

# L'imprimé, un média du futur

L'imprimé est bien plus qu'un média, c'est avant tout une culture. Si les médias passent, les cultures restent, et c'est en cela que l'imprimé a résisté aux époques, aux changements de mode de vie et aux fantastiques révolutions techniques et technologiques qui se sont succédés depuis plus d'un siècle.

Support incontournable d'expression de la pensée humaine mais aussi de l'ensemble des activités économiques, commerciales et sociales, l'imprimé est avec l'entrée dans l'ère numérique confronté à de nombreux défis, notamment celui de répondre aux nouvelles exigences du développement durable. Mais n'ayons pas de doute

qu'il sera à nouveau prêt à relever le gant pour s'affirmer comme l'un, sinon le média du futur.

Par **Jacques CHIRAT\***

*« L'avenir n'est jamais écrit d'avance, il est toujours à construire. Tout dépend des hommes, il n'y a pas de territoires condamnés, il n'y a que des territoires sans projets et sans hommes de qualité pour les porter. »* Michel Godet, *Bonnes nouvelles des Conspirateurs du futur* (Editions Odile Jacob).

Il semble tout d'abord nécessaire de rappeler que si l'imprimé est un média, il ne peut se résumer à cette seule fonction. L'imprimé est bien plus qu'un média, bien plus qu'une technique ou que des technologies, bien plus qu'un matériau, aussi noble soit-il. L'imprimé est avant tout une culture : sous la forme de livres, de journaux, de magazines, de cahiers pour les écoliers, de feuillets pour les écrivains, de bulletins de vote pour les citoyens, de tracts ou d'affiches pour les militants, de courriers pour déclarer ses amours, son amitié ou pour partager des moments de vie, de

cartes postales pour les voyageurs... L'imprimé est multiple, quotidien, en perpétuel mouvement pour s'adapter aux évolutions des modes de vie. Il nous accompagne ainsi depuis des siècles déjà, passant parfois entre les mains de plusieurs générations d'une même famille, d'une même lignée de chercheurs ou d'une même école de pensée philosophique, politique ou religieuse.

L'imprimé demeure l'un des plus anciens et des plus fidèles compagnons de l'homme, un des premiers témoins de l'évolution de l'humanité, l'un des supports les plus respectueux de la mémoire des peuples à travers les siècles, permettant ainsi de perpétuer des traditions et des savoir-faire anciens. L'imprimé est donc bien plus qu'un média. Les médias passent, mais les cultures restent, et c'est pourquoi l'imprimé a résisté aux époques, aux changements de mode de vie et aux fantastiques révolutions techniques et technologiques qui se sont succédés depuis plus d'un siècle.

Le papier et l'imprimé s'inscrivent ainsi dans une très longue et très belle histoire qu'ils partagent avec

\* Président de l'Union Nationale de l'Imprimerie et de la Communication (UNIC).

l'homme, même si, comme tout support de la pensée, ils peuvent véhiculer et transmettre le pire comme le meilleur. Pour beaucoup de nos contemporains, l'histoire de l'imprimé semble débiter en 1440 avec Gutenberg, dont l'invention des caractères métalliques mobiles a été déterminante dans la diffusion des textes et du savoir. Or, le compagnonnage de l'homme et de l'imprimé est beaucoup plus ancien, comme le raconte magnifiquement Erik Orsenna dans son livre *Sur la route du papier*. Rappelons que le papier est apparu en Chine au IX<sup>e</sup> siècle : le premier livre « imprimé » sur papier dans ce pays est daté de 868. Par conséquent, lorsque nous évoquons le plus ancien et le plus fidèle compagnon de l'homme, nous ne croyons sans doute pas si bien dire.

Pour graver la pensée de l'homme ou pour témoigner d'une époque, d'autres supports, il est vrai, furent bien naturellement utilisés, avant comme après l'invention du papier : ce furent les pierres, le marbre ou les galets, mais aussi les tablettes de cire, de bois ou d'argile. Seul l'imprimé sur papier a cependant traversé les siècles pour rester aujourd'hui encore un support incontournable d'information et de communication. La visite de bibliothèques ou de musées présentant des livres anciens témoigne de la force de ce lien, qui semble aujourd'hui viscéral, entre l'homme et l'imprimé.

Progressivement, le secteur de l'impression s'est d'ailleurs étendu et, aujourd'hui, la notion d'imprimé recouvre une multitude quasiment illimitée de supports (papiers mais aussi cartons, textiles, plastiques, métaux...), de techniques et de technologies. Pourtant, pour l'ensemble des professionnels de la filière graphique que représente notre organisation professionnelle, le défi de l'avenir est immense, je devrais plus précisément écrire, les défis sont immenses tant ils sont multiples : ils sont non seulement techniques et technologiques, mais aussi, et peut-être avant tout, culturels, économiques, sociaux et environnementaux. En somme, le principal défi qui se pose à nous est notre capacité à répondre aux exigences du développement durable.

