

# L'IDÉOSCOPE

2

Revue d'information de l'IDEP

DÉCEMBRE 2015

## L'APPRENTISSAGE

UNE VOIE DE FORMATION  
POUR CONSTRUIRE L'AVENIR

TRANSMISSION DES CONNAISSANCES,  
INSERTION DE NOUVELLES COMPÉTENCES :  
L'APPRENTISSAGE JOUE UN RÔLE IMPORTANT  
POUR LES ENTREPRISES.



# ÉDITO

**René  
ANELOT**  
Président de l'IDEP



Les différents secteurs de la Communication graphique travaillent depuis plusieurs mois à la redéfinition de leur politique de l'emploi et de la formation, dans le cadre de la mise en œuvre de la loi du 5 mars 2014. Une loi dont l'application sera effective dès le 1<sup>er</sup> janvier 2016. L'avenir de la filière passe plus que jamais par une politique industrielle globale qui favorise le développement économique et la création d'emplois qualifiés. La formation professionnelle doit en être l'un des volets majeurs, l'apprentissage, l'un des leviers essentiels.

Dans cette optique, notre partenaire AGEFOS PME – CGM\* va assurer dès le 1<sup>er</sup> janvier 2016 la collecte de la taxe d'apprentissage. Les ressources financières dédiées à l'apprentissage seront renforcées, ce qui permettra de déployer un véritable dispositif de soutien aux sections Industries graphiques de nos CFA.

Dans nos secteurs, les difficultés des entreprises à recruter des salariés qualifiés pénalisent fortement l'activité. L'absence de renouvellement des compétences participe au mouvement de désindustrialisation. Et la situation pourrait encore s'aggraver, dans les années à venir, avec le départ en retraite des salariés en fin de

carrière, ouvriers et techniciens, notamment. Mettre la formation au cœur de nos ambitions de reconquête industrielle est donc indispensable pour assurer un renouvellement des compétences à la hauteur des défis à relever. Accorder la même valeur à la formation qu'à l'investissement matériel, lui reconnaître la même capacité à renforcer l'outil de production et les ressources des entreprises, favoriseraient leur repositionnement stratégique face aux mutations qui les impactent et soutiendraient l'innovation.

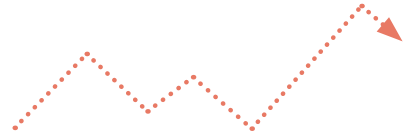
Avec vingt CFA sur l'ensemble du territoire, les Industries graphiques disposent encore d'un réseau puissant et structuré, à même d'organiser ce renouvellement des compétences. Force est de constater que ces établissements peinent à recruter un nombre suffisant de jeunes pour maintenir leurs sections d'apprentissage. En accord avec la politique de branche, qui poursuit l'effort entrepris pour valoriser notre industrie auprès des plus jeunes, l'IDEP s'engage aux côtés des CFA, dans toutes les régions, pour inverser la tendance et renforcer l'attractivité de la branche en mettant en avant l'Industrie graphique du futur et de ses filières de formation.

\* AGEFOS PME - CGM est un établissement du siège national d'AGEFOS PME, Organisme paritaire collecteur agréé (OPCA) de branche et interprofessionnel. AGEFOS PME - CGM assure la collecte et la gestion des fonds de la formation professionnelle des entreprises des branches de la Communication graphique.

Retrouvez-nous sur Twitter,  
Linkedin et YouTube



# REPÈRES SUR LES MARCHÉS DES INDUSTRIES DE LA COMMUNICATION (DONNÉES 2014)



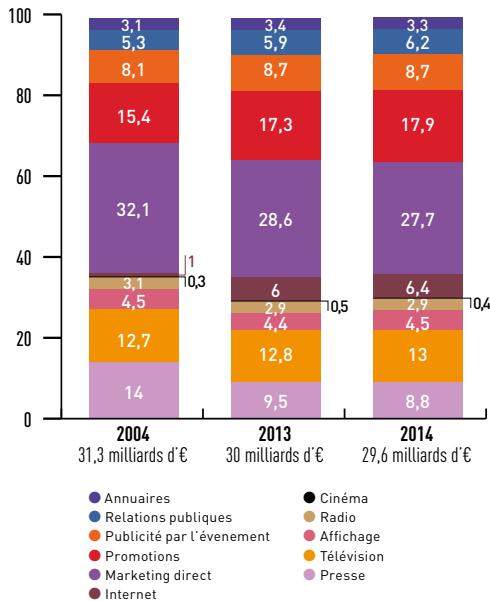
Commerce extérieur des produits de l'édition, de la presse et des autres Industries graphiques\*

