
pour ici
& demain

*uni*graphic

LE SYNDICAT PATRONAL RÉGIONAL DES ARTS GRAPHIQUES