Le premier défi est celui de l'adaptation de l'imprimé à une époque et à des cultures de plus en plus marquées par Internet et par ce que certains nomment « *dématérialisation* ». Quel drôle de terme que celui-ci, pour désigner une utilisation nécessitant des supports numériques à la durée de vie de plus en plus réduite, exigeant une consommation quasi permanente d'énergie et représentant des enjeux majeurs en matière de recyclage.

Malgré tout, le Web est devenu en moins d'une décennie la plus grande bibliothèque du monde, l'espace de presse le plus complet, la première librairie



© Xinhua/ZUMA/REA

« Rappelons que le papier est apparu en Chine au IX<sup>e</sup> siècle : le premier livre « imprimé » sur papier dans ce pays est daté de 868. Par conséquent, lorsque nous évoquons le plus ancien et le plus fidèle compagnon de l'homme, nous ne croyons sans doute pas si bien dire. », enfants chinois d'une école primaire de Nanning.

mondiale, l'espace d'expression le plus libre et donc le plus incontrôlable...

Ces réalités existent, les professionnels de l'imprimerie en sont pleinement conscients et s'adaptent donc depuis des années pour accompagner ces évolutions. L'imprimé d'aujourd'hui et plus encore celui de demain ne ressemblera guère à celui d'hier, tout comme nos téléviseurs actuels n'ont que très peu de ressemblances avec un téléviseur des années 1960 ou avec les téléviseurs connectés 3D qui seront la norme dans les prochaines années. L'imprimé ne reste donc pas à l'écart des évolutions technologiques, il s'y adapte et les accompagne. Pour vous en convaincre visitez un laboratoire de recherche, un établissement d'enseignement supérieur et de recherche comme l'INP Pagora (*Ecole internationale du papier, de la communication imprimée et des biomatériaux*), à Grenoble, rendez-vous dans l'une des multiples entreprises de la filière graphique qui ne cessent, quelques soient leur taille et leur spécialité, d'innover et de proposer de nouveaux produits et de nouvelles technologies, et vous vous rendrez vite compte à quel point l'imprimé est en perpétuelle évolution et que, pour reprendre un célèbre slogan publicitaire, « *il n'a pas fini de vous surprendre.* » Aujourd'hui, nous savons concevoir des papiers imperméables pour les journaux, des papiers imprimés qui stoppent les ondes (*pour protéger la chambre d'un enfant comme pour garantir la confidentialité des propos exprimés dans des salles de réunion*), des papiers alimentaires qui signalent une rupture dans la chaîne du froid... Nos entreprises s'adaptent ainsi à ce défi permanent que représente l'évolution des modes de vie.

Le second défi est culturel. Depuis plusieurs siècles, partout dans le monde, l'écrit véhicule l'essentiel de la pensée humaine et des échanges intellectuels. Il est un élément, si ce n'est « l'élément » culturel structurant irremplaçable. Aujourd'hui, alors que de nouveaux médias sont apparus et semblent parfois vouloir imposer leurs « normes » en matière de vitesse, de réactivité immédiate et d'uniformisation, l'imprimé doit revendiquer ses particularités intrinsèques et ses atouts.

Ainsi, à l'instantanéité des médias numériques, il oppose le temps du recul et de la réflexion. Cette absence de recul si bien illustrée par les répercussions que peuvent avoir aujourd'hui de malheureux *tweets*... Thierry Baccino, professeur de psychologie cognitive et ergonomique, directeur scientifique du LUTIN (*Laboratoire des Usages en Technologies d'Information Numérique*), insiste beaucoup sur cette notion de temps : « *La lecture, en tant qu'activité, est inscrite dans un temps. Cette évolution temporelle s'appelle le temps d'assimilation. Or, nos sociétés exigent de plus en plus une réponse immédiate, parfois au mépris de ce temps d'assimilation. Dans cette volonté d'aller toujours plus vite, les supports numériques ont tendance à multiplier les informations parcellaires et ponctuelles. Les effets les*

*plus néfastes visent les plus jeunes, pour qui il faut préférer les apprentissages linéaires, dont le papier reste à ce jour le plus solide garant.* ». À ce jour, nous ignorons d'ailleurs les effets physio-psychologiques à long terme engendrés par une « écrans-dépendance » croissante.

