

# MAISON DES INDUSTRIES DES PAPIERS ET CARTONS

## DOSSIER DE PRESSE



Bilan et perspectives  
du secteur papiers cartons

Mardi 1<sup>er</sup> Avril 2014  
Fondation Dosne-Thiers  
27 place Saint-Georges  
75009 Paris



## DEROULEMENT DE LA CONFERENCE

### **INTRODUCTION**

Monsieur Marc SANCHEZ, Président de la MIP

### **BILAN ET PERSPECTIVES DE LA FILIERE GRAPHIQUE**

Monsieur Jean-Marc LOUVET, Vice-président de COPACEL

Monsieur Thierry MASSIN, Président de l'AFDPE

Monsieur Pascal BOVERO, Délégué général de l'UNIC

### **BILAN ET PERSPECTIVES DE LA FILIERE EMBALLAGE**

Monsieur Jean-Marie PAULTES, Vice-Président de COF

Monsieur Yves HERBAUT, Président de COPACEL

### **BILAN ET PERSPECTIVES DE LA FILIERE HYGIENE**

Madame Valérie POUILLAT, Déléguée générale de GROUP'HYGIENE

### **DIALOGUE SOCIAL 2013**

Monsieur Arnaud COUVREUR, Délégué général de l'UNIDIS

### **ESQUISSE DU FUTUR : DEFIS ET OPPORTUNITES (CENTRE TECHNIQUE DU PAPIER)**

Monsieur Gilles LENON, Directeur du CTP

### **CONCLUSION**

Monsieur Marc SANCHEZ, Président de la MIP

### **QUESTIONS DE LA PRESSE**



## LISTE DES PARTICIPANTS

### Les représentants de la presse

Mme	Françoise	ALBASINI	EMBALLAGE DIGEST
Mme	Sylvia	BARON	DECHETCOM.COM
Mme	Sarah	BENAYOUN	LA CORRESPONDANCE DE LA PRESSE
M.	Simon	BOEHM	AGENCE FRANCE PRESSE
Mme	Martine	CHARTIER	RECYCLAGE RECUPERATION
Mme	Martine	DELEFOSSE	LA REVUE DU PAPIER CARTON
M.	Tanguy	DEMANGE	LA CORRESPONDANCE DE LA PRESSE
Mme	Catherine	DUCRUET	LES ECHOS
M.	Alain	FAUJAS	LE MONDE
Mme	Patricia	FORTIN	PAP'ARGUS
M.	Bernd	HECHT	EUWID
Mme	Annelot	HUIJGEN	LE FIGARO
Mme	Bakhta	JOMMI	FRANCE GRAPHIQUE
M.	Olivier	KETELS	LA REVUE DU PAPIER CARTON
Mme	Chantal	LE ROUX	CEM
Mme	Valérie	LECHIFFRE	ENP - REVUE LA PAPETERIE
M.	Yannick	LEGOFF	LSA
M.	Frédéric	LEROI	LA REVUE DU PAPIER CARTON
Mme	Sarah	MAZOUZ	LA REVUE DU PAPIER CARTON
Mme	Danielle	NOCHER	VALEURS VERTES
M.	Didier	RAGU	L'USINE NOUVELLE
M.	Henri	SAPORTA	EMBALLAGES MAGAZINE
Mme	Katrin	TLUCZYKONT	VOSGES MATIN
M.	Patrick	VIE	L'EVENEMENT

### Les représentants des Ministères

M.	Didier	BASSET	DGCIS
M.	Marc	ROHFRITSCH	DGCIS

## Les représentants des établissements financiers

M.	François	DONNEDIEU DE VABRES	BNP PARIBAS
Mme	Pascale	MEGARDON-AUZEPY	CREDIT AGRICOLE SA
M.	Guillaume	MERCUZOT	SOCIETE GENERALE

## Les représentants des partenaires sociaux

M.	Albéric	DEPLANQUE	FO
M.	Alain	DUMANOIR	CFTC

## Les représentants du secteur papiers cartons

Mme	Virginie	BATAIS	ATIP
Mme	Véronique	BOUDARD	FFCP
M.	Pascal	BOVERO	UNIC
M.	Christophe	BRISSET	OPCA 3+
M.	Stéphane	BRANGIER	GROUP'HYGIENE
M.	Guy	BROCHARD	PALLINEAU EMBALLAGE
M.	Afonso	CHABY	INAPA
M.	Hadrien	COTTIN	AFDPE
M.	Arnaud	COUVREUR	UNIDIS
M.	Pierre	DE TALANCE	TORRASPAPPEL MALMENAYDE
Mme	Kareen	DESBOUIS	CARTON ONDULE DE FRANCE
Mme	Deborah	DOROSZ	ANTALIS
M.	Jean-Paul	FRANIATTE	PRINTPOWER FRANCE
M.	Gilles	GAUTHIER	UNIC
M.	Daniel	GOMEZ	ATIP
M.	Jean	GRASSI	OBSERVATOIRE IPC
Mme	Stéphanie	GUERTIN	UNIDIS
M.	Yves	HERBAUT	EMIN LEYDIER
M.	Patrick	JOLY	SIN
Mme	Evelyne	JULIEN	ENCELPA
Mme	Catherine	KERNINON	EUROSAC
M.	Paul-Antoine	LACOUR	COPACEL
M.	Philippe	LEGUISAI	UNFEA
M.	Didier	LEJEUNE	UNIDIS STRATEGIE & AVENIR
M.	Gilles	LENON	CTP
M.	Hugues	LEYDIER	EMIN LEYDIER
M.	Jean-Marc	LOUVET	UPM FRANCE

M.	Noël	MANGIN	REVIPAC
Mme	Isabelle	MARGAIN	AFIFOR
M.	Thierry	MASSIN	INAPA
Mme	Martine	MENNESSIER	CARTON ONDULE DE FRANCE
M.	Hervé	MOLIN	UNIC
M.	Jean-Marie	NUSSE	CLAIREFONTAINE
Mme	Bénédicte	OUDART	COPACEL
M.	Jean-Marie	PAULTES	ROSSMANN
M.	Christophe	PERROT	UNFEA
Mme	Sandrine	PONCET PAPPINI	CTP
Mme	Valérie	POUILLAT	GROUP'HYGIENE
Mme	Anaïs	ROBERT	COPACEL
M.	Marc	SANCHEZ	SCA HYGIENE PRODUCTS
M.	Jean-Paul	SANDRAZ	
M.	Laurent	SELLIER	SMURFIT KAPPA CELLULOSE DU PIN
M.	Stéphane	THIOLLIER	CAREO
M.	Bernard	TRICHOT	AGEFOS PME
Mme	Véronique	VAST	GROUP'HYGIENE
Mme	Julia	VILAIN-BAEZA	UNIDIS
M.	François	VESSIERE	

### Autres organismes professionnels et entreprises

M.	Eric	BRAC DE LA PERRIERE	ECO EMBALLAGES
M.	Luc	CHARMASSON	FCBA / FBIE
M.	François	DAUPEYROUX	GFI
M.	Jacques	DE ROTALIER	CULTURE PAPIER
Mme	Ana	DURQUETY	FEDEREC
M.	Pascal	GENNEVIEVE	FEDEREC
M.	Jérôme	GRASSIN	CTP
Mme	Eve	GUIBERT BOUTRON	EULER HERMES
M.	Sébastien	GUIMIER	MEDEF
M.	Horacio	HORMAZABAL	AFNOR
Mme	Dominique	PIN	LES PAPIERS DE PRESSE
Mme	Estelle	REVEILLARD	FEDEREC
M.	Jean-François	ROBERT	ECOFOLIO
M.	Bernard	ROTHE	FEDEREC
M.	Patrick	THUOT	DOT EVENTS
M.	Fabrice	VAN KOTE	ECOFOLIO





# BILAN DE LA PRODUCTION

# PÂTES, PAPIERS, CARTONS



## UNE CONSOMMATION EN REPLI, VARIABLE SELON LES TYPES DE PRODUITS

La zone Euro a subi une nouvelle baisse du PIB en 2013 (-0,4%). Même si la situation est moins dégradée qu'en 2012 (-0,6%), elle reste la seule zone du monde à régresser.

En moyenne annuelle, le taux de croissance du PIB en France devrait être de +0,3% en 2013, après une stagnation en 2012. La consommation des ménages continue à soutenir l'économie et s'accroît en 2013 (+0,4% après -0,4% en 2012) notamment grâce à l'accélération de la consommation des produits alimentaires, d'automobiles et de biens d'équipement. Dans le même temps, l'investissement, malgré un rebond au 4<sup>ème</sup> trimestre, recule en moyenne sur l'année (-2,1%).

Cette légère amélioration du contexte économique s'est traduite par un repli moins marqué que prévu de la consommation apparente de papiers et cartons, qui s'est élevée en France à 8,9 millions de tonnes sur l'année (-3,1%). Cette baisse intervient après un recul de la consommation des papiers et cartons de 5% en 2012.

Les différentes sortes de papiers et cartons sont affectées à des degrés divers par cette baisse de la consommation.

