Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Hervé Tusseau le 14 janvier 2021

Imprimerie La Provence : Nouvelle feuille de route !



La fin de la diffusion papier de l'hebdo de l'Echo du Mardi s'inscrit dans un mouvement de réduction des capacités des volumes d'impression des journaux qui devrait atteindre 25 à 30% d'ici 2030 avec l'accroissement de leur audience numérique. Notre imprimeur – l'imprimerie La Provence – nous explique son métier de demain…

« C'est bien qu'une imprimerie existe pour faire autre chose que des journaux ». Pas seulement pour trouver d'autres horizons aux machines – ce que les imprimeurs ont toujours fait – ou s'orienter, à terme, vers des magazines. « Mais encore pour développer des compétences nouvelles ». Loïc le Deuff, directeur

Ecrit par Hervé Tusseau le 14 janvier 2021

industriel de l'imprimerie La Provence (70 collaborateurs) est arrivé en 2008 pour installer les machines de ce gros outil aujourd'hui amorti et financé en roulant de nuit les neuf éditions du quotidien – dont le tirage varie de 2000 à 30 000 exemplaires – et en imprimant des journaux gratuits. « Dès le début, j'ai trouvé une équipe très intéressée par la nécessité, d'une part, d'ouvrir nos marchés d'impression vers l'extérieur et motivée, d'autre part, par le projet inédit d'offrir à nos clients un accompagnement sur l'ensemble des problématiques qu'ils pouvaient rencontrer ».

A juste titre

Pas facile de faire bouger les lignes sur un marché où les clients « ne changent pas de prestataire pour le plaisir de le faire » ; ni lorsque la mort des uns ne fait que la survie des autres. Tout ce qui rentre fait ventre, « la concurrence est telle que tout le monde cherche à tout faire depuis quelques années », constate Loïc Le Deuff. Dans le seul domaine de la presse, la direction générale des médias et des industries culturelles incite désormais la profession à des mutualisations d'imprimerie entre les différents groupes de presse pour parvenir à terme à la création d'outils modernes et bien dimensionnés. En se calant sur une prévision de baisse structurelle de 25 à 30% des volumes d'impression de journaux d'ici à 2030. L'alliance de la presse d'information générale (APIG) a approuvé cet objectif et travaille sur une réduction d'ici à 2025 de « 50% du nombre de centres d'impression et de 60% du personnel ».

Avec une telle feuille de route, le papier est plus que jamais la composante d'une offre à diversifier. Qui sait, par exemple, que l'imprimerie La Provence produit parfois des titres à 400 exemplaires ? « Notre cible est à vrai dire à partir de 3 000 exemplaires (roto-numérique). Cependant, le service assure une activité complémentaire et intégrée à notre offre depuis une dizaine d'années pour conquérir et fidéliser nos clients », souligne Loïc Le Deuff. « Nous travaillons depuis 2014 avec L'Echo du Mardi que nous avons aidé, par exemple, à réduire les coûts en matière de tarif postal. Notre accompagnement continuera sans doute sur le routage des éditions des prochains magazines ; mais il existe aussi sur le plan technique afin d'apporter à nos clients des solutions d'impression plus respectueuses de l'environnement, meilleures pour le rendu des couleurs et la présentation. » A Juste titre.