L'imprimé doit ainsi affirmer ses qualités propres, notamment celles relatives à la lecture. À cette aune, l'imprimé apparaît, là encore, comme extrêmement pertinent. Toute lecture, quel qu'en soit le support (papier ou numérique) repose en effet sur trois dimensions essentielles : la visibilité, la lisibilité et la compréhension. La visibilité correspond à l'identification des lettres, la lisibilité à l'identification des mots une fois la perception du signal visuel intervenue, et la compréhension, quant à elle, repose sur la liaison faite entre ce que nous lisons et ce que notre cerveau a stocké en mémoire. Au regard de ces trois dimensions, toutes les études démontrent la force de l'imprimé, par rapport à la lecture sur écran, qui perturbe les lecteurs. Pour la visibilité, par exemple, les effets de rétro-éclairage, qui bien entendu n'existe pas avec le papier, finissent après un certain temps par se transformer en véritable agression pour les yeux du lecteur. Il est aisé de constater la multiplication rapide des problèmes de *Computer Vision Syndrome* (*syndrome de la vision artificielle*), sous la forme notamment de migraines ou de conjonctivites chroniques, chez les personnes qui travaillent régulièrement sur écran ou qui y consacrent beaucoup de temps, à l'instar de nombre d'adolescents. Il a été démontré que 90 % des personnes qui passent plus de trois heures par jour sur un écran sont déjà ou vont être atteints par ce syndrome.

En ce qui concerne la lisibilité, nous savons que le lecteur mémorise inconsciemment les coordonnées spatiales des mots, c'est-à-dire qu'il est capable de se souvenir de l'endroit du texte où se trouve telle ou telle information. Ce repérage est bien entendu totalement impossible dans un livre numérique, où l'affichage des mots et des images est dynamique, défilant au gré de notre souris. Dans un environnement numérique, notre cerveau doit donc mobiliser davantage de zones de reconnaissance de formes, de positions, de vitesse ou de couleurs, et nous nous retrouvons très souvent « en surcharge ». La lecture sur écran nécessite ainsi un surcroît de travail et un fonctionnement différent de notre cerveau. Les risques de désorientation cognitive dus à une saturation d'informations sont fréquents.

L'imprimé peut également revendiquer une autre qualité essentielle, celle de la durabilité de sa trace sur un support. Si le Web représente indiscutablement un formidable outil de communication, il n'offre aucune garantie, bien au contraire, pour la conservation et l'intégrité des informations et des contenus ainsi diffusés et stockés. L'immatérialité et la volatilité des technologies, qui rendent par exemple aujourd'hui illisibles, et donc inexploitable, des données stockées



© Josse/LEEMAGE

« L'imprimé offre des garanties incontestables pour la conservation des contenus et leur préservation à travers les années comme le prouve la qualité de manuscrits anciens conservés depuis plusieurs siècles. », Cornelius Nepos, biographe romain (100-v.25 av JC), découvrant dans une armoire l'Histoire de Troie de Dares, le Phrygien, miniature dans « Le roman de Troie » (Folio 2v) de Benoit de Sainte-Maure (XII<sup>e</sup> siècle).

sur des supports ayant cours il y seulement quelques années (*combien d'ordinateurs lisent aujourd'hui les disquettes, pour ne prendre que ce simple exemple ?*), fragilisent la conservation des écrits et la sécurité de leur contenu. Nul ne peut aujourd'hui prédire les technologies qui seront utilisées à l'horizon de dix à vingt ans. L'imprimé offre des garanties incontestables pour la conservation des contenus et leur préservation à travers les années comme le prouve la qualité de manuscrits anciens conservés depuis plusieurs siècles.

### L'IMPRIMÉ, UN MÉDIA DU FUTUR ?

Ma conviction est plus que jamais que le papier et l'imprimé continueront de représenter un support et un média incontournables tant pour la pensée humaine, comme aime à le rappeler Laurent de Gaulle, président de l'association Culture Papier (dont notre organisation professionnelle a été à l'origine en 2008) que pour l'ensemble des activités économiques, commerciales, sociales ou culturelles.

Nombre d'observateurs rappellent régulièrement que l'apparition de nouveaux médias ou supports de com-

munication n'a pas pour autant « tué » leurs prédécesseurs, mais bien au contraire les premiers ont complété les seconds, leur ont permis d'évoluer vers un usage plus ciblé, les forçant à s'adapter en améliorant leurs caractéristiques. Les pratiques coexistent et la diversification des supports permet d'élargir l'éventail des possibles, ce dont nous ne pouvons que nous réjouir. Chaque nouveau support d'information et de communication a permis de développer les suivants : des tableaux et des dessins au cinéma, du télégraphe au téléphone, de la radio à la télévision, de l'ordinateur à Internet... Très peu de supports ont disparu (il serait toutefois fallacieux d'écrire « aucun », car très peu de nos contemporains utilisent encore aujourd'hui le papyrus, ou même le Minitel (lequel vient d'ailleurs de disparaître !)). L'imprimé, dans son acceptation la plus large, a très largement à la fois bénéficié et contribué à cette aventure technique et technologique sans précédent.

