

Communiqué de presse

Paris, 1^{er} avril 2014

Réunis le 1^{er} avril 2014 à l'occasion de leur conférence de presse annuelle, les représentants de la Maison des Industries des Papiers et Cartons (MIP) ont dressé le bilan économique des activités allant de l'amont vers l'aval (la fabrication de papiers et cartons, la transformation, la distribution et l'impression).

Le Président de la MIP, Marc SANCHEZ, a attiré l'attention sur les sujets et les positions qui rassemblent l'ensemble des acteurs, en particulier :

- l'image globale de la filière et de ses produits,
- les actions en faveur de la compétitivité des entreprises,
- les démarches environnementales, pour lesquelles les acteurs des papiers et cartons mènent des actions pionnières,
- le maintien et le développement des compétences des salariés par une offre de formation diversifiée, l'évolution des métiers et le dialogue social.

Les conférenciers présents ont souligné les nécessaires mutations en cours et à venir, mais ont aussi insisté sur les nombreux atouts et ressources de la filière.

□ Pôle graphique

Les papiers à usages graphiques ont vu leur production se contracter 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.

Concernant la distribution, les ventes ont connu un recul de 6,8 % en volume par rapport à 2012, pour une baisse de 7,6 % en valeur. Ces chiffres s'inscrivent dans la tendance haute de l'ensemble du commerce inter-entreprises, dont la moyenne a été baissière en 2013, à hauteur de - 3,5 %. Face aux autres acteurs du marché, la part des distributeurs s'est toutefois maintenue.

Concernant les imprimeurs et les industries graphiques, l'ensemble du marketing direct, comprenant les mailings, les imprimés sans adresse, les autres imprimés publicitaires, a connu en 2013 une baisse globale de 4,7 %. La production d'imprimés publicitaires adressés termine l'année en baisse de - 2,3 %. La baisse des volumes de livres imprimés s'est établie à plus de - 4% au cumul de l'année 2013 par rapport à 2012. La production d'imprimés administratifs non personnalisés a baissé de - 2,6 % et celle des imprimés de gestion personnalisés de - 3%.

□ Pôle emballage

Dans son ensemble, la production des papiers et cartons d'emballage a affiché une forte croissance en 2013 (+ 3,1 %). Toutefois, les situations sont plus contrastées selon les marchés. La consommation des sacs industriels et commerciaux a poursuivi son recul (- 4,9 %) après une année 2012 négative. Les papiers d'emballage souple ont vu leur production reculer en 2013 de - 4,4%. La consommation des étiquettes adhésives a été quasi-stable en 2013 (- 0,25 %).

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.

Concernant les cartonnages, la tendance annuelle s'est affichée à + 1 % en valeur et à + 0,5 % en tonnage.

La production nationale de papiers pour ondulé a quant à elle augmenté en 2013 (+ 3,4 %) après un recul important en 2012 (- 3,4%), du fait d'une demande en hausse en Europe ainsi que du redémarrage de deux sites de production. Quant au carton ondulé, pour la deuxième année consécutive, l'année 2013 s'est terminée sur une contraction de 0,7 % du volume de production.

▣ Pôle hygiène

La production de papiers d'hygiène s'inscrit dans une tendance haussière, avec une augmentation de + 1,3% en volume par rapport à 2012.

Pour le marché des articles en feuilles (notamment le papier-toilette, les essuie-tout, les mouchoirs), la consommation apparente a progressé de + 1 % par rapport à 2012 et la production d'articles transformés en France métropolitaine, de + 2,3 %. La consommation des articles d'hygiène en feuilles reste largement alimentée par la production française (68% en 2013).

Concernant le marché des articles d'hygiène portés, les ventes de couches-bébés ont reculé de - 6,6 % en unités. Les ventes des produits d'hygiène féminine baissent légèrement en unités (- 0,9 % en 2013). 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.

Contact presse :

Maison des Industries des Papiers et Cartons

Anaïs ROBERT – Tél : 01.53.89.24.11 – contact@maisonpapierscartons.fr