

LES PERSPECTIVES

Prix et disponibilité du papier :
OÙ VA-T-ON ?

DES QUESTIONS restent en suspens quant à l'avenir et l'évolution du, désormais, précieux papier.

TOUJOURS
UNE PÉNURIE ?

La question est tranchée, la pénurie de papier est terminée et 2023 devrait voir un retour à la normale ou presque de la fourniture et de l'approvisionnement des différents types de papier. Sauf si... de nouveaux impondérables devaient se produire. Et la situation du marché de l'énergie est la clé. Les principaux papiers d'Europe sont en Alle-

magne et cette industrie est gourmande... en gaz russe. Si le gaz est coupé, qu'en sera-t-il de la fabrication du papier ? La consommation de bois pour le chauffage sera plus grande et la disponibilité moindre pour la fabrication de pâte à papier. Le bois pourrait donc manquer, et le papier avec.

QUID DE L'ÉVOLUTION
DES PRIX ?

Le point principal pour répondre à cette question est, encore, celui de l'énergie. L'augmentation des tarifs est telle que la répercussion sera inévitable. Avec des coûts en France qui augmentent d'un facteur



10 pour les entreprises, les coûts de production vont croître et les prix vont forcément monter. Et le gaz russe n'est pas encore coupé... Sans parler de l'évolution du prix de la tonne de carbone. Par ailleurs, la rareté faisant le prix... le risque d'une quantité moindre de papier fabriqué est une deuxième épée de

Damoclès au-dessus de nos têtes. La loi de l'offre et de la demande produira alors naturellement ses effets. Il paraît donc urgent de trouver des solutions alternatives et pérennes, parce que les problèmes sont complexes, imbriqués et peuvent durer. L'adaptabilité et la souplesse n'ont pas fini d'être d'actualité... ●

“
La situation
du marché
de l'énergie
est la clé.
”

À SAVOIR

Une maîtrise totale de la chaîne pour Lidl ?

Schwarz Group, qui détient entre autres marques les grandes surfaces Lidl, vient d'acheter une usine de production de papier et d'emballages (située à Maxau, en Allemagne) au groupe finlandais Stora Enso. De quoi être certain de pouvoir s'approvisionner sereinement en papiers et cartons dans les prochaines années ? Cette acquisition n'est certainement pas faite, en tout cas, pour rassurer l'ensemble des acteurs sur la suite des événements.

DIRE [com] Editeur : Agence Scoop communication - SAS au capital de 10 000 € - RCS Orléans 888 690 948 - 585 rue de la Juine - 45160 Olivet - Courriel : contact@dire-com.fr - Directeur de publication : Marc Moser - Conception éditoriale et graphique, rédaction, mise en pages : agencescoopcommunication - Dépôt légal : septembre 2022 - Imprimé par Riccobono - Impression sans sécheur sur papier recyclé - Publication éco-responsable - Tous droits réservés - L'éditeur n'est pas responsable des erreurs ou omissions - ISSN en cours - Diffusé gratuitement par voie postale à toutes les communes de plus de 20 000 habitants, à tous les EPCI de plus de 30 000 habitants, aux départements et aux régions.



PROCHAIN NUMÉRO
L'accessibilité de vos supports
en ligne, où en êtes-vous ?
Rappel de la législation, situation
actuelle et solutions qui s'offrent
à vous seront au sommaire de
DIRE [com] n° 02...

dire-com.fr

Retrouvez ce numéro
(et les prochains)
en version digitale sur notre emag.



L'impression de ce journal sur rotative sans sécheur ne participe pas au réchauffement climatique, consomme moins d'eau, d'énergie et de chimie qu'un magazine. Le papier recyclé participe à la réduction des déchets. L'ensemble préserve la santé et la biodiversité.

DIRE [com]

LES COMMUNICANTS ONT LA PAROLE | N°01 | SEPTEMBRE 2022



PRIX DU PAPIER :
faire face à la hausse

LE CONSTAT

LE PRIX DU PAPIER : une hausse vertigineuse

LES COMPTEURS

s'affolent quand il s'agit de commander et de payer du papier !