Ces fantastiques progrès techniques et technologiques accomplis depuis moins d'un siècle, un temps extrêmement court à l'échelle de l'histoire de l'humanité, ont ainsi permis à l'homme de partir à la conquête du monde, de réduire les distances, d'augmenter les échanges et de diffuser le meilleur, mais aussi malheu-

reusement quelque fois la pire, de la pensée et de la culture. Les mutations en cours bouleversent, il est vrai, tant les supports de l'écriture que les techniques de reproduction et de diffusion. Ainsi, qui aurait pu imaginer, il y a seulement quelques décennies qu'il serait aujourd'hui techniquement possible d'éditer des livres à la demande, d'imprimer des ouvrages en quelques exemplaires seulement, de personnaliser des supports imprimés ou de diffuser dans le monde entier des quotidiens le jour même de leur parution dans leur pays d'origine ? Qui aurait parié que le livre serait l'un des « objets » les plus vendus sur Internet ? Jeff Besos, le médiatique patron d'Amazon, répétait à l'envie au moment de la sortie de l'une des tablettes les plus vendues au monde, le Kindle, que « *le livre papier est une technologie vieille de cinq cents ans qui a beaucoup d'inconvénients, auxquels on s'est habitué, jusqu'à ce que l'on découvre quelque chose de mieux...* » Depuis son appréciation a bien évolué, ce dont nous ne pouvons que nous réjouir puisque le géant de la librairie en ligne investit massivement sur un « nouveau » créneau : celui de l'édition, avec un département de livres... imprimés sur papier ! Les évolutions technologiques suscitent donc autant de défis que d'interrogations pour un futur plus que jamais difficile à prédire.

« *Le livre numérique ne chasse pas l'imprimé, il le renforce* », écrit d'ailleurs Robert Darnton, le spécialiste mondial de l'histoire du livre, dans son dernier et passionnant ouvrage *Apologie du livre : demain, aujourd'hui, hier* (Gallimard). Il démontre ainsi que plus une personne utilise des liseuses, plus elle augmente sa lecture de livres imprimés. Le livre numérique a incontestablement de beaux jours devant lui et il serait absurde de le nier. Néanmoins, il me semble difficile de vouloir dupliquer à l'échelle européenne, et plus encore à celle de notre pays, le succès que connaît le livre numérique outre-Atlantique. Les Européens restent très attachés à leur « culture imprimée », à leur « culture papier ». Nos réseaux de librairies, même si nul ne peut nier leurs difficultés, nos universités, nos bibliothèques, comme la qualité de l'édition et de l'impression de nos ouvrages, plaident tous dans ce sens. Les Américains ont un rapport différent aux livres, qu'ils considèrent le plus souvent comme des objets jetables, avec une durée de vie courte. Ils n'ont probablement pas ce même rapport aux livres du fait d'une histoire très récente et d'une absence de volonté de conserver des traces pour l'avenir.

Entre papier et numérique, l'heure est incontestablement à la convergence des technologies et à la complémentarité entre les usages. Pour ce qui relève de la convergence des technologies, les innovations se multiplient, comme le prouve le développement du papier électronique ou celui du papier numérique. Le premier représente un moyen d'affichage électronique sur un support souple qui contient une encre qui peut s'effacer, mais qui peut être réactivée à dessein. Ses

principaux atouts résident notamment dans la qualité de réflexion du papier et dans une très faible consommation d'énergie.

L'hybridité est d'ores et déjà au cœur de « l'imprimé du futur » :

- hybridité de presses combinant technologies d'impression traditionnelle et technologies d'impression numérique ;
- hybridité des produits, dont la production a nécessité l'utilisation de plusieurs technologies d'impression ;
- hybridité des produits imprimés par une même presse (imprimés commerciaux, emballages, étiquettes...) ;
- hybridité, enfin, des logiciels et des flux nécessaires à la conception ou au suivi de la fabrication des imprimés, avec des solutions faisant de plus en plus appel au *cloud*.

