

Marché 

De nouvelles pistes de développement face aux nouveaux défis



Les XVII^{es} Rencontres de l'AIPB, l'Association des industriels de la papeterie et du bureau ont permis pour la première fois depuis 2020 de réunir fournisseurs et distributeurs. Parmi les chantiers prioritaires : comment attirer et séduire les jeunes chez les industriels de la fourniture ? Un vrai défi.

Table ronde avec (de g. à d.) André Comte-Sponville, Stéphanie Verrier, David Abiker et Pierre-Philippe Cormeraie.

Pour la première fois, l'AIPB, l'Association des industriels de la papeterie et du bureau, a donné rendez-vous au théâtre Claude Lévi-Strauss du musée du Quai Branly-Jacques Chirac, lieu à la fois magnifique dans son architecture et riche, comme il se doit, en œuvres d'art. Plus de 200 fournisseurs et distributeurs ont répondu présents : un beau succès pour la présidente de l'association, Stéphanie Verrier, par ailleurs présidente de Trodat France. D'autant plus que cette manifestation chaleureuse, animée par David Abiker, marquait le grand retour en présentiel

des acteurs de la profession. Les grandes retrouvailles, en somme.

Les 3 R

Dans son discours d'inauguration, Stéphanie Verrier est naturellement revenue sur la conjoncture actuelle et les changements de notre société auxquels nous assistons. Devant l'auditoire, la présidente de l'AIPB constate que trois révolutions sont en cours, les 3 R.

La première est économique : pénurie de matières premières, hausses des coûts des matériaux, de l'énergie, du transport... « Les industriels n'ont pas

d'autre choix que de répercuter ces augmentations. Mais la question fondamentale est de savoir comment le client final réagira-t-il ? » Quoi qu'il en soit, plus rien ne sera comme avant et l'heure de demain sera à la relocalisation.

La deuxième révolution concerne le télétravail. Celui-ci repart à la hausse pour deux raisons : d'une part, la grande majorité des salariés estiment ainsi faire des économies, en n'utilisant pas sa voiture les frais d'essence sont moindres, et, d'autre part, le fait de travailler chez soi permet d'être plus efficace. « Ces deux facteurs combinés favorisent le déploiement du télétravail dans notre pays et cela aura forcément un impact sur certaines fournitures. »

« L'autorité d'un chef d'entreprise se joue sur la compétence »
@PPC

La troisième révolution, qui englobe les deux précédentes, a trait à la numérisation de notre société, de nos modes de travail, « *c'est même une lame de fond* », constate Stéphanie Verrier. Et d'ajouter sous forme d'autodérision : « *Un de nos produits phares, voilà plusieurs années de cela, était le tampon auto encreur spécial chèque. Je pense que ce dernier est voué à aller au musée. Mais je garde espoir ! Car de nouvelles opportunités s'offrent à nous les industriels de la papeterie et de la fourniture de bureau.* »

« Nous avons besoin de la jeunesse dans nos sociétés pour préparer et pérenniser le futur. » Stéphanie Verrier

l'attractivité de la profession. Comme nous l'avons souvent écrit dans PNP, tenter de séduire un jeune diplômé en lui parlant de fournitures de bureau relève d'une mission quasi impossible.

« *Donner un sens au travail et attirer les jeunes aujourd'hui ! Nous avons besoin de la jeunesse dans nos sociétés pour préparer et pérenniser le futur.* » La thématique de ces rencontres était d'ailleurs

« *Entreprise et digital, comment donner un sens et relier les générations pour innover demain ?* »

Et la présidente de l'association de citer ce grand chantier en cours réalisé en partenariat avec PBS Network : la mise en place d'un système d'information produits commun, à la fois aux fournisseurs et aux distributeurs. « *J'y vois deux avantages. Le premier est de donner ainsi au client final des informations à la fois rapides et complètes. Le second est de libérer du temps et de l'énergie pour les équipes marketing et vente* », et leur permettre ainsi de se consacrer à leur cœur de métier au lieu de passer du temps à remplir des fichiers Excel.