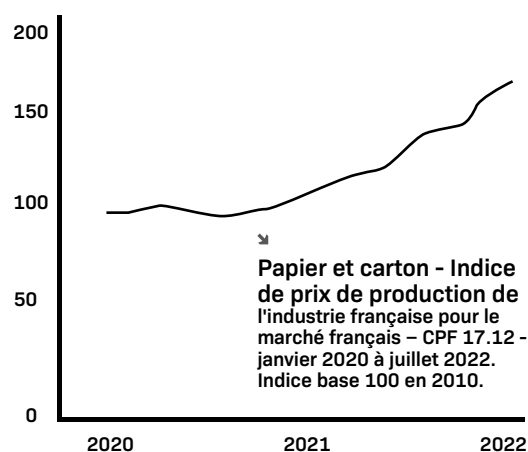
+ 80 % en une année...

Selon le type de papier, la hausse du prix de la tonne a augmenté de 30 à 80 % entre février 2021 et février 2022*. Pour le papier journal par exemple, une tonne coûte aujourd'hui près de 900 euros, alors qu'elle en coûtait 500 environ il y a 12 mois. Une situation qui touche l'ensemble des papiers : papier journal, ramettes, papiers d'art, cartons, jusqu'aux mouchoirs en papier, au papier absorbant

et au papier hygiénique... Les deux indices de la fibre d'eucalyptus et de la pâte de fibres longues (la fameuse « NBSK » des experts) voient leur cours sur les marchés mondiaux s'envo-

ler. Avec des conséquences fortes sur le secteur et sur les « consommateurs » de papier que sont, notamment, les collectivités territoriales. Il est donc légitime de s'interroger sur cette

hausse, ses causes, ses conséquences et quelles solutions s'offrent aux communicants publics pour faire face et s'adapter à cette situation, surtout si elle s'inscrit dans la durée... ●



LE PAPIER EN FRANCE ET EN CHIFFRES*

> 1 615 000 tonnes de papier produites en France
> 1 622 000 tonnes de papier importées
> 415 tonnes exportées

* Source COPACEL : L'Union Française des Industries des Cartons, Papiers et Celluloses (COPACEL), syndicat professionnel représentant les entreprises françaises productrices de pâtes, papiers et cartons.

LE MOT DE...

MARC MOSER

POURQUOI DIRE[com] ?

Ouverture. C'est la philosophie de ce journal DIRE[com] que nous avons conçu comme un espace d'échange entre professionnels de la communication publique. Il est conçu pour vous et vous donne la parole pour faire parler la com' et ses différents experts. Nous l'adressons à un large éventail de communicants des collectivités

territoriales de tous les niveaux. En traitant un sujet par numéro, DIRE[com] permet de partager nos expériences réciproques de façon opérationnelle, chaque mois. Nous avons choisi pour cela un support papier et non une newsletter pour vous proposer un véritable objet à lire et assurer une diffusion plus concrète. Une version emag est

également accessible en ligne à l'adresse dire-com.fr. Le papier (et son coût) est justement le sujet de ce premier numéro, lui qui s'invite en ce moment dans nombre de réunions et de réflexions... Le prochain DIRE[com] traitera de l'accessibilité ou comment les collectivités publiques se mettent en conformité (ou non)

avec la législation. N'hésitez pas à participer à DIRE[com], ce journal est le vôtre (contact@dire-com.fr). Bonne lecture.

DIRE[com] DONNE LA PAROLE À DES EXPERTS, QUI S'ADRESSENT À DES EXPERTS

LE POURQUOI

Une hausse, des causes multiples

L'AUGMENTATION du prix est majeure, un ensemble de causes dans un contexte international compliqué. En voici les principales...

01 UNE TENSION FORTE SUR LE MARCHÉ DU BOIS

Après 2020 et la période de récession due à la Covid-19, l'ensemble des industries utilisatrices de bois ont eu de forts besoins, en France comme à l'étranger. Une hausse de la demande de bois de chauffage a également été constatée. Des difficultés qui touchent jusqu'aux fabricants de palettes, avec là aussi des coûts qui augmentent...



02 L'AUGMENTATION DU COÛT DES MATIÈRES PREMIÈRES

Produits chimiques : + 38 % entre 2021 et 2022, amidon : + 30 % sur la période, rondins de bois feuillus, + 15 %, de bois résineux, + 8 %... L'inflation sur l'ensemble des matières premières utilisées touche de plein fouet la filière. Même le prix des quotas de CO₂ est passé de 25 à 54 € entre 2020 et 2021, soit une hausse de plus de 100 % (avec un pic à 89 € la tonne en décembre 2021) !