IMPORTATIONS **-13%\*\*** \*\*  
EXPORTATIONS **-10%\*\***

\* Chapitre 49 des douanes  
\*\* Estimation

Dépenses publicitaires des annonceurs

Évolution des investissements publicitaires en valeur (en %)



Source France Pub, mise en forme IDEP



Pour plus de données chiffrées sur le secteur, retrouvez le dernier rapport Regards sur les marchés en ligne sur le site : [www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr)

Évolution de la production des différents supports imprimés

Commerce extérieur

Le marché des imprimés publicitaires

**-2%** adressés

**-0,6%** non adressés

importations **145 000** tonnes  
exportations **23 000** tonnes

Le marché des catalogues commerciaux

**-2%**

importations **179 000** tonnes  
exportations **55 000** tonnes

Le marché des périodiques

**-3%**

importations **124 000** tonnes  
exportations **50 000** tonnes

Le marché du livre

**-1%**

importations **174 000** tonnes  
exportations **47 000** tonnes

Le marché des imprimés administratifs et commerciaux

**-2,5%** personnalisés

**-1%** non personnalisés

# - L'IDEP -

## SOUTIEN L'APPRENTISSAGE



*Les Industries graphiques entretiennent depuis longtemps un lien privilégié avec l'apprentissage. Dans ce secteur majoritairement constitué de TPE et de PME, ce mode de transmission des connaissances, des savoir-faire et d'insertion de nouvelles compétences continue à jouer un rôle important en dépit des difficultés rencontrées par les entreprises.*

*Depuis sa création, l'IDEP a donc naturellement multiplié les actions en faveur de l'apprentissage. En 2013, en partenariat avec AGEFOS PME – CGM, l'IDEP a signé une convention triennale de soutien avec les vingt centres de formation et d'apprentissage (CFA) préparant aux diplômes des Industries graphiques. À ce titre, il finance en partie le fonctionnement de ces établissements qui enregistrent une baisse régulière des subventions publiques (-10 points en 2014).*

### Des chargés de mission actifs sur le terrain

L'IDEP assure aussi la promotion de l'apprentissage sur le terrain par l'intermédiaire de ses chargés de mission. Toutes les entreprises ne mesurent pas forcément l'intérêt de ce dispositif de formation par alternance qui leur permet de nouer une relation durable avec un jeune, d'intégrer de nouvelles compétences et de recruter un nouveau collaborateur en toute connaissance de cause. Quand ils visitent les entreprises, les chargés de mission en profitent donc pour revenir sur le fonctionnement de ce dispositif et expliquer quels bénéfices l'entreprise et l'apprenti peuvent en tirer. Une quarantaine de manifestations régionales (salons de l'emploi, portes ouvertes des CFA, etc) leur donne aussi l'opportunité de promouvoir l'apprentissage dans nos secteurs auprès du grand public.

### Accompagner, animer et informer

Aux côtés des CFA de la branche, l'IDEP remplit des missions d'animation, d'accompagnement et d'information. Il anime le réseau des CFA qu'il a constitué. Avec un temps fort, la rencontre annuelle des CFA qui réunit les responsables d'établissement et leur permet de partager leurs expériences. Ce rendez-vous annuel, qui s'inscrit désormais sur deux jours, s'est étoffé et donne lieu à des ateliers thématiques.

L'IDEP accompagne régulièrement les CFA. Dernier exemple en date, l'action menée en partenariat avec l'ANLCI\* et le cabinet Antipodes pour accompagner les apprentis qui peuvent révéler des fragilités durant leurs parcours de formation, et éviter ainsi les ruptures de contrats. L'analyse des pratiques pédagogiques a été partagée, analysée, et a permis la construction d'un plan d'action commun. Ce projet mobilise les équipes d'enseignants des CFA depuis l'année dernière.