**Pour les papiers à usages graphiques, la consommation apparente recule de 5,5% par rapport à 2012.** Au sein de cet ensemble, la consommation apparente de papiers de presse se contracte plus fortement (-7%) que celle des papiers d'impression-écriture (-4,9%). L'érosion de la consommation des papiers à usages graphiques n'est pas une spécificité française, la demande de cette famille de produits étant en déclin dans tous les pays développés. En France, ce recul est dû pour partie à la faiblesse de l'activité économique mais également à la montée en puissance des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

**Quant aux papiers et cartons d'emballages, la consommation apparente diminue de manière beaucoup moins marquée (-1,1%).** Parmi ce segment de produits, les papiers d'emballage souple enregistrent la plus forte baisse (-5,7%), tandis que la consommation des papiers pour ondulé et du carton plat ne subit qu'un faible recul (-0,8% et -0,5%).

**En ce qui concerne le secteur hygiène, la consommation apparente est en croissance sensible (+1,8%).**

## UNE PRODUCTION QUASIMENT STABLE

**Avec un peu plus de 8 Mt, le volume de papiers et cartons produits en 2013 enregistre une faible baisse de 0,7% par rapport à 2012, année au cours de laquelle la production avait déjà chuté de 5,2%.**

Au-delà de ce constat général, des situations contrastées peuvent être notées selon les sortes de papiers et cartons. **Les papiers à usages graphiques sont les seuls dont la production s'est contractée en 2013, avec un recul de 6,1%.** Ces sortes de papiers sont celles qui ont été les plus affectées par les fermetures de sites. Parmi ces produits, le recul de la production des papiers de presse (-13,2%) est plus marqué que celui des papiers d'impression-écriture (-0,7%) dont la production a été soutenue par le redémarrage d'un nouveau site.

Soutenue par une bonne utilisation de l'outil de production et par le redémarrage de trois nouvelles usines, **la production des papiers et cartons d'emballage affiche une forte croissance en 2013 (+3,1%).** Au sein de cet ensemble, seuls les papiers d'emballage souple subissent une érosion de leur production (-4,4%) tandis que les papiers pour ondulé (+3,4%) et le carton plat (+4,1%) portent la croissance du secteur.

**La production de papiers d'hygiène s'inscrit sur la même tendance haussière avec une augmentation du volume de +1,3% par rapport à 2012.**

Une comparaison européenne montre que le recul de la production française de papiers et cartons (-0,7%) est inférieur à la moyenne européenne, qui s'établit à -1,2%. Le faible repli de la production en France est comparable à celui enregistré par certains de ses voisins comme l'Allemagne (-0,7%), l'Italie (-0,6%) ou l'Espagne (-0,5%).

**La consommation des papiers et cartons récupérés s'établit à plus de 5 Mt en 2013, ce qui correspond à une hausse de +2,2% par rapport à l'année précédente.**

**En ce qui concerne la pâte à papier,** le volume produit a diminué en 2013 (-6,4%) et avoisine les 1,7 Mt. Cette situation résulte de la fermeture d'un site de production ainsi que du ralentissement de la production de certaines entreprises.

## LEGERE AMELIORATION DE LA BALANCE COMMERCIALE

**En 2013, dans un contexte de réduction de la consommation, les importations ont marqué le pas (-5,6% après -5,3% en 2012) pour atteindre 5,3 Mt.** La structure des importations ne connaît pas de changement significatif. La part des importations françaises de papiers et cartons en provenance des membres de l'UE s'établit à 93,8%.

Elle est comparable à celle des années antérieures. Le poids relatif des différents pays européens exportant vers la France n'a pas subi de modification importante puisque **les trois principaux partenaires en 2013** restent l'Allemagne (22,3%), l'Italie (11,4%) et l'Espagne (10,8%).

**Les exportations françaises de papiers et cartons enregistrent une baisse de 1,9% par rapport à 2012**, année au cours de laquelle elles avaient décliné de 5,7%. Ce moindre recul est dû au renforcement de la demande européenne, dans un environnement économique plus favorable. Dans ce contexte, la part de l'UE dans le total des exportations françaises se renforce en 2013, atteignant 82,3%. L'Allemagne reste le principal partenaire (25,8%), suivie par l'Espagne (13,4%), l'Italie (11%) et le Royaume Uni (10,1%).

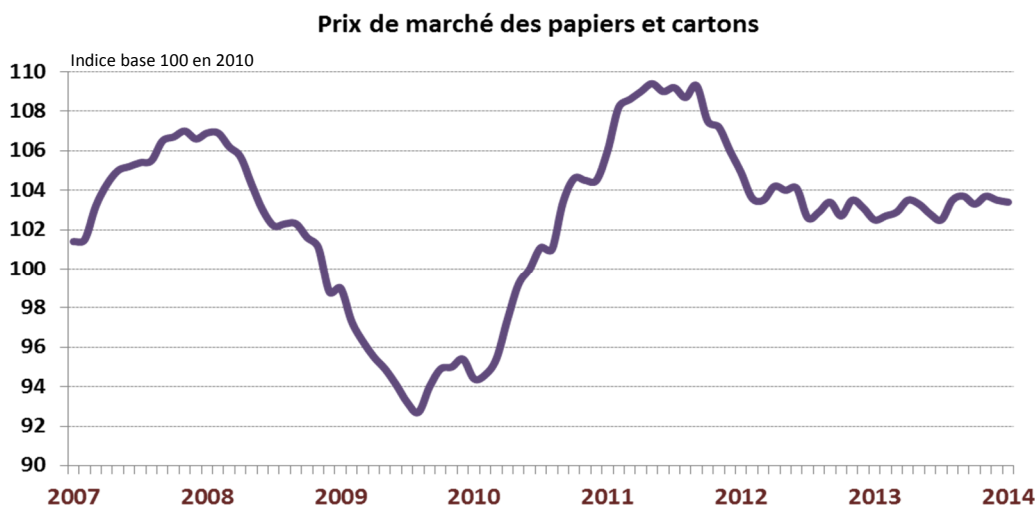
**En 2013, la balance commerciale française reste déficitaire, avoisinant 0,9 Mt.**

Toutefois, elle s'améliore nettement, puisque le déficit diminue de 20,7% par rapport à 2012.

## STABILITE DE L'INDICE MOYEN DES PRIX DES PAPIERS ET CARTONS

L'indice des prix de marché des papiers et cartons, déterminé par l'INSEE (indice base 100 en 2010), avait atteint un point haut en septembre 2011 à 109,3, puis il s'était ensuite érodé, passant à 103,6 en février 2012. Depuis lors, l'indice de prix s'est stabilisé pour atteindre 103,4 en janvier 2014.

**La moyenne de l'indice de prix en 2013 est ainsi très légèrement inférieure celle de 2012 (-0,4%).** Cet indice marque des situations contrastées selon les sortes.



