

# Un nouveau Président au S.I.N.

*La rédaction : Avant d'aborder 2012, jetons un coup d'œil dans le rétroviseur sur l'histoire du S.I.N...*

Pierre Picard : Sachez tout d'abord que je ne suis pas dans l'aventure du S.I.N. depuis le début, bien évidemment... Ce que je sais, par contre, c'est que cette aventure a commencé après la Seconde Guerre Mondiale. La création du syndicat remonte donc au tout début des années 50. Le syndicat s'adressait alors aux tireurs de plans. Ensuite, dans les années 70, premier grand bouleversement avec l'arrivée sur le marché des premiers photocopieurs Xerox et la naissance des copies services. Le syndicat s'appelle alors Syndicat National de la Reprographie (SNR). Second événement d'importance : l'apparition du numérique entre la fin des années 90 et le début de l'année 2000. Le S.N.R. change de nom. Il devient le S.I.N. (Syndicat de l'Impression Numérique). Aujourd'hui, le S.I.N. compte deux cents adhérents sur environ deux mille entreprises... Ce qui ne nous empêche pas d'être fréquemment contactés par des non adhérents pour divers problèmes liés à l'organisation de leur entreprise et de leur répondre malgré tout, même si la rigueur devrait nous en empêcher...

*Le 5 octobre 2011, Pierre Picard a été nommé Président du S.I.N. (Syndicat de l'Impression Numérique), prenant ainsi la succession de Henri Beck. Le point sur le S.I.N., version 2012, avec son tout nouveau président.*

*La rédaction : Justement, qu'elle est la mission du S.I.N. ?*

P. P. : Nous sommes là pour conseiller nos adhérents, pour les aider dans leur quotidien, que ce soit au niveau technique, à propos d'un souci lié à un salarié ou à un fournisseur ou encore un problème avec les impôts ou la TVA. Je prendrai l'exemple de la TVA. Notre filière va certainement faire l'objet d'un changement de régime. Jusqu'à présent, nous étions soumis à un système qui reposait sur les encaissements et il est fort probable que nous passions à un système s'appuyant sur les débits. Actuellement, nous sommes en discussion à ce propos avec DGCIS (Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services). De manière globale, le S.I.N. se donne pour mission d'accompagner ses adhérents dans une démarche résolument tournée vers l'avenir. D'où la raison d'être de son Symposium, le rôle de celui-ci étant de mettre en avant les dernières tendances du marché et d'aider chacun à trouver la bonne direction à prendre et le bon investissement à faire pour sortir de la crise actuelle.

*La rédaction : Lors de son dernier Symposium, le S.I.N. a longuement présenté sa toute dernière étude qui était alors en cours. Aujourd'hui, cette étude, tant attendue, est enfin disponible. Pouvez-vous nous en dire plus ?*

P. P. : Cette étude est disponible via le site du S.I.N. qui est [www.sin.fr](http://www.sin.fr), au prix de mille six cents euros. Elle comporte plus de deux cents pages et près d'une centaine de graphiques. Comme en 2002, elle a été réalisée par INTER-QUEST et a fait, aujourd'hui, l'objet de plus de deux cents interviews et questionnaires auprès d'acteurs du secteur, panel composé pour les deux tiers par les prestataires et pour le dernier par les centres intégrés. Je tiens à souligner que les questionnaires envoyés par Internet étaient très complets. Personnellement, j'en ai rempli un au nom de mon entreprise et il m'a fallu une bonne heure pour répondre à l'ensemble des questions... Pour revenir sur le contenu de l'étude, premier constat : on assiste à un réel rapprochement entre imprimeurs numériques et imprimeurs traditionnels. Il y a fusion des deux activités. Les imprimeurs offset rachètent des imprimeries numériques. Les imprimeurs numériques rachètent des imprimeries offset et ces derniers achètent des machines numériques. La profession ne se focalise plus sur la manière d'imprimer, mais véritablement de plus en plus sur le service à apporter à son client, et ce, quel que soit le moyen utilisé.





*La rédaction : Et au niveau du nombre d'entreprises où en sommes-nous ?*

P. P. : Globalement, on assiste à un tassement du nombre d'entreprises et paradoxalement à un nombre plus important d'acteurs. Lorsque l'on parle d'impression numérique, la question du nombre d'entreprises reste toujours un peu floue puisqu'elle regroupe des activités très diversifiées comme les copies services, les imprimeurs de labour, les sérigraphes, maintenant passé au numérique, ou encore les agences de communication qui s'équipent de plus en plus...

