Panorama

Un colloque Pap'Argus au top

Des interventions qui ont fait forte impression : voilà ce qu'on retient du colloque Pap'Argus, qui s'est déroulé le 11 septembre à Paris. Une septième édition haute en couleurs, avec des échanges nombreux, animés par Jean Poncet, rédacteur en chef de Pap'Argus. Au centre des débats : la Chine.

C'est sur une péniche, le Concorde Atlantique, que s'est déroulé le dernier colloque de Pap'Argus.

Un lieu atypique, qui donnait un petit côté estival à l'événement... de même que le soleil resplendissant, qui a permis que les discussions se prolongent agréablement sur la terrasse ! Notre premier intervenant, **Paul-Antoine Lacour**, délégué général de Copacel, plante le décor : « *En 2017, la France occupe le 5ème rang des producteurs européens. Son industrie papetière est largement exportatrice, 53 % de sa production étant vendue à l'étranger* ». Cela étant dit, il enchaîne sur la conjoncture : « *La production de papiers-cartons au premier semestre recule de 1,2 %, dans le secteur de l'emballage* ». Il évoque aussi la hausse très sensible de la pâte marchande : « *On est passé de 800 dollars la tonne de NBSK à plus de 1200 dollars ! Et ce n'est pas fini, il n'y a pour le moment aucun élément qui amène à penser que le prix de la pâte va diminuer. D'autant que la Chine va continuer d'en acheter en grande quantité* », poursuit-il. L'Empire du milieu n'aura jamais aussi bien porté son nom : ce fut le centre d'attraction de tout le colloque.

Paul-Antoine Lacour, délégué général de Copacel

Jean-Pierre Brice, senior advisor chez Capital Mind

Evguenia Dereviankine, avocate associée du cabinet UGGC

« *Force est de constater l'émergence de l'Asie comme premier pôle économique mondial* », confirme **Jean-Pierre Brice**, senior advisor chez Capital Mind. « *Aujourd'hui 50 % des PhD (Bac +5 minimum) diplômés chaque année dans le monde sont d'origine chinoise. La croissance en Asie du Sud-Est et Chine est supérieure à 6 % vs. 2-3 % pour l'Occident* ». Le message est clair : il y a un transfert massif de richesse et de valeur économique vers l'Asie (Chine, Inde, Indonésie, etc.). « *En parallèle, une montée en puissance des concentrations* », poursuit-il. Et de citer les plus importantes, comme Paper Excellence/Eldorado Brasil Celulose (transaction à plus de 4 milliards de dollars) ou International Paper/WestRock (transaction à 2 milliards de dollars). C'est bien une industrie en croissance, mais qui se concentre et qui voit planer sur elle l'ombre de la Chine.

La croissance en Asie du Sud-Est et en Chine est supérieure à 6 % vs. 2-3 % pour l'Occident. Il y a un transfert massif de richesse et de valeur économique vers l'Asie.

« *Aujourd'hui, on voit des groupes asiatiques rechercher des capacités de production pour faire de la pâte recyclée en Europe et aux USA* », déclare-t-il. D'où son conseil : développer une couverture mondiale, regarder vers l'Asie et créer des produits plus proches des nouvelles exigences environnementales. Les enjeux du recyclage sont d'ailleurs à l'ordre du jour, avec là encore, le rôle prépondérant de la Chine.

« *Les déchets n'obéissent pas aux règles du commerce international* », explique **Evguenia Dereviankine**, avocate associée du cabinet UGGC Avocats. « *C'est la raison pour laquelle la Chine est souveraine dans sa décision de restreindre l'importation de déchets* ». Difficile de lui en vouloir : le pays veut non seulement lutter contre la pollution locale mais aussi privilégier sa propre filière de collecte. « *La Chine est aujourd'hui devenue un pays de consommation suffisamment développé pour qu'elle se retrouve avec son propre gisement de déchets à gérer* », reprend-elle.