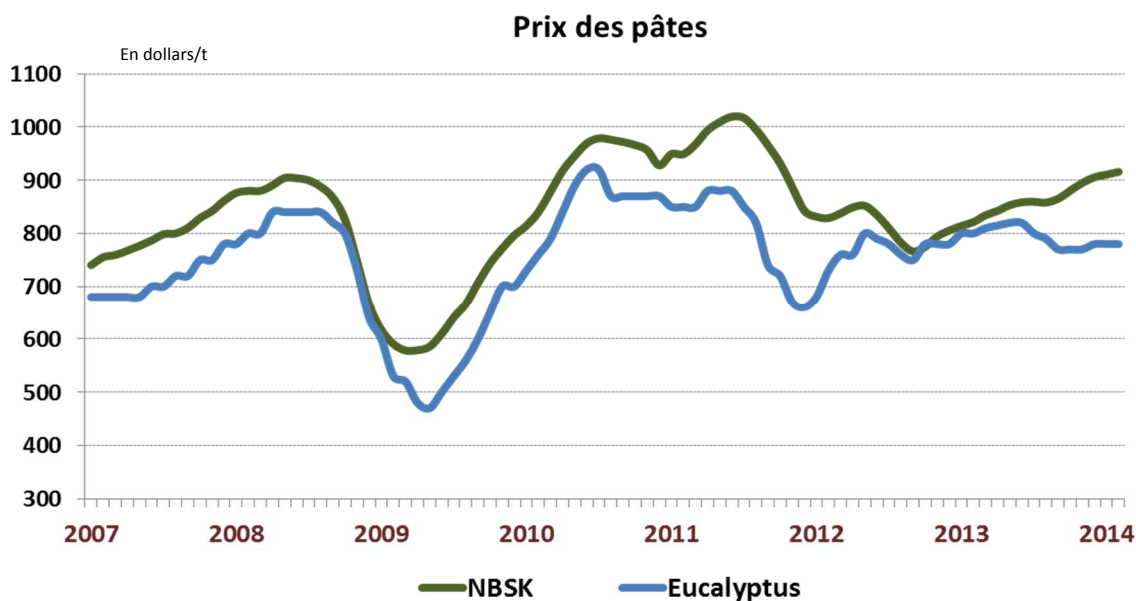
Source : INSEE

## EVOLUTION CONTRASTÉE DES COÛTS DES MATIÈRES PREMIÈRES

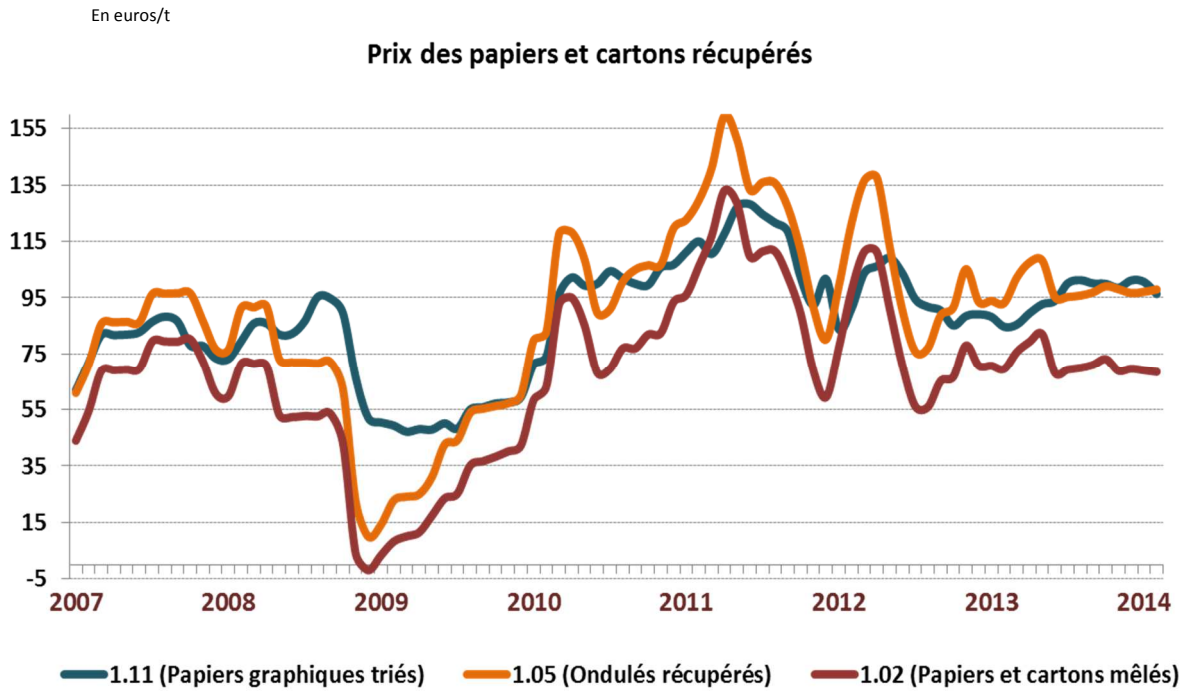
Le prix de la pâte de référence (NBSK) exprimé en USD a évolué en deux temps. Après une hausse enregistrée au premier semestre 2013 atteignant un cours de 860 USD/tonne en juin, le cours de la pâte NBSK s'est stabilisé durant l'été pour repartir à la hausse en septembre. Il atteignait 916 USD/tonne en février 2014.

**Le cours de la pâte de fibres longues, dans la mesure où il est déterminé par la confrontation d'une offre et d'une demande mondiale, reste au total assez ferme sur l'année, en raison de la demande toujours soutenue des pays asiatiques, de la Chine en particulier.** Les variations de parité Euro/Dollar modifient bien évidemment le prix de la pâte achetée et vendue par les entreprises françaises.

Les cours de la pâte de fibres courtes se sont en revanche érodés en raison de la mise en production de nouvelles lignes, principalement en Amérique Latine.



**Sur le marché des papiers et cartons récupérés (PCR), les prix sont restés relativement stables durant l'année, avec un léger rebond avant l'été.** Pour l'année 2013, par rapport à 2012, la moyenne des prix est, selon les sortes de PCR, stable ou légèrement inférieure à celle de 2012.



Source : COPACEL





# BILAN ET PERSPECTIVES DE LA FILIERE GRAPHIQUE



## EVOLUTION DE L'ACTIVITE DES FABRICANTS DE PAPIERS GRAPHIQUES

### Papiers de presse

La consommation apparente de papiers de presse (papier journal et magazine) a reculé de 7,0% en 2013, pour s'établir à 1,01 million de tonnes. La consommation apparente de papier journal, bien que toujours impactée par les difficultés de la presse éditoriale et le développement de la presse en ligne, a légèrement progressé (+0,6%) par rapport à 2012, année qui avait connu une forte chute de la consommation (-16,4%).

Néanmoins certains segments se maintiennent, comme la presse quotidienne régionale ou encore la publicité réalisée par la grande distribution, qui utilise des papiers analogues aux papiers de presse.

La concurrence avec les nouvelles technologies, n'explique pas, seule, la baisse de la consommation. D'autres causes, comme la réduction du nombre de lecteurs (quel que soit le support) sont également à rechercher.

Comme conséquence de la baisse de la consommation, la production de papiers de presse s'est repliée de 13,2% en 2013, pour atteindre 1,2 million de tonnes.

Les importations de papiers de presse n'ont reculé que très légèrement en 2013 (-0,8%). Leur structure n'a pas connu de changement significatif. La majorité des importations françaises de papiers de presse est provenue, comme dans le passé, des membres de l'UE (89%) et les deux principaux partenaires sont restés l'Italie et l'Allemagne.

La réduction de l'offre française de papiers de presse a affecté les exportations, qui baissent en 2013 de 9,9%. La part de l'UE dans le total des exportations françaises s'est renforcée en 2013, atteignant 72%. L'Allemagne est restée le principal partenaire (27%) suivie par l'Italie (16%) et l'Espagne (8%).

En Europe, pour les mêmes raisons qu'en France, la demande en papiers de presse a poursuivi son recul en 2013 (-5,2%) pour s'établir à 11,2 millions de tonnes.

L'année 2013 a été marquée par une évolution contrastée des prix des papiers de presse. Ainsi, les prix des magazines sont restés stables durant 2013 mais ont entamé un recul en fin d'année, tandis que les prix des journaux, repartis à la hausse pendant l'été, se sont maintenus sur cette tendance, tant en France qu'en Europe.

## Papiers d'Impression Ecriture

En 2013, la consommation française de **papiers couchés** a fortement diminué (-11,9%). Après une stabilisation, la production des papiers couchés en 2012 a fortement reculé en 2013 (-7,6%) en raison notamment de la fermeture d'un site de production.

La faiblesse du marché français a conduit les producteurs étrangers à diminuer leurs livraisons en France. Ainsi, les importations de papiers couchés en 2013 sont inférieures à celles de l'année précédente (-10,1%). Le volume exporté de papiers couchés est également en recul par rapport à son niveau de 2012 (-4,0%).

En 2013, la consommation apparente des **papiers non couchés** ne recule que très légèrement (-0,4%) après un fort ralentissement en 2012.

Le segment des papiers en ramette a été marqué par le redémarrage d'un site de production en 2013, ce qui a contribué à une hausse de la production de +7,3%.

Sur l'année 2013, les importations sont toujours en baisse, mais moins marquée que celle enregistrée en 2012 pour les papiers non couchés. En parallèle, après un fort retrait en 2012, les exportations françaises de papiers non couchés sont en hausse en 2013 (+3%).

La demande de papiers graphiques en Europe a enregistré une nouvelle baisse en 2013 (-5,0%) et les papiers d'impression-écriture n'ont pas fait exception (-4,8%). Le seul segment où la demande européenne a augmenté en 2013 est celui des papiers non couchés avec bois (+4%).

Afin de maintenir l'équilibre du marché, l'offre européenne a dû s'adapter à cette demande en déclin et la production de papiers d'impression-écriture a reculé en 2013 de 4,8% pour atteindre 29,9 millions de tonnes.

Dans ce contexte, les prix des papiers d'impression-écriture, stables sur la 1<sup>ère</sup> partie de l'année 2013, ont connu un glissement en début d'été.

## L'ACTIVITE DES DISTRIBUTEURS

### La distribution, de quoi parle-t-on ?

La commercialisation des papiers s'effectue soit par le canal d'un organisme de distribution intégré financièrement à un ou plusieurs producteurs, soit, ce qui est de plus en plus courant, par des acteurs autonomes.

Les distributeurs constituent ainsi le trait d'union entre plusieurs dizaines de fabricants et 570 000 clients sur tout le territoire français : imprimeurs, collectivités locales, éditeurs, agences de publicité, sociétés de vente par correspondance, entreprises, annonceurs, etc. Les livraisons sont réalisables en 24 heures, par quantités allant de quelques kilos à plusieurs tonnes. Le poids moyen des commandes est évalué à 500 kilos.

Parmi les rôles des distributeurs, la sélection et le conseil sur une vaste gamme de produits proposés par les différents fabricants, axé aujourd'hui sur la recherche des innovations et l'adhésion aux critères environnementaux (certifications à l'appui). Les entreprises de distribution recherchent des commandes, les groupent, les transmettent aux usines, apportant à ces dernières une possibilité de spécialisation et de rationalisation.

La distribution tient ainsi dans les principales zones consommatrices des tonnages prêts à être expédiés concernant jusqu'à 3000 références, représentant un à trois mois de vente. D'où une flexibilité logistique primordiale, pour une superficie totale d'entreposage des établissements (hors distributeurs d'emballage et fournisseurs) estimée à près de 200 000 m<sup>2</sup> et une capacité de stockage de 120 000 tonnes.

Il existe en France de l'ordre d'une dizaine de distributeurs de dimension nationale, allant de la PME de taille raisonnable aux groupes européens, auxquels s'ajoutent plusieurs distributeurs régionaux. Les distributeurs d'emballage, dont l'activité progresse, fournissent pour leur part des références diversifiées de papiers d'emballage, de sacs papier, calages et protection en papier-carton, tous types de cartonnages, etc.