### Une plateforme pour les CFA

L'Institut contribue à alimenter la plateforme interactive des CFA, opérationnelle depuis 2013. Hébergée sur le site Web de l'IDEP, celle-ci facilite les échanges d'informations entre établissements et la mutualisation des ressources techniques et pédagogiques. Elle permet aussi aux CFA de faire remonter des informations et d'accéder aux actualités relatives à l'apprentissage grâce à la veille juridique diffusée par l'IDEP qui édite également chaque année le « Panorama national de l'apprentissage », un rapport détaillé sur le fonctionnement de ce dispositif de formation dans les Industries graphiques.



Pour télécharger le Panorama national de l'apprentissage dans les métiers de la Communication et des Industries graphiques, rendez-vous sur le site : [www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr)



« Nous partageons des expériences différentes et nous réfléchissons à des problématiques communes »

# La parole à STÉPHANIE FERIAL

DIRECTRICE DE L'ASSOCIATION  
POUR LA FORMATION DANS LA COMMUNICATION  
ET LES INDUSTRIES GRAPHIQUES (AFI)

## ➤ Que vous apporte le réseau des CFA ?

L'Association pour la formation dans l'imprimerie est un CFA de branche qui a toujours fait partie du réseau. Au départ, celui-ci ne regroupait que quelques établissements.

Il en compte vingt aujourd'hui. Le développement du réseau des CFA nous a permis de mieux nous connaître, de rompre l'isolement et de créer des liens. Nous sommes au service d'une branche dédiée à la Communication. Que les centres de formation ne réussissent pas à communiquer entre eux serait paradoxal, alors que les réseaux sociaux sont omniprésents.

Aujourd'hui, grâce au réseau qu'anime l'IDEP, nous partageons des expériences différentes et nous réfléchissons à des problématiques communes : financement, pédagogie, sécurité dans les ateliers, investissements, etc.

Il nous est aussi plus facile de nouer des partenariats, comme celui qui a été mis en place à l'arrivée du bac pro finition/routage. Les centres de formation concernés se sont rapprochés. Nous avons travaillé ensemble sur les référentiels, le type de matériel à utiliser et les objectifs à atteindre.

## ➤ En quoi la contribution de l'IDEP au réseau vous semble-t-elle importante ?

L'IDEP joue un rôle décisif. Grâce à lui, nous bénéficions d'outils indispensables, comme le « Panorama national de l'apprentissage », le rapport annuel « Regards sur les marchés des Industries graphiques » ou les guides techniques de la filière graphique. L'IDEP assure une veille régulière sur les questions économiques, juridiques et réglementaires, l'évolution des marchés et des effectifs, etc. À nous d'utiliser la diversité de ces ressources pour mieux appréhender les mutations de la branche et adapter la formation des jeunes.

## ➤ Quelles initiatives récentes vous ont-elles paru les plus intéressantes ?

J'en retiendrai deux : l'organisation d'ateliers thématiques à l'occasion de la rencontre annuelle des CFA et la création de la plateforme interactive des CFA.

À Rivesaltes (66), en juillet dernier, la rencontre des CFA a donné lieu à deux

ateliers, l'un consacré à la promotion de l'apprentissage, l'autre à la mutualisation des ressources techniques et pédagogiques. Nous avons pu travailler par groupes et confronter nos points de vue. Il faut reconduire et enrichir ces ateliers et, s'il y a matière, les organiser deux fois par an.

Il faut aussi faire vivre et enrichir la plateforme des CFA qui devrait nous permettre d'échanger davantage d'informations et de mutualiser l'ensemble de nos moyens. Le réseau des CFA comme la plateforme sont basés sur la réciprocité et ils fonctionneront d'autant mieux que chaque centre de formation aura à cœur d'y contribuer.



## GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

# Un diagnostic individuel pour toutes les entreprises

*Optimiser la gestion des ressources humaines pour aider les entreprises à améliorer leur performance, sécuriser les parcours professionnels des salariés via le développement et la validation des compétences, tels sont les objectifs du diagnostic RH (diagnostic ressources humaines) proposé à toutes les entreprises par l'IDEP. En 2013, avec le soutien du ministère du Redressement productif, la branche a lancé un programme d'actions collectives régionales qui s'appuie sur un diagnostic 360° organisé autour de trois volets : stratégie, technologie, innovation. Associé à l'UNIIC\* et au cabinet Mediator, l'IDEP a été chargé de mener à bien le volet « ressources humaines » des diagnostics. Une expérience qui lui permet aujourd'hui de proposer, sur l'ensemble de l'Hexagone, des diagnostics individuels réalisés par les chargés de mission.*



▶ Pour en savoir plus, retrouvez les coordonnées de votre chargé(e) de mission régional(e) sur le site : [www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr), rubrique « contact ».