Toutes ces innovations comme toutes les qualités mises en exergue pour l'imprimé n'ont et n'auront de sens que si elles se traduisent technologiquement, socialement et, avant tout, économiquement. Pour paraphraser André Malraux, qui écrivit que « *le cinéma, c'est aussi une industrie* » (*Esquisse d'une psychologie du cinéma*), on ne doit pas oublier que si l'imprimé est avant tout une culture, comme je l'évoquais plus haut, *l'imprimé est aussi une industrie*. C'est en ce sens que « l'imprimé du futur » sera fortement marqué par un rapprochement des professionnels de la filière graphique de ceux des contenus. Ce rapprochement, cette nouvelle façon de travailler permettra de stabiliser des équilibres économiques indispensables pour assurer un avenir commun aux différentes parties, dans une relation réellement gagnant-gagnant (pour reprendre une expression en vogue). Concrètement, nous allons de plus en plus vers une sécurisation des rapports donneurs d'ordres/imprimeurs/clients. Ce nouvel équilibre dans les rapports commerciaux se traduira par une visibilité plus forte pour les uns comme pour les autres, par un renforcement des capacités d'investissement et d'innovation pour les imprimeurs, par la possibilité, pour les éditeurs et les donneurs d'ordres, d'adapter au plus juste les volumes souhaités, tout en personnalisant leurs supports au plus près des préoccupations ou des centres d'intérêt de leurs lecteurs.

L'une des illustrations les plus concrètes de ce rapprochement se trouve bien évidemment du côté de la presse, avec une tendance de fond d'une impression décentralisée en région, et personnalisée, de titres de la presse nationale. En France, la presse papier est particulièrement dynamique, avec plus de deux millions d'exemplaires de titres vendus chaque jour et 2,2 milliards de titres consultés chaque année. Le lectorat le plus important se retrouve chez les 15-35 ans et la presse jeunesse connaît un succès croissant. Les sombres prophéties annonçant la mort de la presse papier ne correspondent donc en rien à la réalité.



© Tompkinson/S.P.L.-COSMOS

JACQUES CHIRAT

« On ne doit pas oublier que si l'imprimé est avant tout une culture, *l'imprimé est aussi une industrie.* », *ouvriers d'une imprimerie.*

L'impression décentralisée et personnalisée est donc un facteur supplémentaire pour renforcer la presse, qui poursuit, parallèlement, son développement sur le Web, une nouvelle preuve s'il en était besoin de la complémentarité entre les différents supports des médias. Bernard Petitjean, directeur du cabinet Seprem, définit parfaitement cette complémentarité : « *Internet est un média de demande. Google en est la plus parfaite illustration : par son biais, on veut la réponse à nos questions, dans les délais les plus brefs. La presse papier est un média d'offre. Dans une société de plus en plus tribale, la presse qui marche bien est une presse de segmentation, qui sait démultiplier l'offre en la diversifiant.* »

Le défi environnemental est lui aussi important tant leur responsabilité dans ce domaine est devenue pour toutes les entreprises de la filière graphique une véritable obsession, depuis de nombreuses années déjà. L'urgence écologique est une réalité. Si l'image de l'imprimeur-pollueur du XIX<sup>e</sup> siècle reste encore vivace dans certains esprits, tout comme les idées reçues sur l'impact environnemental supposé du papier et de l'imprimé, la réalité est très éloignée de ces clichés et de ces idées reçues. Concernant le papier, il semble opportun de rappeler que celui-ci est produit à partir du bois résiduel de la production forestière et que l'on ne coupe donc aucun arbre pour faire du papier !

Malheureusement, comme dans toute profession, quelques pratiques totalement condamnables, mais heureusement très rares, suffisent à brouiller le message de responsabilité que porte l'immense majorité des producteurs de papier, qui respecte à la lettre les exigences d'une sylviculture durable. De surcroît, le papier peut être recyclé jusqu'à six fois, ce qui en fait l'un des matériaux qui s'inscrit le mieux dans une économie positive. Le taux de recyclage du papier en France est d'ailleurs en évolution constante. Ces vingt dernières années, la filière graphique a entrepris des efforts considérables, qui lui valent aujourd'hui d'être reconnue par l'ADEME (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) comme l'un des secteurs les plus engagés dans le respect des exigences environnementales.

Comme la terre et l'eau se mélangent, le papier et le numérique sont appelés à cohabiter de plus en plus dans ce que certains appellent déjà « une économie d'estuaire », dans laquelle chaque support est de plus en plus interdépendant de l'autre. La mort du papier et des imprimés n'est donc plus à l'ordre du jour, et nous ne pouvons que nous en féliciter...

« *Nous sommes au futur. Voici demain qui règne aujourd'hui sur la Terre* », écrivait René Char. Aucun doute, l'imprimé du futur s'impose déjà, progressivement, dans notre quotidien.