(Données COPACEL, 2022)

03 UNE DEMANDE QUI AUGMENTE, UN SECTEUR EN CRISE

En France, le secteur souffre. La capacité de production des papiers graphiques était positive il y a quelques années, elle est en sous capacité aujourd'hui. En 2021, la production est encore

inférieure de 5 % à celle de 2019. Alors que la demande augmente de 5 % entre 2020 et 2021. Ajoutez à cela des stocks bas et des investissements faibles (voire nuls) du fait des incertitudes de 2020 et la grève de 4 mois d'UPM fin 2021 début 2022, l'un des principaux fournisseurs de papier en Europe... et vous obtenez une situation détonante.

04 PAPIER RECYCLÉ : LE COÛT DE LA PANNE

La pandémie a eu un impact négatif sur le tri et sur la collecte du papier. Très utilisé dans le secteur de la presse et par les usines en Europe, ce type de papier souffre d'un déficit de production, malgré une hausse du taux de recyclage, qui a atteint 81,6 % en 2021*. Les prix du papier recyclé sont ainsi à des niveaux records en 2022.

05 LA PRIME AU CARTON

L'essor des achats sur Internet a généré un besoin accru d'emballages en carton. La pâte à papier sert aussi à les fabriquer. Si les besoins augmentent et que la pâte à papier manque... les prix flambent. Et le carton est vendu plus cher à la tonne que le papier... Le problème ne vient donc pas forcément de la disponibilité de la pâte, mais de son utilisation finale.

06 LE TRANSPORT MARITIME

Quand le bois manque en local, on va le chercher de plus en plus loin. Hors le coût du transport a augmenté lui aussi (hausse du carburant notamment). Avec des ports parfois totalement congestionnés et la hausse du prix du conteneur, les prix de la pâte à papier (et les délais de livraison), augmentent là aussi.

À SAVOIR

Guerre en Ukraine : le bois et le papier peu concernés

Le conflit en Ukraine n'impacte pas ou presque, directement, le marché français. Les quantités de papiers et de cartons sont trop faibles (9,3 Kt exportées de la France vers la Russie et 5,5 importées, 2,7 Kt exportées vers l'Ukraine) et nulles pour la pâte ou quasiment. Les conséquences indirectes sont, elles, majeures...

07 UNE ÉNERGIE DE PLUS EN PLUS CHÈRE

Et il en faut de l'énergie pour produire du papier... Les prix du gaz et de l'électricité explosent avec la situation en Ukraine et la crise commerciale induite avec la Russie sur ce secteur-clé. Le gaz vaut aujourd'hui jusqu'à huit fois son prix d'il y a deux ans et l'électricité a vu multiplié par trois son coût en 2021...

08 LA RÉDUCTION DE L'OFFRE !

L'ensemble des éléments ci-dessus ne favorise évidemment pas la production de papier, qui ralentit. Et quand il y a moins d'offre pour une demande qui augmente... les prix grimpent. ●

L'IMPACT

DES CONSÉQUENCES LOURDES pour les communicants et les imprimeurs

La tension monte avec les prix quand on parle papier dans les services communication des collectivités, dans les agences et chez les imprimeurs.

Aura-t-on bien du papier pour l'impression ? C'est la question que tout le monde s'est posée au moment de commander le précieux parchemin. La chasse au papier fait monter la pression et un temps précieux est consommé à la recherche des bonnes bobines ou des bonnes feuilles. Même le bon de commande et les délais validés par l'imprimeur,

rien n'est sûr. La quantité livrée peut être différente de la demande... C'est la première conséquence de la pénurie et de la hausse du prix du papier : l'incertitude.

LES BUDGETS EXPLOSENT

Ce qui est certain en revanche, c'est que les tarifs eux, explosent et les factures avec. De quoi rendre les marchés conclus antérieurement avec les agences et les imprimeurs caduques. Les prestataires ne peuvent plus suivre.

Calcul de nouveaux tarifs avec les formules de mise à jour prévue dans les marchés publics, dénonciation desdits marchés, clôture avec perte et fracas du contrat, consultation passée dans l'urgence... les conséquences sont nombreuses, prennent du temps et consomment de l'énergie.