### ➤ Analyser les pratiques de l'entreprise

Chaque entreprise peut bénéficier gratuitement de ce dispositif, en toute confidentialité. Avant l'entretien, le chef d'entreprise renseigne un questionnaire permettant de dresser un rapide portrait de son activité et de recueillir des données chiffrées.

Puis, en quelques heures, dirigeant et chargé(e) de mission analysent ensemble les pratiques de l'entreprise en matière de gestion des ressources humaines. Un éclairage qui peut être complété par une visite dans l'atelier et un échange avec le salarié. Le ou la chargé(e) de mission formule des préconisations que l'entreprise sera en mesure de mettre en œuvre.

### ➤ Aider les dirigeants à prendre du recul

La plupart des dirigeants rencontrés sont à la tête d'une TPE. Ils cumulent souvent plusieurs fonctions (direction,

gestion financière, démarchage des clients, gestion du personnel, etc) et manquent de temps. Y compris pour réfléchir à leur stratégie et la formaliser. Pour ces chefs d'entreprise, le diagnostic RH peut être l'occasion de faire le point, de définir une stratégie mieux adaptée à l'évolution des marchés, d'intégrer de nouvelles compétences pour la mettre en œuvre mais aussi de se réorganiser pour déléguer un certain nombre de tâches et dégager du temps.

### ➤ Des retours très positifs

À ce jour, plusieurs diagnostics ont été réalisés en Bretagne, Île-de-France, Alsace, Rhône-Alpes, PACA, Poitou-Charentes et Limousin, avec des retours très positifs. Les chefs d'entreprise ont confiance dans les chargés de mission qu'ils connaissent, pour la plupart, depuis longtemps. Ils ne se sentent pas « jugés » mais accompagnés par des professionnels de terrain qui respectent

leurs choix et tiennent compte des spécificités de l'entreprise tout en leur apportant un point de vue extérieur. Dans les mois à venir, l'IDEP souhaite multiplier les diagnostics dans toutes les régions.

« Se réorganiser et intégrer de nouvelles compétences pour s'adapter à l'évolution des marchés »



▶ En savoir plus sur les diagnostics RH ? Une vidéo est disponible sur le site [www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr)

# EIPIT<sup>(1)</sup> : MARIER L'IMPRIMERIE ET L'ÉLECTRONIQUE

## ➤ Renouveler les techniques d'impression

Comment aider les imprimeurs et les transformateurs à conquérir de nouveaux marchés en inventant de nouveaux produits ? La question est plus que jamais d'actualité. Le comportement des consommateurs évolue. L'usage du numérique empiète sur celui de l'imprimé et le monde de l'emballage doit faire face à de nouvelles exigences en matière de communication.

Depuis plusieurs années, le Centre technique du papier, conforté dans son approche par une étude du cabinet Ernst & Young et le soutien de l'UNIIC, a monté des projets de recherche et développé des produits comme Métapapier<sup>(2)</sup> ou Decarte<sup>(3)</sup>. La similitude des process utilisés par les imprimeurs et les industriels de l'électronique les ont conduit à s'interroger sur l'opportunité de remplacer l'encre par des matériaux électroniques sur les machines à imprimer. Et à développer de nouvelles encres, conductrices, résistives, isolantes, réactives à l'atmosphère, etc, ayant les fonctions des matériaux électroniques mais utilisables avec les procédés d'impression conventionnels chez les imprimeurs et les transformateurs. L'électronique imprimée était née.