LES NOUVEAUX ENJEUX DU RECYCLAGE

Pour **Stéphane Panou**, vice-président de la branche papier-carton de Federec, cette décision, somme toute politique, a été ressentie comme un « ouragan ». « *Cela a été très rapide* », déplore-t-il. « *L'annonce à l'OMC, de son intention de réduire ses importations de matières issues du recyclage a été faite en août 2017; la suspension des quotas d'importation pour 2018 a été formulée dans la foulée. Et l'interdiction d'importation des sortes mêlées (1.02 papiers-cartons mêlés) a été décrétée en janvier 2018. La mise en application des nouveaux standards, le 1er mars 2018 et l'annonce d'interdire totalement l'importation de déchets à compter du 1er janvier 2020, en juillet dernier* ».

Jusqu'en 2017, les importations chinoises s'élevaient à 30 millions de tonnes (sur un total consommé de ~50 millions de tonnes). L'export Asie (dont Chine) permettait à l'Europe d'écouler son excédent net de 8Mt (sur 56 Mt collectées). Ensuite ? La situation se complique : avec un ralentissement des ventes Export, un début de saturation des papeteries européennes, une baisse des prix et une augmentation des stocks. Dans cette situation d'offre supérieure à la demande, les papetiers deviennent très sélectifs. Et la qualité des matières devient un facteur clé de différenciation pour la vente des Papiers-Cartons Récupérés (PCR). « *Sur le premier semestre 2018, une qualité « premium », qui correspond aux nouvelles exigences de la Chine (moins de 0,5 % d'impuretés) a pu être produite par de nombreux opérateurs à partir de flux de cartons d'origine industrielle et commerciale* », indique-t-il. Et maintenant ? « *Nous sommes sur un*

Stéphane Panou, vice-président de la branche papier-carton de Federec

Sophie Bayoux, directrice générale de la société Elise

Alain Tripier, gérant du cabinet Sereho

Jean Hornain, directeur général chez Citeo

marché européen saturé, avec un excédent de tonnes et des exportations limitées vers l'Asie », décrit-il. Avant de conclure par une mise en garde : « *Sur un plan purement arithmétique, l'équilibre offre/demande ne sera pas atteint à court terme : nous évaluons l'excédent net européen à 8 Mt/an et la baisse du flux de papiers graphiques à - 8% sur 2 ans. Les professionnels du recyclage vont devoir s'adapter à cette situation. Sachant que les prix bas posent un problème car ils n'encouragent ni les efforts de collecte, ni l'amélioration de la qualité* ».

Pour autant, l'exigence de qualité est plus que jamais d'actualité, comme le rappelle **Sophie Bayoux**, directrice générale de la société Elise, qui accompagne les entreprises dans la mise en place du tri et la valorisation de 100 % de leurs déchets de bureau. Au compteur, 10 200 sites clients et 20 000 tonnes de papiers recyclés par an.

« *Le tri sélectif est une obligation légale* », rappelle-t-elle. Suite à la transposition de la directive cadre déchets de 2008, le décret dit « 5 flux » impose ainsi depuis le 1er juillet 2016 le tri des déchets de papier, métal, plastique, verre et bois dans le cadre de leur activité pour une grande partie des entreprises.

Quid des papiers graphiques ? « *En 7 ans, la consommation de papier graphique a décru de 28 %* », affirme **Alain Tripier**, gérant du cabinet Sereho et rapporteur d'une enquête annuelle sur le secteur « Gisement du papier graphique », visant à évaluer les quantités de papier à usages graphiques utilisées en France et leur potentiel de récupération en vue d'un recyclage.

« *Pour 2016, en calculant par différence, entre 4003 kT de papier graphique consommé et 2530 kT récupérés en collecte sélective et en collecte privée on obtient 1473 kT, qui restent stockées par les agents économiques, qui partent principalement en OMR* (ordures ménagères résiduelles) *mais également en déchetterie. On obtient ainsi environ 23 kg/habitant de papier graphique «perdu»* (1473 kT/ 64,5 millions d'habitants) ».