### Une conjoncture à l'image du secteur

Sans surprise, les distributeurs en France souffrent depuis quelques années de la combinaison des trois facteurs qui affectent tout le secteur : le ralentissement de l'activité économique, la dématérialisation et la puissance encore palpable des contre-vérités sur l'image du papier.

Le volume des ventes réalisées au cours des derniers mois est inférieur aux mêmes mois de l'année passée. Dans ce contexte, les prix de vente des distributeurs ont baissé en 2013 et pourraient suivre cette même logique en 2014. Le niveau des stocks a connu une hausse au cours de 2013 ; les situations de trésorerie sont toutefois restées à leurs niveaux attendus, gage de stabilité.

En termes chiffrés, 700 000 tonnes de papiers à usages graphiques ont été vendues par les distributeurs en 2013, soit un recul des ventes en volume de 6,8% par rapport à 2012 (751 000 tonnes), pour un chiffre d'affaires de l'ordre de 783 millions d'euros, contre 847 millions en 2012 (en baisse de 7,6%). À titre de comparaison, la tendance annuelle de l'ensemble des produits de consommation courante dans le commerce interentreprises s'inscrit elle aussi dans une baisse en 2013, de -3,5%.

Face aux autres acteurs du marché, la part des distributeurs se maintient, symbolisée par une solidité globale sur les produits majeurs. Ainsi, l'exemple le plus parlant est le couché sans bois format, pour lequel la distribution représente, en 2013, 80% du marché français.

## Bilan social

Environ 1500 personnes sont employées en France dans la distribution de papier (un chiffre à doubler en incluant les distributeurs d'emballage). Le chiffre pourrait d'ailleurs être réévalué en incluant également les fournisseurs, dont une part de l'activité consiste à distribuer des produits papiers et d'emballage.

Les entreprises comptent, en moyenne, de l'ordre de 45% d'employés, 20% de techniciens et agents de maîtrise (TAM) et 30% de cadres. Le nombre d'ouvriers est en diminution, représentant de l'ordre de 4% des effectifs. A noter, 92% des effectifs totaux sont en CDI. Les salariés sont pour 45% des femmes (55% d'hommes).

La structure des emplois a nettement évolué avec l'augmentation des qualifications (autour de 20% de niveau Bac+2/3 aujourd'hui, contre environ 10% en 1994) en particulier celles des femmes, et le poids plus important des salariés seniors. Cette montée en compétence devrait se poursuivre, car ces niveaux de recrutement à Bac +2/3 sont les plus recherchés par les professionnels.

50% des effectifs totaux sont présents dans les entreprises depuis au moins dix ans, soit une assez bonne capacité à y faire carrière.

Côté formation, les distributeurs ont en 2013 contribué à la formation de leurs salariés à une hauteur moyenne de 2,9% de leur masse salariale. Soit un investissement pour l'avenir supérieur aux obligations légales.

## 4 éléments sur lesquels notre vigilance sera portée en 2014

### **1. Des coûts de transport à surveiller**

Parmi les postes majeurs de dépenses, les coûts de transport peuvent compter pour plus de 40% des coûts enregistrés par les distributeurs. Les prix du transport routier de marchandises ont connu une hausse au cours de l'année 2013. Le rail est encore trop peu compétitif, tandis que les prix du transport fluvial ont pour leur part été relativement stables en 2013, après une série de fortes hausses depuis 2010. Le coût du transport maritime est lui reparti à la hausse, après trois années de baisse.

Les alternatives compétitives à la route manquent. Les distributeurs limitent les coûts par une présence régionale forte, ce qui raccourcit les distances et se traduit par un impact favorable sur l'environnement. Sur la route, ils optent pour des mécanismes de tournées, réduisant les déplacements à vide.

## **2. Une attractivité vers nos métiers à accentuer**

Les distributeurs soulignent les difficultés à attirer les jeunes : une double difficulté, puisque le secteur papier-carton souffre d'une image dégradée, et que l'activité de distribution/commerce de gros est pour sa part encore mal connue des jeunes en France.

## **3. Un montant de contribution Ecofolio en inadéquation avec le faible taux de recyclage dans les flux municipaux**

L'éco-contribution versée par les entreprises a connu une hausse de +23% en une seule année, passant de 39 à 48 euros/tonne mise sur le marché entre 2012 et 2013. Des prévisions jusqu'à 2016 marquent également une augmentation constante, pouvant aller jusqu'à 58 euros la tonne. Un effet-ciseau joue actuellement : le montant de l'éco-contribution augmente, tandis que les grands contributeurs et les tonnes de papier mises sur le marché diminuent.

Le principe du pollueur-payeur n'est pour sa part pas respecté : moins de 65% des metteurs sur le marché de papiers en France sont assujettis à l'éco-contribution. Restent exonérés les documents officiels des collectivités et administrations et la presse magazine, qui représente pourtant 49 % du contenu des poubelles des particuliers, hors verre, et 28 à 35% du volume total.

La disparité des schémas de collecte en France se traduit par des coûts élevés et des résultats parmi les plus mauvais d'Europe. La collecte et le tri doivent être rationalisés pour constituer davantage de matière prête à être recyclée. Plus compétitive, la boucle du recyclage n'aura pas à reposer sur une hausse structurelle de l'éco-contribution.

## **4. Une santé financière encore fragile pour l'ensemble de la chaîne**

La santé financière des clients de la distribution a continué à se dégrader en 2013, entraînant un nombre de faillites encore important.

La tendance haussière des délais de paiement dans la commande publique, surtout des collectivités, est également une réalité regrettable.

Bien conscients des mutations en cours, les distributeurs continueront d'enrichir leur offre par des produits évolutifs et des prestations de services complémentaires. Ils exploiteront les marchés naissants ou en développement.

La capacité d'adaptation des distributeurs est ainsi une force réelle : en tant qu'intermédiaires entre offreur et demandeur, les distributeurs occupent une position privilégiée pour appréhender les évolutions de leurs marchés et nourrir leur réflexion stratégique.

## L'ACTIVITE DES IMPRIMEURS

Le secteur des Industries graphiques au sens des nomenclatures INSEE se caractérise par une forte proportion de TPE (70 % des entreprises), aujourd'hui en phase de transition culturelle, générationnelle et technologique.

Depuis début 2013, la production diminue pour l'ensemble des marchés, poursuivant la tendance négative ressentie depuis quelques années. Cette baisse de production concerne toutes les tailles d'entreprises. Les productions de livres et de périodiques enregistrent les baisses les plus significatives.

Outre la conjoncture économique et la tension sur le pouvoir d'achat, principales causes de ces mauvais résultats, la concurrence des supports numériques reste importante. En effet, les restrictions budgétaires à l'œuvre au sein des entreprises ont pu aboutir à de nouvelles vagues de dématérialisation.

Pourtant, un constat positif est à souligner : dans cet environnement incertain, la valeur de l'imprimé bien pensé, bien réalisé, bien diffusé, s'affirme. Les créatifs et leurs imprimeurs proposent des imprimés toujours plus beaux, innovants, étonnants, pour valoriser les marques et leurs produits. L'efficacité du message ciblé ou personnalisé se confirme.

Et les innovations ne manquent pas dans le domaine de l'imprimé... Des données variables à la réalité augmentée, de l'ennoblissement à l'électronique imprimée, les possibilités sont multiples. À chaque entreprise de s'emparer d'un projet cohérent avec sa culture et ses moyens, et de faire connaître aux clients actuels ou potentiels ces nouveaux espaces de communication et leurs bénéfices.

Emergent également des écosystèmes d'innovation partagée portés par des réseaux d'entreprises, qui développent un nouveau marketing de l'offre transversale, à l'heure du cross-média publishing.

### **Commerce extérieur**

Les importations ont continué à baisser lors des deux derniers trimestres pour atteindre au cumul 2013 un volume de 752 800 tonnes, soit 10 % de moins qu'en 2012. La baisse des exportations s'accroît aux 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> trimestres. Au cumul, à fin décembre 2013 on compte 210 970 tonnes exportées contre 252 600 en 2012.

### **Investissements publicitaires**

Les investissements publicitaires multimédia progressent de 2,5 % au cumul sur l'année 2013, par rapport à 2012. Mais tous les supports ne profitent pas de cette hausse, dans le détail la presse et l'affichage enregistrent des évolutions à la baisse.

Au mois le mois, après une période de croissance entamée au mois de juin, les investissements repartent à la baisse en octobre et novembre avant de se stabiliser en décembre.



## Le marché des imprimés publicitaires

L'ensemble du marketing direct qui comprend les mailings, les Isa (imprimés sans adresse), les autres imprimés publicitaires a connu une baisse globale de 4,7%, les Isa pour leur part ne baissant que de 2,8%. La production d'Imprimés publicitaires adressés termine l'année en baisse de -2,3 %.

### **Commerce extérieur des imprimés publicitaires**

Conformément à la tendance générale « Tous imprimés », le volume importé d'imprimés publicitaires baisse de 16%, soit 38 000 tonnes de moins qu'en 2012. Les exportations chutent très fortement passant de 33 700 tonnes importées en 2012 contre 20 400 tonnes en 2013. Les flux en provenance de nos trois premiers fournisseurs (Allemagne, Italie et la Belgique) sont en baisse. Au niveau des exportations, ce sont les flux destinés à la Suisse, la Belgique et l'Allemagne (les principaux partenaires) qui chutent fortement.