## Un projet intersectoriel

*Cette action, intersectorielle (Industries graphiques et Inter-secteurs Papiers Cartons) et interrégionale (Nord-Pas de Calais, Champagne-Ardenne, Île-de-France), s'appuie sur le Contrat d'objectif sectoriel signé en 2014 par l'ensemble des partenaires sociaux et AGEFOS PME - CGM qui assure le soutien logistique et les modalités d'accompagnement des entreprises de la branche des Industries graphiques et de l'Inter-secteurs Papiers Cartons. L'IDEP cofinance la partie formation de ce projet EIPIT à hauteur de 40 K€ via le Fond de développement de la branche.*

*L'IDEP et le Centre technique du papier (CTP) soutiennent le projet d'entreprises qui ont décidé de s'investir dans le développement de l'électronique imprimée.*

## ➤ Une thématique par entreprise

Encore fallait-il passer du laboratoire à l'atelier. Mais aujourd'hui, avec EIPIT, la démarche est bien engagée. L'IDEP et le CTP soutiennent en effet le projet d'un groupe de huit entreprises qui ont décidé de s'investir dans cette nouvelle technologie. « Généralement », explique Paul Piette, chercheur au CTP, « les entreprises innovent en achetant de la technologie chez leurs fournisseurs. Avec EIPIT, il s'agit de s'approprier la technologie et de développer des produits en accord avec les besoins des marchés, dans le cadre d'ateliers partagés, chaque entreprise travaillant sur une thématique et ses propres produits ».

Le CTP a formé les salariés des entreprises participantes afin qu'ils puissent maîtriser les différents aspects de ces nouvelles technologies. Dirigeants et opérateurs ont suivi une session de quatre jours associant théorie et pratique. La Direccte (programme ADEC) et le Conseil régional ont co-financé ce dispositif de formation sur mesure à hauteur de 25 K€.

- (1) EIPIT : Électronique imprimée pour les imprimeurs transformateurs.
- (2) Technologie permettant d'imprimer une antenne RFID directement sur les emballages.
- (3) Papier peint composé de motifs imprimés avec une encre conductrice qui filtre les ondes électromagnétiques émises par les réseaux Wi-Fi et GSM.



Trois exemples de produits imprimés en EIPIT.

# IRENEO

## La filière a l'opportunité de créer une place de marché unique, un Web to Book

*Lancé en 2014, IRENEO est un programme de R&D, porté par l'IDEP et l'UNIC, qui se propose de réfléchir aux enjeux et à l'avenir du livre unique imprimé à la demande. IRENEO, dont le modèle se précise de mois en mois, s'appuie sur l'Espresso Book Machine, et a été déployé dans six centres de formation, partenaires de la branche. Le dernier Salon du Livre a été l'occasion de présenter ce programme.*

« *Revitaliser la chaîne du livre et irriguer les territoires* »



Rencontre

# HUBERT PÉDURAND

DIRECTEUR  
DU PROGRAMME IRENEO

### ➤ **Quel bilan tirez-vous de votre participation au dernier Salon du livre ?**

Le public a réservé un accueil enthousiaste au projet IRENEO. La machine, qui n'est jamais tombée une seule fois en panne pendant le Salon, était présentée sur deux stands : celui de l'IDEP et celui des PUF\*. Ils n'ont pas désempé. Et les visiteurs ont été à la fois surpris et admiratifs. Ce projet suscite beaucoup d'intérêt chez les professionnels du livre et a éveillé la curiosité des personnalités politiques

qui ont visité le Salon. Enfin, la presse en a fait largement l'écho.

Le partenariat que nous avons noué avec les PUF, à cette occasion, nous a permis de présenter quelques-unes des nombreuses possibilités qu'offre IRENEO : accompagner les éditeurs de sciences humaines et sociales, souvent confrontés à une problématique de gestion des stocks ; imprimer les livres rares ou épuisés ; aider les libraires indépendants à revendiquer leur singularité à travers une offre de titres large et diversifiée.

### ➤ **Avec la loi relative à l'exploitation numérique des livres indisponibles du XX<sup>ème</sup> siècle, le législateur vous avait ouvert la voie ?**

Oui, d'autant plus que le Conseil constitutionnel, qui a été saisi à cette occasion, a entériné la notion de « défaut d'exploitation d'une œuvre ». En résumé, l'éditeur peut être pris « en flagrant délit » de non commercialisation d'un livre alors qu'il est censé l'exploiter en permanence.





Les Sages ont assuré un véritable point d'ancrage à IRENEO qui garantit l'exploitation permanente et suivie de l'œuvre imprimée. Avec IRENEO, les éditeurs pourraient justifier de la disponibilité constante d'un titre, tout en s'affranchissant des coûts liés aux stocks.