La gestion des déchets issus de ces papiers est organisée selon le principe de la responsabilité élargie du producteur. Dans le cadre de cette filière REP, les metteurs sur le marché de papiers, et les donneurs d'ordre émettant des imprimés, doivent contribuer à la collecte et à la valorisation des papiers graphiques. Actuellement, ils s'acquittent de cette obligation en passant par un éco-organisme agréé par les pouvoirs publics, Citeo. Son dg, **Jean Hornain,** donne lui aussi quelques chiffres : « *58 % des papiers graphiques et 68 % des emballages ménagers sont recyclés aujourd'hui. Nous avons deux objectifs : atteindre les 65 % en 2022 sur les premiers et 75 % pour les seconds* ». Il insiste sur les progrès qui sont faits : « *Nous recyclons plus au global mais il existe des disparités géographiques : en gros, on trie deux fois plus dans les campagnes que dans les villes. L'enjeu est donc d'améliorer la collecte dans les zones urbaines* ». Avec la mise en place de la tarification incitative, des trilibs (bacs de collectes), des campagnes de communication...

58 % des papiers graphiques et 68 % des emballages ménagers sont recyclés. L'objectif en 2022 est d'atteindre un taux de 65 % sur les premiers et de 75 % sur les seconds.

DES INNOVATIONS À LA CHAÎNE

La cause environnementale est aussi d'actualité pour **Arnaud Jouvance**, Responsable Business Development, qui dévoile Paptic ! « *It's not Paper, it's not Plastic, it's Paptic* », martèle-t-il. Un slogan tout trouvé pour ce matériau substituable au plastique, notamment pour les sacs, produit à partir de fibres cellulosiques, présentant des propriétés physiques similaires, tout en étant recyclable et biodégradable. Des échantillons ont été distribués dans le public, qui s'est montré plus qu'intéressé. Les questions ont fusé : quels grammages en standard ? « *40, 70 et 110 gr* », répond-il. Quels types d'impression supporte-t-il ? « *Offset, sérigraphie, flexographie, jet d'encre et numérique* ». Avez-vous une machine pour produire ? « *Nous avons commandé notre MAP et elle démarrera son activité au premier trimestre 2020* ». Des clients ? « *Les Galeries Lafayette ont utilisé Paptic pour marketer leur opération go for good, via un sac "inédit* ». De la communication sur pack, il en est aussi question avec **Patrice Bernou,** Responsable Business Development chez HP. « *Dans le marketing mix, le 5e P est celui de packaging* », annonce-t-il. « *Les marques veulent de plus en plus se différencier. Ce qui implique plus de rapidité d'exécution, plus de sur-mesure et plus de moyens tirages : 50% des jobs imprimés sur carton plat sont aujourd'hui inférieurs à 10 000 feuilles. Seul le numérique peut répondre à ces objectifs : pas de forme d'impression, gâche minimale, pas de calage, possibilité d'impression à la demande...* » Bienvenue à l'ère de la personnalisation. Et de l'innovation, comme le souligne **Jean-Richard Maguet**, dirigeant chez Mizenboîte & Mobeefox. Son crédo : le packaging intelligent. Zoom sur un visuel d'emballage d'andouille de Guéméné, l'un de ses clients. Passer une commande ? Obtenir une recette ? Télécharger un coupon de réduction ? S'informer sur le magasin le plus proche où acheter ce produit ? Toutes ces applications sont possibles depuis un smartphone en l'approchant du taf NFC ou bien du QR code apposé sur l'emballage. « *Nous avons créé une technologie qui permet à nos clients d'imaginer des environnements interactifs on-demand, et ce très rapidement* », décrit-il. Une simple technologie sans contact... Qui a été primée 6 fois en 3 ans.

Sans friction, sans contrainte : pas besoin de télécharger une appli pour que cela fonctionne ! « *Le challenge du smart pack est d'anticiper les besoins de ses clients en leur fournissant des services au moment le plus opportun. De plus, cela démultiplie les communications : un même produit peut diffuser une information différente sur le smartphone en fonction du lieu où il se trouve, de la météo...* »

Pour rester dans le thème du colloque, on peut aussi évoquer l'aspect écolo de cette techno : « *Plus besoin d'imprimer par*

Arnaud Jouvance, responsable Business Development

Patrice Bernou, responsable Business Development chez HP

Jean-Richard Maguet, dirigeant chez Mizenboîte & Mobeefox

Bernard de Galembert, directeur innovation et bioeconomie du CEPI

Le papier graphique, c'est fantastique !