### **Commerce extérieur des catalogues commerciaux en volume**

Contrairement aux autres marchés, les importations de catalogues commerciaux sont stables entre 2012 et 2013 et s'établissent à 205 500 tonnes. Les exportations baissent de 21% en 2013 par rapport à 2012, soit environ 16 200 tonnes exportées de moins.

Concernant les importations, les volumes en provenance de Belgique et d'Italie ont fortement baissé. A l'inverse, on constate toujours une forte progression des volumes venant d'Espagne. Au niveau des exportations, on note une baisse des volumes en direction de nos deux premières destinations : l'Allemagne et la Belgique.

## Le marché des périodiques

La production de périodiques diminue plus fortement que la moyenne du secteur durant l'année 2013. Au mois le mois, le mois de décembre affiche la deuxième progression positive de l'année avec une hausse de la production de 1%. Les paginations publicitaires de la presse sont en baisse pour les magazines mais en légère hausse pour les quotidiens nationaux.

### **Commerce extérieur des périodiques en volume**

Les importations de périodiques (138 300 tonnes) baissent de -12% par rapport à 2012. Les exportations, quant à elles, baissent de près de -6% soit 4 207 tonnes de moins qu'en 2012. Les importations en provenance de nos principaux pays partenaires poursuivent la tendance du début d'année et affichent d'importantes baisses. Comme au second trimestre, nos principales destinations restent l'Allemagne et la Belgique avec des volumes en baisse.

## Le marché du livre

La baisse des volumes de livre imprimés s'accroît en fin d'année. La production enregistre une diminution de plus de -4% au cumul de l'année 2013 par rapport à 2012. Au mois le mois, après un début d'année en demi-teinte, la production enregistre d'importantes baisses pour les 4 derniers mois de l'année.

### **Commerce extérieur des livres en volume**

Au global, les importations de livres sont en baisse de -16 % (tous produits livre au sens des douanes) en 2013 par rapport à 2012, soit 31 700 tonnes de moins.

Les exportations baissent de près de -16% également, soit près de 7 000 tonnes de moins que pour la même période en 2012.

Les volumes importés d'Allemagne baissent de 35%, il devient donc notre quatrième fournisseur derrière l'Italie, la Chine et l'Espagne. Les exportations en direction de la Belgique progressent de 2%.

### **Le marché des imprimés administratifs et commerciaux**

#### **Imprimés administratifs et commerciaux non personnalisés**

La production d'imprimés administratifs non personnalisés baisse de -2,6 % au cumul de janvier à décembre 2013, par rapport à 2012.

#### **Imprimés de gestion personnalisés**

La production d'imprimés de gestion personnalisés résiste aussi mieux que la moyenne de l'imprimerie avec une baisse de - 3 % au cumul de janvier à décembre 2013. Le mois de décembre enregistre la deuxième évolution positive de la production depuis le début d'année.

# BILAN ET PERSPECTIVES DE LA FILIERE EMBALLAGE



## EMBALLAGE SOUPLE & ETIQUETTES

### Papiers d'emballage souple

La demande dans le secteur des papiers d'emballage souple a été en recul en 2013, tant en France (-5,7%) qu'à l'étranger. Des taux d'utilisation des capacités assez bas ont conduit à une réduction de la production en 2013 de -4,4%.

Cette offre plus réduite, conjuguée à un euro très fort sur l'année, a pénalisé les acteurs français à l'export (-3,2%). Les importations enregistrent également une contraction (-5,5%) en 2013 par rapport à l'année 2012.

### Sacs papier

#### **Sacs industriels et commerciaux (grande contenance)**

La consommation poursuit son recul (-4,9 %) après une année 2012 négative. Les marchés principaux du sac GC liés à la construction et au bâtiment continuent d'être orientés à la baisse. Plus diversifié en France que dans la plupart des autres pays européens, le marché global n'a pas bénéficié de cette diversification car les autres marchés de la chimie, de l'alimentation humaine ont eux aussi été mal orientés.

#### **Petite et moyenne sacherie**

La consommation est restée stable, les sacs papier résistant bien sur leurs marchés traditionnels mais fléchissant légèrement sur le non alimentaire.

#### **Papiers de pliage et alimentaires**

La consommation a marqué le pas dans un contexte de concurrence accrue et de difficultés pour les entreprises.

### Etiquettes adhésives

L'année 2013 s'est terminée sur un repli de 0,25% des consommations de complexes adhésifs. Pour la partie Etiquettes Papier (80% des volumes), la baisse est plus importante puisque de l'ordre de 1%.

Le marché de l'étiquette adhésive est généralement lié à l'évolution de grands indicateurs tels que la production de l'industrie manufacturière et les indices de consommation. Ainsi, les difficultés en 2013 des secteurs Boisson et Agroalimentaire n'ont pas été compensées par le dynamisme des secteurs Cosmétique et Pharmaceutique.

L'étiquette adhésive fait face à un marché mature en Europe de l'Ouest, où la consommation *per capita* n'évolue plus significativement, contrairement à des marchés très dynamiques comme ceux de l'Europe de l'Est. Les industriels français éprouvent des difficultés

à s'adresser à ces marchés émergents, pour lesquels les fournisseurs locaux répondent aux besoins en se développant très rapidement.

Les difficultés économiques de l'industrie française induisent également un phénomène d'extrême volatilité de l'activité des fabricants d'étiquettes adhésives. Ainsi, la demande peut passer de très forte à très faible sur des temps très courts, et la visibilité est extrêmement réduite. La taille (CA médian de 2 millions d'euros) et le nombre d'acteurs (plus de 300) amplifient ce phénomène dans un marché devenu ultra concurrentiel. Rappelons que le chiffre d'affaire annuel de la filière est situé entre 900 millions et 1 milliard d'euros, et que le volume de complexe adhésif transformé en France s'approche des 700 millions de m<sup>2</sup>.

Encore une fois, les perspectives du marché dépendront de l'évolution du contexte économique général en France et en Europe, ainsi que du dynamisme de certains secteurs clés, comme celui de l'industrie agroalimentaire et de la boisson (environ 40% des débouchés). Une consolidation des acteurs n'est pas à exclure, la disparité de la santé financière des entreprises du secteur pouvant aider au déclenchement d'acquisitions.

## CARTON PLAT & CARTONNAGES

### Carton plat

L'année 2013 s'est caractérisée par une reprise de l'activité après une contraction en 2012. Ainsi, en Europe, la demande était globalement en hausse (de l'ordre de +3%). La France, quant à elle, a enregistré une légère baisse de la demande (-0,5%) du fait de la réorientation des entreprises vers l'export.

Après un recul de -7,1% en 2012, la production française de carton plat a connu une embellie en 2013, enregistrant une hausse de +4,1% par rapport à 2012. Ce niveau est néanmoins inférieur à la moyenne des années précédentes.

Grâce à la spécialisation des outils de production et à la structure européenne des entreprises, les producteurs français ont augmenté leurs exportations (+2% sur la période). En ce qui concerne les importations, celles-ci ont enregistré une contraction (-3,2%) au profit des producteurs français.

### Cartonnages

En 2013 l'industrie du cartonnage a continué de subir les effets de la longue phase de quasi-stagnation traversée par l'économie. Les entreprises du secteur, PME essentiellement tournées vers le marché domestique, souffrent davantage de ce contexte économique morose comparativement aux grandes entreprises qui peuvent bénéficier de relais extérieurs de croissance.

CARTONNAGES	Δ% année 2013/ 2012
<b>Production</b> (tonnage)	<b>0,5%</b>

Malgré cet environnement économique peu porteur, le secteur du cartonnage résiste. Le marché reste bien orienté. A l'issue de l'année 2013, la tendance annuelle s'affiche à +1% en valeur et à +0,5% en tonnage.

La situation doit toutefois être modulée suivant les spécialités :

- Le Pliant tire son épingle du jeu grâce à une fin d'année favorable. Ce secteur enregistre une progression de +2,5% en CA et +2 % en tonnage, portée par une légère reprise dans l'alimentaire (marché majeur en terme d'utilisation de cartonnages), et un maintien de la demande dans le domaine du luxe et de la pharmacie.
- L'Ondulé, après un 1<sup>er</sup> trimestre en forte dégradation, n'a pas réussi à retrouver le chemin de la croissance (-1% tant en CA qu'en volume) pénalisé en cela par les hausses de matières premières et le ralentissement encore marqué de la production industrielle et vinicole.
- Le Tube est à la peine. Après un premier semestre en baisse, conséquence de la faible demande chez ses principaux clients en papeterie et textile, le marché s'est légèrement repris au second semestre. La tendance annuelle reste cependant légèrement négative à -0,5% pour les deux indicateurs CA et volume.
- Le recouvert a connu un balancement de son activité tout au long de l'année. La forte progression de décembre n'a pas permis de combler les mois déficitaires et sur l'année et la production est en retrait de 2% et le chiffre d'affaires de 1,5%.

Même si toutes les conditions d'une croissance ne paraissent pas d'ores et déjà retenues, les prévisions 2014 pour l'industrie du cartonnage restent orientées positivement et devraient se rapprocher de celles estimées pour le PIB à savoir +0,8% à 1%.

## LE SECTEUR DE L'ONDULÉ

### Papiers pour ondulé

Le marché d'Europe de l'Ouest a connu une légère amélioration durant l'année 2013, notamment en Espagne et au Royaume Uni. La France n'a pas pleinement profité de l'amélioration du contexte économique et a connu une légère contraction du marché de l'ondulé (-0,8%).