### ➤ **IRENEO peut-il offrir une alternative à Amazon ?**

Avec l'arrivée d'Internet et dans son sillage, celle d'intermédiaires, dont, au premier chef, Amazon, la création de valeur s'est déplacée. Et tous les acteurs de la filière, éditeurs, imprimeurs, libraires, etc, sont menacés.

Amazon doit son succès à la taille de son catalogue, à sa réactivité et à des prix défiant toute concurrence. Mais ce qui est livré en 48h, IRENEO peut l'imprimer en moins de cinq minutes, au plus près des lecteurs. Grâce à ce programme, la filière a l'opportunité de créer une place de marché unique, un Web to Book, avec une seule porte d'entrée et des centaines de milliers de références. C'est une question de volonté.

### ➤ **Où en est IRENEO aujourd'hui ?**

Le programme reste fidèle à ses objectifs : imaginer un « neolivres » qui relie la culture du papier à celle du numérique ; lever les obstacles à la diffusion des livres (indisponibilité, délais de livraison, coûts de transport et de stockage) ; revitaliser la chaîne du livre ; irriguer les territoires ; rendre la culture accessible à tous, etc.

Six machines sont désormais implantées en France dans six centres de

formation, à Paris, à l'École Estienne qui a accueilli le premier Fablab IRENEO, à Lille, Illkirch-Graffenstaden, Lyon, L'Isle d'Espagnac et Tours. Ces centres constituent un véritable cluster d'unités expérimentales où étudiants, professeurs, imprimeurs et professionnels du livre travaillent et réfléchissent ensemble à travers des ateliers thématiques.

### ➤ **Quels sont vos projets pour les mois à venir ?**

À la fin de l'année, trois libraires, parrainés chacun par un imprimeur, seront équipés d'une application IRENEO. Pour les fêtes de fin d'année, ils imprimeront en public les livres que les clients auront choisis dans un catalogue de références.

Nous étudions la possibilité d'exploiter les brevets de la machine pour la produire en France. Enfin, pourquoi ne pas créer un groupement d'intérêt économique pour porter IRENEO et investir dans de nouveaux appareils ?

### ➤ **Il est beaucoup question des libraires. Qu'en est-il des imprimeurs ?**

IRENEO s'adresse d'abord aux imprimeurs, dans les territoires. Même si la machine peut être installée chez les libraires, les imprimeurs restent au service des éditeurs pour alimenter les librairies et ont un rôle déterminant à jouer dans la revitalisation de la chaîne du livre. Ce programme est une prolongation de leur métier, le dernier maillon où ils peuvent faire valoir leur savoir-faire.

Nous voulons les aider à conquérir les marchés de la longue traîne, en complément de leurs marchés captifs.

Sur le marché du livre, 80 % du chiffre d'affaires est assuré par 20 % des titres. Il s'agit donc bien de repositionner les imprimeurs sur les 80 % de références restantes et de générer une rentabilité avec des titres qui ne tiennent pas le haut du catalogue.



### **Le programme IRENEO au Salon du livre**

En installant une Espresso Book Machine (EBM) sur son stand au dernier Salon du livre, le directeur général des PUF (Presses Universitaires de France), Frédéric Mériot, ne s'attendait pas à susciter un tel engouement. Le président de la République, François Hollande, est ainsi resté dix bonnes minutes devant la machine, suivi deux jours plus tard, par le premier ministre, Manuel Valls, tout aussi séduit par les possibilités de cette machine aux parois transparentes.

Quatre cent cinquante titres, de 40 à 800 pages, choisis dans la célèbre collection des « Que sais-je » étaient ainsi disponibles au format poche. Cent-cinquante ont été imprimés, avec une page de garde personnalisée, pour le plus grand plaisir du public, ravi de voir sortir, en quelques minutes, des ouvrages d'une si grande qualité.