DES RÉFLEXIONS EN COURS POUR L'APRÈS

Au-delà de la gestion de l'urgence et du présent, les différents acteurs s'interrogent sur



la suite... Nouveaux marchés publics, outils de communication revus voire supprimés, fréquence de parution modifiée... les méninges des com-

municants s'activent pour répondre aux contraintes et satisfaire malgré tout les élus. Car des solutions peuvent et doivent être trouvées. ●

LES PRIX DES MARCHÉS RÉVISABLES

Quand le prix inclus dans un marché public dépend de la fluctuation des cours mondiaux, le Code de la commande publique de la révision des prix est imposé dès que le marché dure plus de trois mois. Les EPIC et les personnes publiques au sens large doivent conclure des marchés à prix révisables lorsque les parties sont exposées à des variations majeures de coût pendant la période d'exécution des prestations prévues au marché (article R.2122-13 du code de la commande publique).

LES SOLUTIONS

Des réponses à inventer

Faire face au contexte et maintenir les supports d'information ont obligé les collectivités territoriales à sortir des habitudes à s'interroger sur les leviers à actionner. Et finalement ils sont nombreux...

Adaptation ! C'est le maître-mot entendu dans les collectivités territoriales. Les solutions qui peuvent être mises en place sont multiples. Sur l'objet à éditer d'abord. Le choix du format, une pagination optimisée en termes de cahiers ne sont ainsi pas anodins et une réflexion avec l'imprimeur par rapport à ses machines et à ses approvisionnements en papier n'est pas superflue. Les économies réalisées peuvent être conséquentes. L'éco-attitude peut également être une réflexion à lancer : un support de type tabloid, en papier journal et imprimé sans sécheur permet de réaliser des économies. Et de pouvoir afficher des pratiques plus vertueuses pour l'environnement. Le lecteur, bien souvent, ne se préoccupe pas de la qualité du papier et peut même juger

trop coûteux un outil imprimé sur un papier qu'il juge trop qualitatif...

UNE EXIGENCE MOINDRE SUR LA QUALITÉ DE L'OBJET ?

L'exigence sur le type de papier est donc un levier pour réaliser des économies et bénéficier d'un approvisionnement dans les temps pour votre support. Ce n'est pas le papier qui manque, c'est votre papier qui est indisponible. Un panachage du type de papier au moment de l'impression est même une solution adoptée par certains, certaines catégories de papier (le papier recyclé) étant plus compliquées à obtenir. La diffusion par zone géographique peut être adaptée afin que les habitants d'une zone géographique identifiée reçoivent tous un support de qualité identique.

Le papier étant payé à la tonne, le grammage est un

levier mathématique. Le passage d'un 90 à un 80 g par m² permet une économie de plus de 11 % sur le poste papier... pour une différence que peu de lecteurs vont appréhender. La baisse des quantités imprimées pour une distribution ciblée et non plus toutes boîtes est aussi une solution à envisager. Là aussi le gain est immédiat, mais l'impact sur la diffusion également...

LE DIGITAL POUR PALLIER LE PAPIER ?

Les solutions via Internet pour diffuser l'information peuvent jouer un rôle majeur. La diffusion papier pouvant baisser, une solution de magazine digital en complément permet de toucher une cible différente, qui souvent ne lit pas ou moins le papier : les jeunes et les actifs de moins de 40 ans sont ainsi plus faciles à toucher. Une information digitale adaptée et une campagne d'animation sur les réseaux sociaux permet de diffuser de façon complémentaire votre information qui peut alors devenir multimédia (suites de lecture, sons, vidéos, infographies animées...). Une solution qui peut en outre vous permettre de répondre à la législation concernant l'accessibilité des supports aux personnes en situation de handicap visuel, contrai-



“ Le lecteur, bien souvent, ne se préoccupe pas de la qualité du papier. ”

rement à votre PDF mis en ligne habituellement. Avec un travail minimal de réflexion sur les mots-clés et de la patience et de la persévérance pour intégrer le haut des résultats des moteurs de recherche, cette solution digitale est un excellent levier au coût réduit comparé au papier.

Évidemment, quelles que soient les solutions envisagées l'anticipation, le respect des plannings et la durabilité des décisions permettent d'améliorer une situation qui n'est simple pour personne. ●

À SAVOIR

Les papetiers sont aussi... des thermiciens

Selon l'Ademe, la dépense en énergie représente 10 à 30 % du coût de fabrication de la pâte à papier et du papier. Avec une part d'environ un tiers pour l'électricité et deux tiers pour la vapeur. Une machine à papier par exemple fonctionne en trois phases plus ou moins énergivores : la déshydratation de la feuille, l'essorage avec un système de presse et le séchage avec des cylindres chauffés à la vapeur. Les fabricants de papier sont eux-mêmes bien souvent des experts en énergie afin de limiter leurs coûts.