Cette demande en hausse en Europe ainsi que le redémarrage de deux sites de production et une meilleure utilisation des capacités ont profité à la production nationale qui a augmenté en 2013 (+3,4%) après un recul important en 2012 (-3,4%). De plus, les stocks se sont maintenus à des niveaux inférieurs à ceux de 2012.

Soutenu par le bon niveau de la production, le volume des exportations de papiers pour ondulé a augmenté en 2013 (+1,6%), hausse pondérée par le retour sur le marché interne des producteurs français. Dans ce contexte, les importations étaient en baisse sur l'année 2013 (-9%).

Dans les tout prochains mois, dans le contexte d'une amélioration de l'activité économique, la demande européenne et française devrait se renforcer légèrement. Toutefois, la hausse des prix de certains intrants – en particulier l'énergie - crée des pressions sur les coûts de revient – même si les prix des papiers et cartons récupérés connaissent une stabilité – lesquelles préoccupent les acteurs de la filière sur l'évolution de leur rentabilité à moyen terme.

### Carton ondulé

<b>CARTON ONDULE</b>	$\Delta\%$ année 2013/ 2012
(surface)	<b>0,1%</b>
<b>Production</b> (tonnage)	<b>-0,7%</b>

Pour la deuxième année consécutive, l'année 2013 s'est terminée sur une contraction du volume de production de -0,7% ; Ce mouvement baissier en volume, quasi stagnant en surface avec +0,1%, est inverse à celui relevé dans les pays limitrophes : Allemagne (+1%), Espagne (+2%), Royaume-Uni (+3%), Italie (+1%) et Belgique (+1%), qui bénéficient d'un début de reprise de l'activité économique.

Dans un contexte économique particulièrement compliqué, les industriels du carton ondulé ont été pris en étau entre fournisseurs et clients. Le prix de la matière première, élément déterminant comptant pour plus de 50% du prix de revient, a connu en 2013 une progression importante alors que le produit finit n'a pas vu augmenter sa valeur, subissant la forte baisse de la production manufacturière et agro-alimentaire française, grands utilisateurs de carton ondulé. Le chiffre d'affaires de la profession est en baisse de 3% sur l'année.

La demande des secteurs utilisateurs est attendue en légère hausse cette année, faisant espérer une réorientation à la hausse de la production pour 2014. Mais le secteur reste particulièrement inquiet de l'évolution des coûts des matières premières et des charges d'exploitation mettant une forte pression sur l'équilibre fragile de la structure des prix / coût de l'industrie.



# BILAN ET PERSPECTIVES

## DE LA FILIERE HYGIENE



## LES PRODUITS CONSIDERES

Le secteur hygiène est représenté par deux grandes catégories de produits :

- les articles d'hygiène dits « en feuilles » à base de ouate de cellulose, également dénommés produits « tissue » ;
- les articles d'hygiène « portés » dont le matelas absorbant est constitué pour la majorité de ces produits de pâte de bois défibrée que l'on appelle également « pâte fluff ».

## FACTEURS CONJONCTURELS

Les articles d'hygiène sont utilisés quotidiennement et généralement plusieurs fois par jour. Ce sont, de plus, des produits adaptés aux différents besoins de la population pour une hygiène au quotidien en fonction des différents âges de la vie. La demande en articles d'hygiène est ainsi corrélée à deux facteurs principaux : l'évolution de la consommation des ménages et l'évolution démographique.

### La consommation des ménages

Pour 2013, l'Insee annonce un redressement du pouvoir d'achat des ménages à +0,5% après une année 2012 plus difficile qu'initialement annoncée (-0,9%), une évolution qui est imputée à la décélération des prix à la consommation (+0,6% en 2013 après +1,9% en 2012).

La consommation totale des ménages a augmenté au quatrième trimestre 2013 (+0,3%), à un rythme similaire à celui du troisième trimestre (+0,2%). Au total, la consommation a évolué de +0,4% sur l'ensemble de l'année 2013 contre -0,4% en 2012.

### L'évolution démographique

En 2013, la France métropolitaine compte 63,9 millions d'habitants, en augmentation de +0,4% par rapport à 2012. Le nombre de naissances a reculé de -1,3% avec 780 000 naissances estimées. Depuis 2010, le nombre des naissances et l'indicateur conjoncturel de fécondité reculent. Ce dernier s'établit en 2013 en-deçà du taux de renouvellement avec 1,99 enfant par femme.

La tranche d'âge des femmes de 15 à 50 ans poursuit sa lente érosion et diminue de -0,3% en 2013. La population âgée de 65 ans et plus progresse en 2013 de +2,9% et représente plus de 11 millions d'habitants.

## L'OFFRE AU CONSOMMATEUR

Les articles d'hygiène sont majoritairement vendus en grande distribution (hyper-supermarchés, hard discount). Ils sont également présents dans les circuits dit « hors foyer », c'est-à-dire : les collectivités, les hôpitaux, les maisons de retraite, les crèches, etc.

Certaines particularités existent, pour les produits en feuilles par exemple. Ainsi, les essuie-mains papier et les articles d'essuyage industriel sont, du fait de leurs usages, spécifiquement vendus dans les circuits hors foyer. S'agissant des articles d'hygiène portés, ceux-ci sont, pour la grande majorité d'entre eux, vendus dans le circuit consumer, avec une particularité pour les protections pour incontinents qui, au global, se présentent principalement dans les circuits spécifiques hors foyer.

Dans le circuit de la grande distribution, l'offre au consommateur final se répartit entre les produits à marques nationales et les produits vendus sous les marques de distributeurs. La répartition diffère selon que l'on considère les articles d'hygiène en feuilles d'une part et les articles d'hygiène portés d'autre part. En effet, les articles d'hygiène en feuilles sont majoritairement vendus sous les marques de distributeurs (77% du volume en 2013) alors que les produits d'hygiène portés sont majoritairement vendus en marques nationales (55% du volume en 2013).

## LE MARCHÉ DES ARTICLES EN FEUILLES

La consommation apparente s'élève à 842 600 tonnes en 2013 et progresse de +1% par rapport à 2012, sur la base de données 2012 corrigées par rapport aux déclarations antérieures.

La répartition du marché entre les différents types de produits reste également stable d'une année sur l'autre. Le papier-toilette est le premier des articles d'hygiène en feuilles consommés en France (50% du volume total) suivi par les articles d'essuyage (essuie-tout, essuie-mains, essuyage industriel) pour 34% du volume, puis les mouchoirs (9%) et la gamme table (7%).

La consommation per capita s'élève à 13,2 kg en 2013.

La consommation des articles d'hygiène en feuilles reste largement alimentée par la production française (68% en 2013) ; les chiffres douaniers montrent que la France importe principalement du papier-toilette (42% des volumes 2013). Le papier-toilette reste également le premier produit exporté (49% des volumes 2013).

La production d'articles transformés en 2013 en France métropolitaine a progressé de +2,3% en 2013 à 798 300 tonnes, sur la base de données 2012 corrigées par rapport aux déclarations antérieures. On constate que la répartition entre les catégories de produits rejoint celle de la consommation apparente. Le papier-toilette reste le produit le plus fabriqué en France avec 52% de la production en 2013.

### La matière première papetière

La fabrication des articles d'hygiène en feuilles est largement alimentée par la production domestique de bobines-mères tissue. En 2013, celle-ci a franchi le cap des 800 000 tonnes, en hausse de +1,3% par rapport à 2012. Le taux d'utilisation des PCR (Papiers Cartons Recyclés) entrant dans la fabrication de la ouate de cellulose s'élève à 34,5% en 2013.

## LE MARCHÉ DES ARTICLES D'HYGIENE PORTES

En 2013, les ventes de couches-bébés ont reculé de -6,6% en unités, une baisse imputable en partie aux naissances : -1,3% en 2013, soit 10 200 naissances de moins par rapport à 2012. Toutefois, cette baisse est relative : ces chiffres n'incluent pas les achats de l'e-commerce, en particulier le drive, nouveau canal de distribution en fort essor mais qui reste encore difficile à cerner.

Les ventes des produits d'hygiène féminine baissent légèrement en unités (-0,9% en 2013), les tampons étant la catégorie la plus impactée.

Le marché des protections pour incontinents poursuit sa croissance. Tous circuits de ventes confondus, sa progression s'élève à +4,4% en unités en 2013. Le produit d'incontinence se démocratise fortement et les ventes se développent dans le circuit consumer ; les circuits de vente hors foyer (hôpitaux, maisons de retraite...) restent toutefois globalement majoritaires. Le vieillissement de la population joue un rôle dans l'utilisation de ces protections. Au 1<sup>er</sup> janvier 2014, la France compte 18% d'habitants âgés d'au moins 65 ans, soit une progression de 3,4 points en 20 ans selon l'Insee. Cette progression est plus forte depuis 2011, lorsque la première génération du baby-boom (1946) a atteint 65 ans.

La population française continue de vieillir sous le double effet de l'augmentation de l'espérance de vie et de l'avancée en âge des générations de ce baby-boom. Aujourd'hui, près d'un Français sur 10 a au moins 75 ans.

## La matière première issue du bois

Pour la fabrication des articles d'hygiène portés, on utilise une pâte de bois dite « pâte fluff ». Cette pâte n'est pas transformée en feuilles mais défibrée afin de constituer le matelas absorbant des produits d'hygiène portés.