Distribution de beaux objets… graphiques ! Très beau livre sur le centenaire de Rodin, une biographie très colorée d'Hergé, les carnets de voyage de Sophie Ladame… Ces publications traitées sur du papier haut de gamme ont circulé de mains en mains et force est de constater que plusieurs participants auraient bien voulu les conserver. C'est la magie du papier que voulait démontrer **Daniel Wormeringer,** Development Manager chez Arctic Paper France. Le papier reste, il valorise un discours, un dessin, une image de marque. Et cela sera encore plus vrai dans le futur, car il va être de plus en plus technique ! En s'adaptant aux nouvelles technologies, aux nouveaux besoins (traitement de surfaces, teintes, grammages, réponse aux exigences de l'environnement…). « *Il y aura le papier couché et non couché standard pour une impression de quantité avec un rendu normal/correct, le papier de caractère (teinte, texture, tactile…) et les papiers techniques, qui répondent à la demande croissante des nouvelles technologies avec les encres qui sont en constante évolution* ». Il ne fait aucun doute selon lui que les entreprises vont miser sur la valorisation du document imprimé pour se démarquer, faire la différence dans un monde de plus en plus dématérialisé et standardisé.

Muriel Caniez Sales Director Magazine Department Norske Skog France

Daniel Wormeringer, Development Manager chez Arctic Paper France

Même son de cloche du côté du 3ème producteur Européen de papier de publication, Norske Skog, qui vient d'être repris par le fond d'investissements anglais Oceanwood. « *Il n'y a pas de croissance sans crise* », lance **Muriel Caniez,** Sales Director Magazine Department Norske Skog France. Rappelant au passage que leurs difficultés sont dues à l'effondrement du marché, notamment en Europe où la demande en papier journal a chuté de 35 % entre 2011 et 2017. Convaincue du potentiel du papier, elle souligne la pertinence du média imprimé et insiste sur l'avenir avec les développements en cours dans les domaines innovants et prometteurs des énergies renouvelables, de la chimie verte et des écomatériaux, comme c'est le cas à Golbey notamment. Son enthousiasme est contagieux et gagne la salle qui repart avec de belles images plein la tête. **CM**

exemple des méthodologies ou des conseils d'utilisation ! Tout peut être uploadé directement sur le mobile. Ce qui économise des impressions », confie-t-il. Impact environnemental, économie circulaire…

La transition est toute faite pour **Bernard de Galembert**, directeur innovation et bioeconomie du CEPI, à qui revient la dure tâche de clôturer le colloque. Mission réussie avec brio. Grâce à son tour du monde des innovations ! « *Qui connaît le papier toilette qui nettoie les tuyauteries ? Le sac de ciment soluble ? Le paillage biodégradable ? Le Bioverno ? La bouteille en fibre verte, récemment mise à l'honneur par Carlsberg ? L'hydrogel à base de bois ?* » L'heure tourne, il doit s'interrompre dans son énumération, mais son message est bien passé : l'industrie du papier-carton est très bien placée pour être un acteur important dans la bioéconomie de demain. « *On peut donc à la fois parler de reconquête du secteur, mais aussi de révolution avec une panoplie d'innovations en stock* », conclut **Jean Poncet**, l'animateur de la journée.

Christelle Magaud

LE SPECIALISTE DES VIEUX PAPIERS

Récupération et Recyclage
Vieux papiers - Cartons - DIB - Plastiques
TER
TRI ENVIRONNEMENT RECYCLAGE
Siège social/Usine: 33, quai de l 'Industrie 91200 ATHIS MONS
Tél. 01 69 57 55 80 - Fax. 01 60 48 11 78
contact@ter-france.fr
www.ter-france.fr
Usines Ile-de-france 91-77
Centre de Développement Paris
ISO 14001 Certified Environmental Management System

« Récupérer, Recycler, c'est Gagné »

0820 000 765