Trois projets Trois évolutions importantes

Un autre grand défi pour l'AIPB, et au-delà pour tous les industriels, concerne

Le premier projet de l'AIPB sera donc de mettre en place dans les prochaines semaines un ou des webinaires à destination des directeurs des ressources humaines afin de promouvoir auprès d'eux les entreprises de l'association.

Le deuxième projet concerne la valeur d'usage des produits, concept qui sera mis en avant à l'occasion de la prochaine rentrée des classes.

Enfin, le troisième projet est d'organiser des tables rondes. Objectif : valoriser les marques et les produits présents au sein de l'AIPB. Pour ce faire, un partenariat avec une web TV comptant quelque 9 000 directeurs achats et directeurs généraux a été noué.

Attirer la jeunesse

Mieux comprendre les jeunes pour mieux les attirer dans le vaste univers de la papeterie, tel était, du reste, le thème des deux interventions suivantes, d'abord avec celle du spécialiste en digital @PPC (Pierre-Philippe Cormeraie, du groupe BPCE).

Selon lui, un jeune diplômé aime se sentir utile dans une entreprise, participer de manière active à des projets, ne pas être un simple rouage, un pion parmi d'autres. Il aime également gérer lui-même son temps (la fin définitive des pointeuses ?) et choisit lui-même ses moyens et ses outils pour atteindre les objectifs qui lui ont été fixés. En résumé, il cherche du sens dans ses actions, du contact et une certaine liberté de ton.

Enfin, il attend de son P-DG un véritable leadership et pas uniquement de la gestion de personnel. « *L'autorité se joue sur la compétence* », ajoute-t-il. Le management doit ainsi se muer en leadership, être davantage dans l'inspiration que dans l'autorité.

Le bonheur au travail contre la recherche du profit

Ce qui a toujours été le cas de tous temps mais il est toujours bon de rappeler parfois des vérités premières d'autant plus dans un monde qui a de moins en moins de repères...

La seconde intervention fut également très appréciée par l'auditoire. Avec éloquence, le philosophe André Comte-Sponville tenta d'apporter des pistes et des solutions pour mieux comprendre notre jeunesse d'aujourd'hui. « *Comment donner un sens au travail sachant que l'entreprise est là pour faire des profits alors que le salarié, lui, est là à rechercher du bonheur ?* » La motivation reviendrait ainsi à intégrer du désir et du plaisir dans le travail : « *On ne remplacera pas l'effort par le plaisir, mais il s'agit d'aider le collaborateur à prendre plaisir dans l'effort* », a-t-il précisé. Vous avez trois heures.

Ce qu'il faut retenir : l'entreprise verticale du XX^e siècle est morte ; vive l'horizontalité !

Par la suite, une visite du musée du Quai Branly-Jacques Chirac était organisée et, comme il se doit, ces Rencontres s'achevèrent autour d'un cocktail dinatoire. Rendez-vous aux XVIII^{es} Rencontres en 2024. ■

FRÉDÉRIC LEROI

Directeur adjoint des rédactions et rédacteur en chef – Magazine PNP

Association des Industriels de la Papeterie et du Bureau

L'AIPB

L'Association des Industriels de la Papeterie et du Bureau rassemble des fabricants de produits de papeterie et de fournitures de bureau.

À ce jour, l'AIPB c'est :



Créée en 1975 par Jack Desal et présidée actuellement par Stéphanie Verrier (Trodal), l'AIPB, Association de type loi 1901 est également cofondatrice de l'UFIPA, Union de la Filière Papetière, dont elle est administrateur. Le siège : 69, rue Ampère, 75017 Paris. Tél. 01 42 60 11 59. Courriel : aipb@wanadoo.fr. Site : <http://www.aipb.fr>