*La rédaction : Pour revenir au contenu de l'étude, qu'est-ce qui a changé, à un niveau plus technique cette fois ?*

P. P. : Tout d'abord, on imprime davantage en couleur. On fait également plus de façonnage qu'il soit en ligne ou non. Par contre, l'impression personnalisée est toujours en devenir. Elle demeure le serpent de mer que l'on ne voit jamais... Je pense que cela est lié à un problème de technicité. La profession manque de techniciens formés à la gestion de l'information et donc aux bases de données. Parmi nos adhérents, peu font du marketing ciblé. Et même si les fabricants disent que la situation va évoluer, je pense personnellement que nous n'y viendrons que si nous engageons les bonnes personnes...

*La rédaction : Riche de la lecture de cette étude, quelle va être la stratégie du S.I.N. pour 2012 ?*

P. P. : En 2012, il va falloir innover, investir et se démarquer par la création de valeur ajoutée. C'est le conseil que je donne à nos adhérents. Pour cela, on peut, pourquoi pas, se positionner sur un marché de niches. Cette approche fait ses preuves dans l'album photo, le livre et le grand format numérique. Mais ce n'est pas la seule solution... La bagarre sur les prix entre prestataires ayant les mêmes machines n'est pas non plus la bonne solution. Ce qu'il faut, je le répète, c'est innover... Savez-vous, qu'il existe un papier\* dont l'encre et le motif protègent des ondes électromagnétiques ? Ce papier peut être imprimé sur des machines traditionnelles et ce sont l'encre utilisée et les motifs mêmes qui font que, appliqué sur les murs d'une salle de spectacle, par exemple, ce papier brouille l'usage des téléphones portables... Certes, on ne vend pas ce type de produit toutes les cinq minutes, mais c'est une piste, parmi d'autres... Par ailleurs, en tant que Président du S.I.N., je souhaite que plus

de gens de ma génération viennent nous rejoindre pour créer une véritable dynamique et de mieux soutenir nos adhérents...

*La rédaction : Je suppose que le Symposium 2012 qui aura lieu en juin s'inscrit dans cette politique de soutien. Même si nous ne sommes qu'à la fin de 2011, que peut-on déjà dire de la Cuvée 2012 ?*

P. P. : La Cuvée 2012 sera un peu différente de celle de 2011. En ouverture, nous aurons un retour DRUPA. Ce retour sera suivi de l'intervention et des commentaires de plusieurs fournisseurs. L'après-midi, nous développerons le concept de 2011 qui a eu beaucoup de succès. A savoir : privilégier les prestataires en leur donnant la parole autour de « C'est la crise, mais je m'en sort ». Chacun viendra exposer sa manière de travailler les innovations qu'il a choisies, la niche sur laquelle il a misé etc. En tant que responsable d'une entreprise basée en province, je sais qu'il n'est pas toujours facile de se déplacer sur Paris, mais cette journée d'échange entre confrères me paraît indispensable pour que chacun prenne du recul sur sa situation et son positionnement. Le S.I.N. est là pour aider ses adhérents, pour leur faciliter la vie et dans cette optique, pourquoi ne pas faire appel aux nouvelles technologies comme Internet et la vidéo... Nous sommes en train d'y songer, notamment pour permettre à certains prestataires d'assister aux interventions à distance. Enfin, innovation encore sur ce Symposium Cuvée 2012, nous avons décidé de réinstaurer le dîner car rien ne vaut la convivialité pour poursuivre, dans la bonne humeur les échanges d'une journée bien remplie.

*La rédaction : Votre conclusion ?*

P. P. : Je suis tout à fait convaincu de la nécessité d'un syndicat professionnel comme le S.I.N. car je suis tout aussi convaincu qu'il faut être uni pour avancer et pouvoir se défendre dans un monde de plus en plus concurrentiel. ■

*Propos recueillis par Corine Chapelain-Rotter*

\* Ce papier (Metapapier) est le premier papier peint qui isole des ondes. Metapapier a reçu la Palme d'Or de l'Innovation 2011, lors du Congrès de l'ATIP (Association Technique de l'Industrie Papetière) qui s'est tenu le 7 septembre 2011 à Bordeaux.