# DES OUTILS POUR S'ÉVALUER ET SE FORMER À DISTANCE

*Confrontées à des mutations sans précédent depuis plusieurs années, les entreprises doivent s'appuyer sur des compétences et des savoir-faire adaptés. Aussi, l'IDEP a-t-il développé en partenariat avec AGEFOS PME – CGM, e-Cographic et IG PRO FORMATION, deux outils faciles à utiliser pour s'auto-évaluer ou se former en ligne.*



En savoir plus ?  
Rendez-vous sur le site :  
[www.agefospme-cgm.fr](http://www.agefospme-cgm.fr)



## Une plateforme pour tester ses connaissances

Près de deux ans après le lancement d'**e-Cographic**, plus de 300 utilisateurs ont eu recours à cette plateforme interactive pour réaliser plus de 2 000 évaluations. Développé par la branche, **e-Cographic** est un outil d'évaluation des connaissances et des savoir-faire dans les métiers de la communication graphique. Il s'adresse aux salariés, aux demandeurs d'emploi, aux entreprises et aux centres de formation partenaires de la branche.

Régulièrement mis à jour pour tenir compte des évolutions techniques, juridiques ou réglementaires, **e-Cographic** propose à chaque utilisateur de tester, seul, ses compétences dans six domaines professionnels (technologies, prépresse, impression, façonnage, relation client et transversaux) ou d'évaluer ses connaissances avec un responsable en entreprise ou un organisme de formation habilité.

Le résultat de ces évaluations permet de construire un parcours de formation adapté notamment pour viser l'obtention d'un des Certificats de qualification professionnelle (CQP) de la branche. **e-Cographic** est accessible gratuitement sur les sites : [www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr) et [www.agefospme-cgm.fr](http://www.agefospme-cgm.fr).



## Des parcours de formation personnalisés

**IG PRO FORMATION** regroupe l'ensemble des modules de formation à distance développés par la branche pour aider les entreprises qui souhaitent s'affirmer dans une démarche de qualification (fichiers, colorimétrie, modes opératoires, etc) à former leurs salariés. Chacun peut ainsi suivre, à son rythme, un parcours de formation personnalisé tout en bénéficiant de l'accompagnement d'un tuteur à distance.

Les modules proposés sont accessibles sur le lieu de travail, dans un centre de formation ou à domicile. Grâce à la FOAD, la distance entre les entreprises et les centres de formation, les impératifs de production et les contraintes de la vie privée ne sont plus un obstacle au départ en formation.

Avec **IG PRO FORMATION**, cinq thématiques organisées en modules de huit ou seize heures, équivalent présentiel, sont proposées aux entreprises : principes de normalisation de la couleur, gestion de la couleur dans les Industries graphiques, PDF pour le print, les fondamentaux, impression selon la norme ISO 12647-2. Chaque parcours peut combiner formation à distance et présentielle et associe cours théoriques, exercices et évaluation des connaissances.

À ce jour, une centaine de salariés ont déjà suivi un ou plusieurs modules. Un premier bilan a confirmé les atouts de ce dispositif qui fait l'objet d'un financement avantageux au titre des priorités de la branche. Des évolutions sont en cours pour parfaire les parcours pédagogiques avant le déploiement complet de cette offre de formation.



# LES RENDEZ-VOUS DE L'IDEP

ÉCHANGEZ AVEC LES EXPERTS DE VOTRE FILIÈRE

En savoir plus sur  
les Rendez-vous de l'IDEP ?  
Une vidéo est disponible  
sur le site : [www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr)



Depuis juin 2014, les chargés de mission organisent dans toute la France des conférences thématiques animées par des experts. Plus d'une centaine d'entreprises, soit 400 personnes, y ont assisté. Gratuits et participatifs, ces ateliers sont aussi l'occasion de faire le point sur les chiffres clés du secteur et d'échanger autour d'un apéritif convivial. Quatre premiers thèmes ont été retenus pour sensibiliser les dirigeants : Analyse stratégique, Web-to-print, Impression 3D et Marketing opérationnel. De nouveaux thèmes sont en cours d'élaboration pour les prochaines semaines, notamment « Écoconstruction d'un site d'impression ».



## LIONEL CHAGAS,

Enseignant-chercheur  
Responsable de l'option  
ingénierie de la communication  
imprimée du diplôme  
d'ingénieur de Grenoble  
INP-Pagora  
Partenaire de l'IDEP pour  
ses rendez-vous



### Pourquoi avez-vous choisi d'intervenir dans le Web-to-print ?

Dès mes débuts d'enseignant-chercheur à Grenoble INP-Pagora, j'ai constaté que les imprimeurs manquaient de compétences informatiques. Pour répondre à leurs besoins, nous avons créé une licence professionnelle\* qui, au départ, était très orientée vers les flux numériques et l'automatisation du prépresse. Puis nous y avons intégré le Web-to-print.