Département du Gard

« Moins de papier, plus de digital »

Jouer sur la baisse du tirage papier tout en compensant avec une solution e-mag. Voici un virage adopté par le Conseil départemental du Gard face à la hausse des prix du papier. Explications.

« Nous avons divisé par 10 le nombre d'exemplaires de notre numéro d'été, passant de 327 000 à 30 000 exemplaires, pouvant maintenir du coup la qualité du papier utilisé », indique Céline Boyer-Simonne, Directrice de la communication du Gard. Ainsi, tous les habitants du département ne reçoivent plus « Gard Info » dans leurs boîtes aux lettres chaque trimestre : « Nous avons informé la population qu'il était désormais possible, soit de le retrouver dans de très nombreux points de dépôt en libre accès, comme les mairies, les centres médico-sociaux, les offices de tourisme et les



CÉLINE BOYER-SIMONNE, DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION DU CONSEIL DÉPARTEMENTAL DU GARD (30)

commerces de proximité toute nouvelle version e-mag. »

DEUX SUPPORTS COMPLÉMENTAIRES

Cette décision est un engagement fort du Conseil départemental face à une hausse de 40 % du prix du papier : « Cependant, le papier reste très

apprécié par les lecteurs, c'est pourquoi nous ne l'avons pas totalement abandonné et nous avons laissé l'opportunité pour les Gardoises et les Gardois de s'y abonner ou de le retrouver au plus près de chez eux. D'un autre côté, l'e-mag est une solution vivante et évolutive, avec un contenu augmenté et pensé dès le départ. Il fait la part belle aux photographies, aux vidéos, aux animations et apporte une réelle valeur ajoutée. Il invite à une poursuite de lecture enrichie. C'est tout l'intérêt d'avoir accès aux deux supports, papier et web. »

“ L'E-MAG EST UNE SOLUTION VIVANTE ET ÉVOLUTIVE, AVEC UN CONTENU AUGMENTÉ ET PENSÉ DÈS LE DÉPART. ”

Imprimerie Léonce Deprez

« Acheter à des prix que nous ne connaissons pas »

Du côté des imprimeurs, on s'organise pour tenter de contourner les obstacles liés à la hausse des prix du papier. Éclaircissements avec Léonce-Antoine Deprez, Président directeur général de l'imprimerie Léonce Deprez.

EN QUOI CETTE HAUSSE CHAMBOULE VOTRE ORGANISATION ?

Les prix du papier ont doublé en un an. Nous sommes contraints d'acheter aujourd'hui à des prix que nous ne connaissons pas à l'avance. Nous n'avons aucune possibilité d'anticiper les devis pour nos clients et c'est problématique, notamment pour les périodiques.

COMMENT S'ADAPTER ?

Nous achetons un peu de stock d'avance pour anticiper de futures hausses mais c'est au final du papier « qui dort » dans notre entrepôt. Notre particularité étant de fournir du papier à



LÉONCE-ANTOINE DEPREZ, PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'IMPRIMERIE LÉONCE DEPREZ

80 % de nos clients, nous nous adaptons en réduisant le nombre de références. Lorsqu'un client décide de baisser le grammage du papier, il faut réagir. C'est un jeu de chaises musicales permanent !

PENSEZ-VOUS QUE LES PAPETIERS PROFITENT DE LA SITUATION ?

Aujourd'hui, il n'y a plus de pénurie de papier, mais les prix continuent d'exploser alors que la demande baisse. C'est compliqué pour la majorité des papetiers qui subissent de plein fouet, comme nous, la flambée des prix de l'énergie. Nous essayons de nous fournir différemment, avec du papier recyclé. Mais les papetiers restent en position de force. Je ne sais pas s'ils profitent de la situation, mais pour certains, leurs résultats n'ont jamais été aussi bons !

QU'OBSERVEZ-VOUS CHEZ VOS CLIENTS ?