La fabrication des articles d'hygiène portés se fait par un assemblage technique, sophistiqué, de plusieurs composants dont la pâte fluff, qui intervient sur une part importante du poids du produit. Ainsi, une couche-bébés est composée de 37% environ de pâte fluff.

Mélangée à des polymères superabsorbants, la pâte fluff constitue un matelas absorbant qui permet d'assurer l'absorption, la diffusion et la rétention des liquides dans le produit.

97 000 tonnes de pâte fluff ont été consommées en France en 2013 pour fabriquer des articles d'hygiène portés, soit +2,9% par rapport à 2012.

## LES PERSPECTIVES 2014

L'année 2014 sera globalement synonyme d'austérité pour les Français.

Selon l'Insee, l'augmentation de la consommation des ménages ralentirait sur les deux premiers trimestres 2014 (+0,1% au premier trimestre ainsi qu'au deuxième trimestre), impactée par l'évolution de la fiscalité sur les prix (hausses de TVA au 1<sup>er</sup> janvier 2014).

Par ailleurs, la modération des augmentations des salaires que prévoient les économistes mettrait le revenu disponible sous pression et pèserait sur le pouvoir d'achat des ménages, incitant les Français à la prudence dans leurs actes d'achat, à commencer par les plus quotidiens.

# BILAN CONVENTIONNEL

## INTER-SECTEURS PAPIERS CARTONS





**Les partenaires sociaux** se sont retrouvés à plusieurs reprises en 2013 dans un contexte économique difficile et incertain.

**Les négociations annuelles de branche** du début de l'année se sont traduites, dans les faits, par un gel ou des évolutions modérées des minima conventionnels dans l'attente d'une situation économique plus propice.

Cette situation n'a pas empêché les partenaires sociaux de poursuivre leurs travaux et leurs actions en matière de formation professionnelle. Ils se sont, à cette occasion, saisis des dispositions légales sur le contrat de génération et ont choisi d'en faire une opportunité pour investir nouvellement la question de l'emploi des jeunes et des seniors sous l'angle d'une gestion active des âges reposant sur la solidarité intergénérationnelle et la transmission des savoirs et des compétences.

**Conscients des difficultés rencontrées par les entreprises en matière de recrutement**, ils ont décidé, par la création de **l'association AFIFOR**, d'une plus grande coordination d'action entre les centres de formation initiale affiliés à la profession. Ils ont par ailleurs maintenu le niveau des partenariats financiers avec ces entités qui participent, aussi, sous l'égide d'Unidis Stratégie & Avenir, à la préservation d'une offre de formation continue de qualité, ciblée sur les attentes "métiers" des entreprises.

**Dans la continuité des nouvelles règles visant les situations dites "de pénibilité"**, les partenaires sociaux se sont entendus sur un avenant intégrant la prise en compte de la pénibilité dans le cadre de la prévention des risques professionnels. Ils se sont en outre accordés, en fin d'année, sur la nécessité de définir un parcours de formation spécifique et qualifiant visant les animateurs santé, sécurité au travail. UNIDIS a par ailleurs, en concertation avec la commission santé, sécurité de l'inter-secteur Papiers Cartons, engagé un travail de fond sur le toilettage et la modernisation des recommandations de la CNAM-TS. Elle s'est enfin engagée, aux côtés de l'ensemble des fédérations professionnelles de l'inter-secteurs Papiers Cartons pour renforcer, au niveau national, l'échange et la capitalisation des bonnes pratiques en matière de prévention des risques professionnels.

**Les discussions sur la prévoyance** ont permis de conforter les équilibres négociés en 2011 sur le sujet dans le secteur de la Production et de la Transformation des Papiers Cartons. Un nouvel accord unanime a été signé et **la négociation sur le risque santé a été reportée à 2015** dans le cadre d'une synergie d'actions inter-secteurs Papiers Cartons en collaboration avec la FFCP.

**Les engagements paritaires et les initiatives en matière d'égalité professionnelle** ont été salués par le Ministère. Le "Kit égalité professionnelle", outil d'aide à la réalisation et l'analyse des rapports de situation comparée, a vu le jour en 2013 sous l'impulsion de l'Observatoire des métiers et des qualifications.

**Enfin, les partenaires sociaux sont restés, tout au long de l'année 2013, à l'écoute des débats visant la réforme de la formation professionnelle et de la démocratie sociale. Ils se sont engagés dans un programme de travail 2014** visant à consolider la dynamique formation professionnelle et à renforcer les actions d'accompagnement à destination des entreprises et de leurs salariés. Ils se sont en outre montrés volontaires pour aborder le sujet du financement du paritarisme dans un contexte de réformes plus générales qui invitent, toutes, à réinterroger la raison d'être, l'efficacité du dialogue social et la pertinence des champs conventionnels d'aujourd'hui.

# OBSERVATOIRE PROSPECTIF DES MÉTIERS ET QUALIFICATIONS

INTER-SECTEURS PAPIERS CARTONS

les chiffres clés  
au 31/12/2011

23/25 rue d'aumale, 75009 paris - 01.53.89.25.31 - www.lesindustriespapiercartons.org

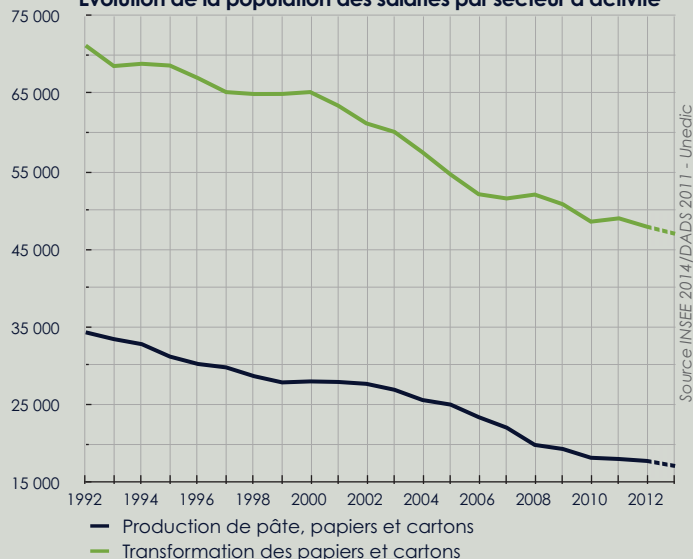
## l'emploi et les entreprises

Au 31/12/2011, l'industrie manufacturière française a un effectif de 3 229 900 salariés soit 11,9 % de la population active française. Il est composé de 70,1 % d'hommes et 29,9 % femmes. Dans les entreprises de l'Inter-secteurs Papiers Cartons, la population salariée féminine représente 24,9 % des **65 653** salariés.

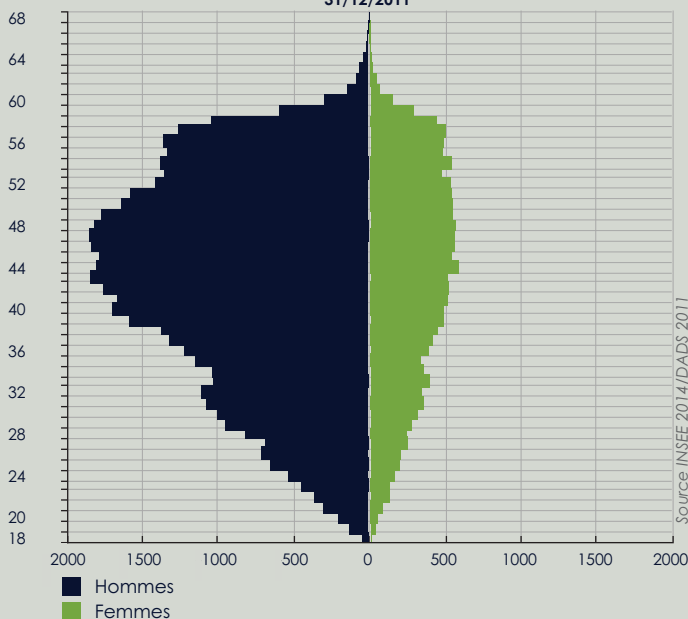
A l'instar de l'industrie manufacturière française, l'Inter-secteurs Papiers Cartons subit de plein fouet le ralentissement de l'activité industrielle et économique française, entraînant une diminution importante de son nombre d'établissements (-27,5 % entre 1992 et 2011) et de sa population salariée (-37,8 % entre 1992 et 2011). Cependant, cette évolution tend à se résorber depuis 2010, les entreprises de plusieurs secteurs d'activité de la Transformation des papiers et cartons connaissant un maintien, voire un développement de leur activité.

Les effectifs salariés sont renseignés pour les champs conventionnels de l'Inter-secteurs Papiers Cartons. Il est néanmoins à noter que les emplois induits en fonction des établissements, peuvent être d'un rapport de 1 à 5 par salarié des industries de papiers et cartons.