En discutant avec les apprentis qui préparaient ce diplôme, je me suis rendu compte que les imprimeurs ne savaient pas comment s'approprier cette nouvelle technologie. Ils en voyaient l'intérêt mais restaient très frileux. Aujourd'hui, un certain nombre d'entreprises ont franchi le pas, le plus souvent en recrutant un jeune diplômé spécialiste du numérique mais les TPE manquent de recul et de temps pour construire leur Web-to-print et se sentent désarmées.



### Quels thèmes abordez-vous lors de vos conférences ?

J'explique en quoi consiste cette technologie et je donne des informations sur le nombre de solutions installées et le chiffre d'affaires généré. Je montre quels avantages une entreprise peut tirer du Web-to-print en termes d'organisation et de développement commercial.

Je fais aussi un tour d'horizon des principales solutions techniques disponibles et j'indique les compétences requises pour démarrer un projet. Je présente quelques exemples de Web-to-print qui fonctionnent bien. Enfin, je donne la parole au public.

« Aider les entreprises  
à s'approprier une technologie  
incontournable »

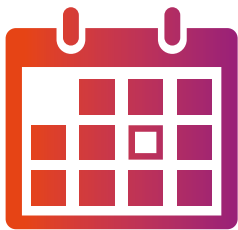


### Quel bilan tirez-vous des Rendez-vous de l'IDEP que vous avez animés ?

Les entreprises du secteur ont bien conscience que le Web-to-print est désormais incontournable. Plus d'une centaine ont participé à ces rendez-vous. Elles m'ont semblé très intéressées. Et elles ont compris qu'utiliser un Web-to-print supposait de redéfinir sa stratégie et de revoir sa démarche commerciale. Je regrette seulement que les industriels n'aient pas été suffisamment nombreux. Sans doute disposent-ils déjà des ressources nécessaires.

Ces Rendez-vous ont aussi donné lieu à une initiative intéressante. À Limoges, au lycée Maryse Bastié, j'ai formé trois chefs d'entreprise à la mise en place d'un Web-to-print. Pendant deux jours, nous avons travaillé sur la procédure à suivre, analysé les opportunités et les risques, identifié les produits à mettre en valeur, défini un cahier des charges et bien sûr regardé les Web-to-print de leurs concurrents.

\* Flux numériques, édition et production d'imprimés



# LES RENDEZ-VOUS DE L'IDEP

ÉCHANGEZ AVEC LES EXPERTS DE VOTRE FILIÈRE

L'IDEP, Institut de développement et d'expertise du plurimédia, organise une série de conférences avec des experts de la filière graphique.

DES  
CONFÉRENCES  
GRATUITES  
EN RÉGION

DES THÉMATIQUES  
CIBLÉES

(Impression 3D,  
Web-to-Print,  
Marketing  
opérationnel...)

DES RENCONTRES  
AVEC DES EXPERTS  
RECONNUS

DES TEMPS  
D'ÉCHANGES  
CONSTRUCTIFS  
ET CONVIVIAUX

## Une démarche qui vise à :

- ▶ vous informer des dernières tendances du marché
- ▶ enrichir vos connaissances et vos compétences
- ▶ échanger sur les enjeux stratégiques du secteur

Plus d'informations sur [www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr)

POUR TOUTE INFORMATION :

**Service Communication :** Stéphanie Robert,  
IDEP, 55 rue ampère - 75017 PARIS  
Tél. : 01 44 01 89 89 - Fax : 01 44 01 89 73  
**L'Ideoscope est une publication de l'IDEP**  
Parution : décembre 2015  
Diffusion : 7000 exemplaires

**Directeur de la publication :**  
Bernard Trichot  
**Rédactrice en chef :**  
Stéphanie Robert  
**Rédactrice :**  
Dominique François  
**Crédits Photos :** IDEP  
**Conception :** Sennse • 11007



55 rue Ampère  
75017 PARIS  
**T** 01 43 18 14 50  
**F** 01 44 01 89 73  
[www.com-idep.fr](http://www.com-idep.fr)