Une baisse des tirages, des paginations et de la qualité du papier pour de nombreux supports, surtout pour la presse et moins pour les publications territoriales. L'État devrait songer à subventionner ces hausses des coûts, et notamment les éditeurs indépendants pour sauver la diffusion et la liberté de la presse écrite, sinon nous courrons vers une diminution drastique des produits imprimés. »

Ville de Viry-Chatillon

« 1 problématique, 3 solutions »

Comme toutes les collectivités, la commune de Viry-Chatillon a été contrainte de s'adapter pour faire face à l'explosion des coûts du papier, que ce soit pour ses supports de communication ou au niveau bureautique.

1) PLUS DE SOUPLESSE DANS LES MARCHÉS PUBLICS

« Nous avons échangé avec les prestataires titulaires des marchés "impression" et "fourniture de papier" car il était devenu impossible de continuer avec les prix initiaux. Pour l'avenir, nous devons réinterroger la façon dont nous construisons nos marchés, notamment au niveau des formules de révision des prix, et de leur fréquence d'application », souligne Arlette Riboty.



ARLETTE RIBOTY, DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION DE LA VILLE DE VIRY-CHATILLON (91)

2) RÉDUIRE L'UTILISATION DU PAPIER AU QUOTIDIEN

Pour la bureautique, il s'agit de limiter au maximum les tirages, d'imprimer en recto-verso, d'utiliser du papier brouillon et, bien sûr, de privilégier le numérique lorsque c'est possible.

« Nous avons amorcé une ré-

flexion sur la quantité de papier consommée, mais aussi sur la façon dont nous pouvions nous adapter pour nos supports de communication, ce qui sous-entend de changer des habitudes bien ancrées et de poursuivre le développement de la communication numérique. »

3) ADAPTER LA DIFFUSION DES SUPPORTS À LEUR CIBLE

« Tous les habitants ne sont pas à égaux face au numérique. Pour une cible jeune, ce n'est pas un problème. Pour un public de seniors, nous restons vigilants pour garantir l'accès à l'information. Nous nous interrogeons ainsi sur chaque support, en fonction de ses destinataires et de la temporalité. » Face à ces nouvelles contraintes budgétaires, la question de la fréquence de parution du magazine municipal, actuellement mensuelle, est aujourd'hui en réflexion. »

Riccobono Imprimeurs

« Aborder une transition écologique et budgétaire »

Deux questions à cet expert de l'impression qui prodigue à ses clients des conseils afin de réduire les coûts d'impression et compenser en partie la hausse du prix du papier.

QUE CONSEILLEZ-VOUS AUX COLLECTIVITÉS FACE À L'EXPLOSION DES COÛTS D'IMPRESSION D'UN MAGAZINE ?

Choisir la voie de la transition écologique en optant pour le journal imprimé sans sécheur à la place du magazine imprimé avec sécheur. Les magazines sont imprimés sur des rotatives avec sécheur, alimentés pour la majorité au gaz. Après le doublement du prix du papier, les factures énergétiques sont multipliées par 15 ou 20 sur ces équipements ! Pour une fois, la solution écologique devient moins chère que la version conventionnelle. J'invite les collectivités à repenser leurs outils de communication



THIERRY DOLL, DIRECTEUR COMMERCIAL CHEZ RICCOBONO IMPRIMEURS

en termes de produit imprimé, de sobriété, format et de pagi-

“ LA SOLUTION POUR LES COLLECTIVITÉS : ABANDONNER LE FORMAT MAGAZINE POUR LE JOURNAL ! ”

nation afin d'optimiser les coûts d'impression. C'est une réflexion à mener impérativement avec les imprimeurs en amont de la rédaction des marchés publics.

POUEZ-VOUS NOUS EXPLIQUER EN QUOI CHOISIR UN FORMAT TABLOÏD EST PLUS ÉCONOMIQUE ?

Miser sur la sobriété en adoptant un format de type tabloïd ou demi-berlinois, plutôt qu'un magazine, est une opportunité de réduire les coûts d'impression. Tout d'abord, il est possible d'utiliser un papier non couché recyclé, avec un grammage plus faible. Puis, le journal est un produit brut, qui ne demande pas d'étape de façonnage, d'encartage ou de collage. Avec un processus sans sécheur et donc sans utilisation de gaz, ni d'eau et moins de chimie, c'est la meilleure solution pour aborder une transition écologique et budgétaire. Les départements des Ardennes, du Gers, du Lot-et-Garonne ou encore celui de l'Eure ont franchi le pas. »