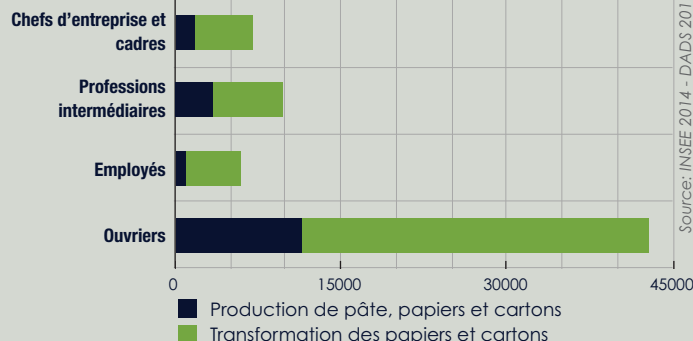
Evolution de la population des salariés par secteur d'activité \*



Pyramide des âges \*  
31/12/2011

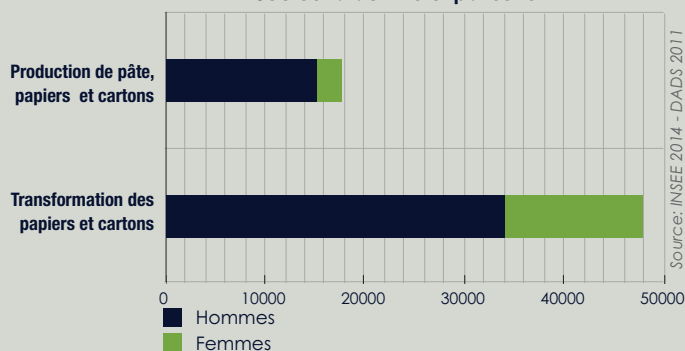


Répartition de l'effectif salarié\* au 31/12/2011 par :  
Catégories socioprofessionnelles et par secteur d'activité

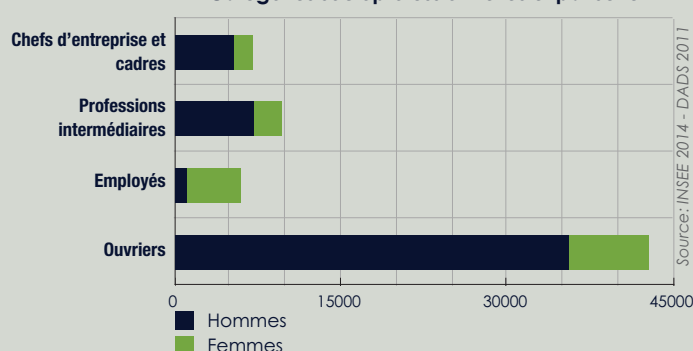


Moyenne d'âge des salariés : **42,8 ans**  
Part des moins de 25 ans : **4,1 %**  
Part des plus de 50 ans : **25,4 %**  
Départs à la retraite prévus à 5 ans : **16,4 %** (62 ans en 2019)

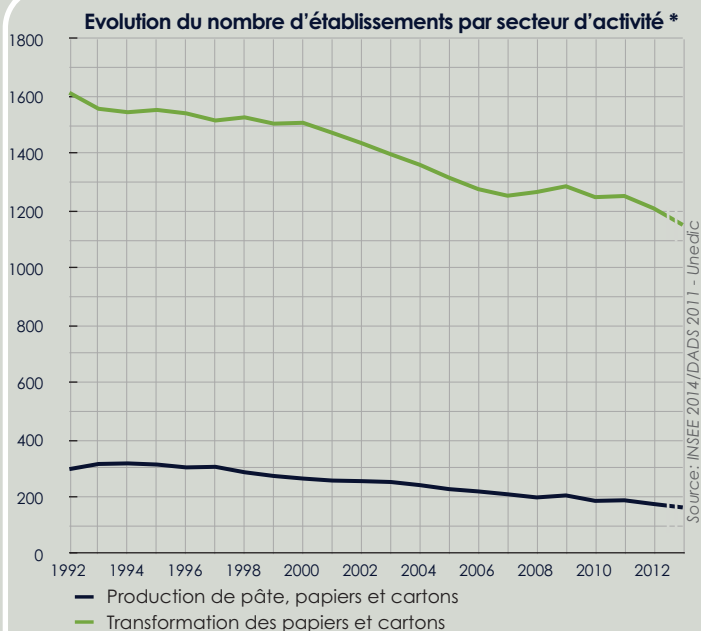
Répartition de l'effectif salarié\* au 31/12/2011 par :  
Secteur d'activité et par sexe



Répartition de l'effectif salarié\* au 31/12/2011 par :  
Catégories socioprofessionnelles et par sexe



\*: Hors secteur d'activité de la Distribution des papiers et emballages



**Avertissement :**  
Les chiffres présentés par secteur d'activité, sont issus de la statistique publique DADS. Ils ne correspondent pas systématiquement au domaine d'activité des fédérations et/ou aux champs professionnels des conventions collectives.

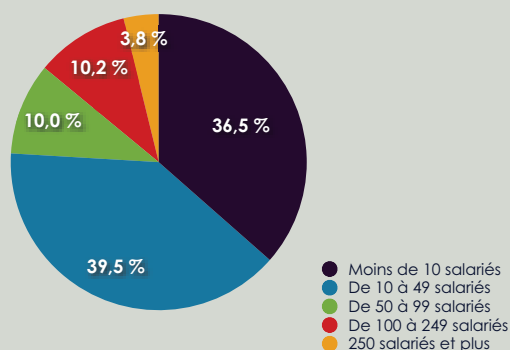
### Ratios d'entrées/sorties\*

(Hors transferts entre établissements d'une même entreprise)

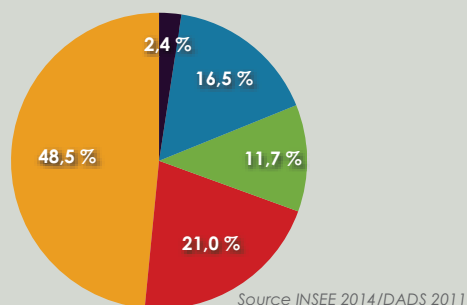
<b>Taux de rotation de la main d'œuvre, dont :</b>	12,6 %
- établissements de moins de 50 salariés	17,3 %
- établissements de 250 salariés et plus	10,1 %
<b>Part des embauches sur CDD</b>	68 %
<b>Part des départs en fin de CDD</b>	49,9 %
<b>Part des départs par démission</b>	20,6 %

Source: CEREQ - Industrie du papier et du carton - PSB 2014

### Répartition des établissements\* par taille d'effectif



### Répartition des effectifs salariés\* par taille d'établissement



\*: Hors secteur d'activité de la Distribution des papiers et emballages

### Principales régions en terme d'effectifs salariés\*

(Part des principales régions)

	%	Cumul
<b>Rhône-Alpes</b>	12,3 %	12,3 %
<b>Nord-Pas-de-Calais</b>	8,4 %	20,7 %
<b>Pays-de-la-Loire</b>	7,9 %	28,6 %
<b>Ile de France</b>	7,5 %	36,1 %
<b>Lorraine</b>	7 %	43,1 %
<b>Aquitaine</b>	6,3 %	49,4 %

Source INSEE 2014/DADS 2011

### Caractéristiques principales de la main d'oeuvre\*

	Production de pâte, papiers et cartons	Transformation des papiers et cartons
<b>Etablissements</b>	175	1209
<b>Effectif salarié moyen/établissement</b>	101,6	39,6
	<b>Etablissements</b>	<b>Effectifs salariés</b>
<b>2000</b>	1 730	91 361
<b>2005</b>	1 495	75 467
<b>2011</b>	1 384	65 653
<b>Evolution</b>	-20 %	-28,1 %

Source INSEE 2014/DADS 2011

<b>Rémunération moyenne brute annuelle</b>	<b>Chefs d'entreprise et cadres</b>	65 995 €
	<b>Professions intermédiaires</b>	39 488 €
	<b>Employés</b>	28 776 €
	<b>Ouvriers</b>	27 102 €
<b>Masse salariale brute totale</b>	2 799 M€	

<b>Nombre d'heures travaillées</b>	141 836 711
------------------------------------	-------------

Source INSEE 2014/DADS 2011

<b>Ancienneté dans l'entreprise (Part des anciennetés de)</b>	<b>moins d'un an</b>	5,5 %
	<b>moins de cinq ans</b>	22,7 %
	<b>10 ans et plus</b>	64 %

Source: CEREQ - Industrie du papier et du carton - PSB 2014

Nombre d'apprentis	Production de pâte, papiers et cartons		Transformation des papiers et cartons
	266		514
<b>Niveau de diplôme (Part des)</b>	<b>Niveaux I et II</b>	<b>Hommes</b>	7,4 %
		<b>Femmes</b>	11,8 %
		<b>Ensemble</b>	8,4 %
	<b>Niveau III</b>	<b>Hommes</b>	11,7 %
		<b>Femmes</b>	27,9 %
		<b>Ensemble</b>	15,5 %
<b>Niveau IV</b>	<b>Hommes</b>	23,2 %	
	<b>Femmes</b>	9,7 %	
	<b>Ensemble</b>	20,1 %	
<b>Niveau V</b>	<b>Hommes</b>	36,9 %	
	<b>Femmes</b>	25,0 %	
	<b>Ensemble</b>	34,1 %	
<b>Niveau VI</b>	<b>Hommes</b>	20,9 %	
	<b>Femmes</b>	25,5 %	
	<b>Ensemble</b>	22,0 %	
<b>Principales spécialités de formation (Par ordre d'importance décroissante:)</b>	<b>Part</b>	<b>Cumul</b>	
	- Formations générales	11,1 %	11,1 %
	- Mécanique générale et de précision, usinage	10,8 %	22 %
	- Electricité, électronique	9,3 %	31,3 %
	- Commerce, vente	8,2 %	39,5 %
	- Comptabilité, gestion	5,8 %	45,3 %

